

# GUIA HOTELEIRO DE ITAPETININGA – SP

Angela Maria da Cruz<sup>1</sup>  
Isabel Cristina Almeida Fogaça<sup>2</sup>  
Luan Cyrineu Ferreira<sup>3</sup>  
Rogério Camillo Júnior<sup>4</sup>  
Viviane Terra do Nascimento<sup>5</sup>

## Introdução

Na cidade de Itapetininga, situada no interior do Estado de São Paulo, assim como outros municípios de sua região tem suas origens no tropeirismo. Em 1724, o primeiro povoado surgiu às margens do rio Itapetininga, esse grupo de pessoas, eram tropeiros que se dirigiam à Vila de Sorocaba e decidiram pousar nas margens de tal rio. Hoje Itapetininga conta com aproximadamente 158.561 habitantes.

A localização que possui é privilegiada, pois é uma cidade com características extremamente agradáveis típicas de interior que fica situada próxima à cidade São Paulo, o que é condição praticamente obrigatória para um desenvolvimento do potencial turístico, Itapetininga conta atualmente com inúmeros visitantes que se encantam com sua história, sua cultura, suas festividades e sua gastronomia, a cidade conta igualmente com grandes indústrias que percebem no interior paulista a possibilidade de expansão de acordo com as exigências da demanda.

O presente texto nasce após uma intensa pesquisa promovida nesta cidade com características únicas somadas a uma privilegiada localização, que proporcionou a presente composição, que viabiliza apresentar todos os componentes que integram um Guia Hoteleiro sobre a cidade, que venha a atender as necessidades de pessoas que possam frequentar seus hotéis, o artigo está dividido em quatro partes, sendo que a primeira apresenta todo o conceito que envolve as palavras “Turismo” e “Hospitalidade” que embora sejam vocábulos

---

1 Professora orientadora. Bacharel em Turismo. E-mail: angelamariadacruz80@gmail.com.

2 Professora co-orientadora. Licenciada em Letras, Língua Portuguesa e Inglês. E-mail: isabelfogaca858@gmail.com.

3 Técnico em Turismo Receptivo. Guia de Turismo Regional. E-mail: luan\_cyrineu@hotmail.com.

4 Técnico em Turismo Receptivo. Guia de Turismo Regional. E-mail: rogeriocamillojr@gmail.com.

5 Técnica em Secretariado. Técnica em Turismo Receptivo. Guia de Turismo Regional. E-mail: vivi\_terra09@hotmail.com

distintos estão intrínsecos. Em um segundo momento será exposto à importância da concepção de um inventário para uma cidade que deseja ser reconhecida e visitada com intenções turísticas. Na sequência é apresentado à importância que pode ter para uma cidade ou local uma exposição bem estruturada gerada pelo Marketing e encerrando apresentando a produção desenvolvida que contemplou todos os itens descritos, o Guia Hoteleiro.

## **Turismo e Hospitalidade**

Basicamente o Turismo é o conjunto de atividades que envolvem o deslocamento de pessoas, podendo ser Nacional ou Internacional, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Mundial de Turismo (OMT), é a atividade do viajante que visita uma localidade fora de seu entorno habitual, por período inferior a um ano, e com propósito principal diferente do exercício de atividade remunerada por entidades do local visitado. Complementando a definição inicial, segundo Andrade (2000, p.38), turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.

Conclui-se que turismo é um conjunto de serviços que visa o planejamento, promoção e execução de viagens, movimenta a economia local e mundial devido a integração dos serviços de atendimento que é direcionado aos moradores da localidade, a indivíduos e grupos fora de sua residência habitual que buscam conforto e praticidade.

“Para satisfazer as necessidades básicas de proteção, repouso, higiene e alimentação, além de privacidade e tranquilidade, existem ideais de acomodação. Quando as pessoas precisam dessa acomodação fora de seu local de moradia, recorrem aos meios de hospedagem.” (OLIVEIRA, G.B.; SPENA, R. p.41)

É impossível falar-se em turismo, e deixar de lado a Hospitalidade, pois muito mais que hospedar alguém, hospitalidade é uma arte, a arte do bem receber, que está diretamente ligada a turismo. Hospitalidade vai além de saber receber seu cliente, do *check-in* ao *check-out* o hóspede deve ser tratado com o mesmo serviço de qualidade pelo qual está depositando toda sua confiança, pois, ele opta sempre pelo meio de hospedagem que melhor se adapta a ele, esperando dessa forma ser recebido da melhor maneira possível.

O grande diferencial entre a escolha de um turista perante suas opções disponíveis na hotelaria do município sem dúvidas deve-se à junção de hospitalidade e empatia, pois, além de uma cama confortável para passar a noite, os hóspedes procuram além de uma infraestrutura de qualidade, principalmente por um atendimento que atenda seus desejos e supere suas expectativas.

Em municípios turísticos, o turista pode passar por distintos serviços oferecidos, e provavelmente ele passará por no mínimo um, em que a hospitalidade será de tal forma percebida e sentida que automaticamente cria uma empatia única e especial

relacionando inconscientemente o local e o serviço oferecido, que poderá ocorrer em qualquer momento, desde o instante em que se abastece o carro em que aqueles envolvidos na oferta do serviço recebem com atenção e educação até a clássica lembrancinha recebida ao frequentar outros pontos da cidade, utilizando esses serviços é fato que o turista estará colaborando com a economia daquela localidade, e todos saem ganhando com essa troca, tanto os moradores da cidade, como quem está de passagem. Essa troca pode ser chamada de Cadeia Produtiva do Turismo, onde se inserem os seguintes serviços da localidade: locais para hospedagem, agências de viagens, guia de turismo, eventos, gastronomia/alimentos e bebidas, lazer/entretenimento, meios de transporte; ou seja, o fluxo turístico movimenta grande parte da economia de uma cidade quando levado a sério.

Uma cidade que possui um potencial a ser explorado necessita produzir uma organização para pontuar todos os pontos fortes, sistematizar um inventário sobre estes e conseqüentemente gerar uma publicidade a respeito destes aspectos.

## **Inventário**

É de extrema importância ter o registro de tudo que se tem posse, saber de todos os bens pertencentes a alguém, esse registro só pode ser feito através de um inventário. Inventário é um documento que consiste em um levantamento de todos os bens de determinado local. Como exemplo, pode-se fazer tanto um inventário de uma sala de tudo que contém, como pode abranger uma área maior, e realizar-se um inventário de uma cidade, registrando da mesma forma tudo que nela contém. Estar munido de um inventário é como ter o alicerce para qualquer que seja sua construção.

Existem vários tipos de inventários, um deles é o turístico. Inventário Turístico é um documento que consiste em identificar os atrativos turísticos, serviços, infraestrutura básica, de embasamento, e turística, e pode ser realizado por empresas de cunho turístico, por órgãos públicos, por alunos, por profissionais da área, por empresas especializadas, entre outros. Esse documento pode ser utilizado pelo Poder Público com o propósito de obter subsídios para um planejamento de turismo sustentável, por turistas com intuito de conhecer um pouco mais seu destino, estudantes para pesquisas, empreendedores com finalidade de conhecer o local em que se pretende abrir uma empresa com fins turísticos, dentre outros. É impossível desenvolver as potencialidades de um município turisticamente sem antes conhecê-lo, e o inventário possibilita esse conhecimento do local, impulsiona o início de atividades turísticas naquela localidade.

Deve inventariar-se na oferta turística:

- Atrativos naturais e culturais;
- Infraestrutura básica – abastecimento de água, energia elétrica, segurança pública, internet, entre outros;
- Infraestrutura de apoio – posto de gasolina, hospitais, supermercado, farmácias 24 horas;

- Infraestrutura turística – restaurantes, hotéis, entretenimento, placas com informações de cunho turístico;
- Equipamentos turísticos.

Apresentando como exemplo de um tipo de Inventário Turístico, temos o Inventário Hoteleiro, que consiste no levantamento de dados sobre informações do potencial hoteleiro de cada cidade, estado ou país. No Inventário Hoteleiro deve-se conter informações dos meios de hospedagem da localidade, como por exemplo: endereço, contato, tipos de hospedagem, facilidades do hotel, dentre outras.

Realizado a pesquisa e encontrados todos os itens relevantes para a materialização do inventário escolhido, existe a necessidade de fazer a difusão de tais dados, pois dentro do contexto turístico o retorno vem após a divulgação adequada do que se pode proporcionar aos viajantes. A esta apresentação condigna desenvolvida para envolver e encantar o público foco é denominada como Marketing.

## Marketing

Para entendermos o significado de Marketing devemos definir seu conceito. Marketing é uma palavra que tem sua origem na língua inglesa, traduzindo para a língua portuguesa, Market significa Mercado. Marketing não tem uma tradução exata, podendo assim ser definida como Mercadologia (estudo de mercado). Essa é uma segmentação que não para, através de vendas, trocas, produtos e serviços. Segundo a *American Marketing Association*, a definição do termo é a seguinte: “O Marketing é uma atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral”, ou seja, o Marketing é uma série de estratégias, técnicas e práticas que tem o principal objetivo de agregar valor às determinadas marcas ou produtos com intenção de atribuir uma maior importância das mesmas para um determinado público-alvo. Engana-se quem acredita que o Marketing tem apenas como a finalidade vender algo. Este conceito se aprofunda em tudo que envolve este processo, bem como a produção, logística, comercialização e pós-venda do produto/serviço. Marketing turístico assim como o próprio nome já indica, é direcionado ao turismo.

Segundo a EMBRATUR (1992) o marketing turístico é um conjunto de técnicas estatísticas, econômicas, sociológicas e psicológicas, utilizadas para estudar e conquistar o mercado, mediante lançamento planejado de produtos, consistindo numa estratégia dos produtos para adequar seus recursos às novas oportunidades que o mercado oferece.

“Na concepção do hotel, o marketing pode contribuir primeiro mediante um estudo da viabilidade do mercado para avaliar a demanda. Um estudo pode identificar a melhor oportunidade do mercado para um hotel, uma brecha no mercado, uma localização ou opções entre locais alternativos, para um conceito específico de hotel;” (MEDLIK, S., INGRAM, H., 2002, pg.127)

Definido e conceituado toda a abrangência do significado de marketing entende-se o qual a dimensão de sua importância para os diferentes meios de hospedagem existentes em cidades do interior que estão em um processo de desenvolvimento turístico.

## Meios de Hospedagem

Meios de hospedagem são hotéis, flats, motéis, que tem como função básica acomodar confortavelmente seu hóspede. Segundo Castelli (2003, pg.56) uma empresa hoteleira pode ser entendida como sendo uma organização que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada.

“Qualquer que seja seu gabarito ou o nível de sua classificação, *hotel* é o edifício onde se exerce o comércio da recepção e da hospedagem de pessoas em viagem ou não, e se oferecem serviços parciais ou completos, de acordo com a capacidade de oferta, as necessidades ou as requisições da demanda.” (ANDRADE, 2001, pg.168)

Segue abaixo as classificações de hotéis em Itapetininga que contabiliza um total de onze meios de hospedagens:

- Hotéis centrais: São Hotéis Urbanos. Localizados próximo a restaurantes, teatros e sedes de empresas, entre outros.
- Hotéis não centrais: Hotéis com fácil acesso ao centro e aos principais pontos da cidade. Visando uma demanda singular com hospedagem que em geral é de poucos dias.
- Flats: Conhecidos como hotéis-residência, visando um público que necessita de uma hospedagem mais longa. Contendo quarto, banheiro, sala e uma pequena cozinha (estilo kitchenette).
- Motéis: Localizados próximos as rodovias, com diárias cobradas por hora, são hotéis para passar a noite. Bastante utilizados no Brasil como encontro de casais.

Quando alguém toma uma decisão, espera-se que seja a melhor de acordo com suas necessidades e desejos. No ramo hoteleiro não é diferente, qualquer pessoa deverá ter a oportunidade de avaliar todas suas opções de hotéis, flats ou motéis e chegar à escolha ideal.

Na cidade de Itapetininga, para eleger um local que possa suprir as necessidades, percebe-se a falta de um documento onde disponibilize a todo público a oportunidade de fazer uma escolha coerente as suas conveniências.

## Guia Hoteleiro de Itapetininga

Para que um turista possa analisar suas opções e chegar a uma decisão de qualidade, se fez necessário o desenvolvimento de um Guia Hoteleiro de Itapetininga, que pode ser visualizado primeiramente a capa idealizada (Figura 1) e

a página interna (Figura 2), em ambas apresenta a estrutura de uma revista, onde em suas páginas internas existe a possibilidade de divulgação de cada empresa, com fotos, equipamentos, serviços oferecidos, endereço de e-mail, sites, redes sociais, telefones para contato, endereço, possibilitando dessa forma que o turista possa conhecer brevemente cada uma de suas opções disponíveis e decidir por qual meio de hospedagem contempla as suas necessidades para aquele espaço de tempo.



Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo

**Figura 1.** Capa



Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo

**Figura 2.** Página interna

A confecção do Guia Hoteleiro de Itapetininga foi uma produção de alunos que finalizaram o Curso de Turismo Receptivo, autores do presente artigo, obedecendo a todas as diretrizes proporcionadas por documentos do Ministério do Turismo, especificamente com base nos formulários do Invtur (Inventário da Oferta Turística).

### Considerações Finais

Durante a pesquisa verificou-se que não existia na cidade de Itapetininga tal veículo informativo, assim sendo a intenção da criação do Guia Hoteleiro foi apresentar a estrutura e os serviços que cada meio de hospedagem da cidade oferece. Objetivando benefícios a todos os envolvidos, os turistas que podem visualizar melhor o que estão adquirindo e os meios de hospedagem do município, que estão expandindo sua divulgação, promovendo com qualidade sua imagem.

Tal propósito além da divulgação dos meios de hospedagem promove o município de Itapetininga, pois com a distribuição de revistas na região com propaganda positiva o fluxo de visitantes tende a aumentar, favorecendo dessa maneira o município como um todo.

## Referências

- American Marketing Association, AMA. Disponível em: <<https://www.ama.org/topics/Advertising/Pages/default.aspx>>. Acesso em 12 de abril de 2016.
- ANDRADE, José Vicente. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. 6.<sup>a</sup> edição. São Paulo: Editora Ática, 1999. 213 p.
- CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. 9.<sup>a</sup> edição. Caxias do Sul: EDUCS, 2003. 732 p.
- DALPIAZ, Roni Carlos Costa et al. **A hospitalidade no turismo: o bem receber**. Disponível em: <[http://www.serragaucha.com/upload/page\\_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf](http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf)>. Acesso em 01 de março de 2016.
- Google Maps. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/search/hotéis+de+Itapetininga>>. Acesso em 10 de maio de 2016.
- IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/JBF>>. Acesso em 17 de março de 2017.
- MEDLIK, S.; INGRAM, Hady. **Introdução à Hotelaria: Gerenciamento e Serviços**. 4.<sup>a</sup> edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 235 p.
- Ministério do Turismo, **Invtur**. Disponível em: <[http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/jsp/sobre\\_invtur](http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/jsp/sobre_invtur)>. Acesso em 06 de dezembro de 2015.
- OLIVEIRA, Giovanna Bonelli; SPENA, Rossana. **Serviços em hotelaria**. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2012, 128 p.
- Portal Educação, **Marketing Turístico**. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/turismo-e-hotelaria/artigos/5416/marketing-turistico>>. Acesso em 03 de março de 2016.
- Portal Itapetininga, **História de Itapetininga**. Disponível em: <<http://portal.itapetininga.sp.gov.br/sobre/1204/historia-de-itapetininga>>. Acesso em 08 de maio de 2016.