

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE HOTELARIA

ANDREZA CASTRO SILVA

**A CONCORRÊNCIA ENTRE A HOTELARIA INDEPENDENTE
E AS GRANDES REDES HOTELEIRAS EM SÃO LUÍS-MA**

SÃO LUÍS
2017

ANDREZA CASTRO SILVA

**A CONCORRÊNCIA ENTRE A HOTELARIA INDEPENDENTE
E AS GRANDES REDES HOTELEIRAS EM SÃO LUÍS-MA**

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão para obtenção do grau de Bacharel em Hotelaria.

Orientadora: Prof.^aM^a. Ana Letícia Burity da Silva.

SÃO LUÍS

2017

ANDREZA CASTRO SILVA

**A CONCORRÊNCIA ENTRE A HOTELARIA INDEPENDENTE
E AS GRANDES REDES HOTELEIRAS EM SÃO LUÍS-MA**

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da
Universidade Federal do Maranhão – UFMA, para
obtenção do grau de Bacharel em Hotelaria.

Aprovada em: / /

BANCA EXAMINADORA:

Profa. **Ana Letícia Burity da Silva** (Orientadora)
Mestre em Cultura e Sociedade- UFMA
Universidade Federal do Maranhão

Prof. **Jonilson Costa Correia**
Mestre em Educação- UFMA
Universidade Federal do Maranhão

Prof. **Davi Andrade**
Universidade Federal do Maranhão

A Deus fonte da vida.
A meus pais, pelo incentivo e demais
familiares e amigos

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, por ter- me dado força para vencer os obstáculos, me permitindo viver tantos momentos inesquecíveis.

Aos meus pais pelo amor, apoio e incentivo incondicional, que por muitas vezes sacrificaram-se para que eu tivesse oportunidades melhores na vida, sem vocês eu não estaria aqui hoje. Aos meus irmãos Maria Adriana, Andréa, Bianca Maria e Roberto que mesmo a distância se mostram presentes na minha caminhada. E aos meus dois sobrinhos Felipe e João Victor meus melhores presentes.

Aos meus Avós Manoel (*in memoriam*) e Geraldina que foram como meus segundos pais me dando carinho e amor de forma integral.

Aos meus tios Francisca e José de Ribamar por terem- me acolhido como uma filha em sua casa, sem a ajuda de vocês a minha caminhada não teria se realizado.

Aos meus queridos primos José Luís (Padrinho), Jorge Luís, Fernanda pela acolhida na família.

As primas mais que queridas na verdade irmãs Francileide e Daniele que a vida me deu. Muito obrigada Cileide pelos infinitos conselhos e os de milhares ensinamentos que você me transmitiu, me ajudando sempre nas horas que mais preciso.

Aos familiares que moram em Brasília, tios, primos que me apoiaram mesmo distantes.

As minhas amigas que ganhei durante a permanência na Universidade Alice, Virgínia, Shayana, Juliana, Fernanda, Dadilse, Ilana, Cleydeni, Gleyciane, pelas alegrias, tristezas e dores compartilhadas. Com vocês, as

pausas entre um parágrafo e outro de produção melhora tudo o que tenho produzido na vida. E tantos outros que passaram e deixaram sua marca.

Agradeço também aos professores que me acompanharam na graduação me ajudando a expandir meus conhecimentos, em especial ao prof. Davi Andrade, prof. Jonilson Costa, prof^a Luciana Brandão, e prof^a Elaine.

À minha orientadora Ana Letícia pelo tempo e paciência que teve comigo durante toda elaboração deste trabalho.

À comunidade de Nossa Senhora da Conceição minhas irmãs na fé Rayanne, Raquel, Antônia e o CVC que me acompanham nessa caminhada de aprendizado e reflexão sobre a grandiosidade de Deus.

Enfim a todos que me apoiaram direta ou indiretamente para realização desta etapa.

*“A mente que se abre a uma nova
ideia jamais voltará ao seu tamanho
original.”*

Albert Einstein

RESUMO

O setor hoteleiro é o um dos segmentos que mais tem crescido no mundo. A globalização foi um dos fatores que contribuiu para o surgimento desses empreendimentos, com novas formas de ofertar e vender produtos e serviços. Diante dessa realidade esta pesquisa tem como objetivo principal estudar a concorrência da hotelaria independente frente as grandes redes hoteleiras em São Luís. Visando mostrar como se deu o aparecimento dos primeiros meios de hospedagem até a chegada das redes hoteleiras na capital, além de destacar como os pequenos empreendimentos enfrentam a concorrência das redes com arquitetura arrojada e preços competitivos, destacando as vantagens e desvantagens de ambos os tipos de administração, com foco na qualificação dos funcionários e se valendo da hospitalidade como vantagem competitiva. O método do trabalho baseia-se num estudo de casos múltiplos com abordagem comparativa e análise qualitativa na Pousada Portas da Amazônia e o Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella, baseado em pesquisas bibliográficas e entrevistas com os gestores. Os resultados coletados em janeiro de 2017 apontaram que às principais necessidades que os empreendimentos hoteleiros mostraram é a falta de investimentos na qualificação do capital humano.

Palavras-Chave: Hotelaria independente. Hotelaria de rede. Administração. Hospitalidade. Qualificação.

ABSTRACT

The Hotel Industry is one of the fastest growing segments in the world. The globalization has contributed to with new ways to offer and sell products and services. Faced with the reality this research has a main objective to study the competition of independent hotel in front of the major hotels chains in São Luís. Aiming to show how the first means of lodging appeared until the arrive of the hotel chains in the capital, besides highlighting how the small enterprise prices face the competition of the networks with bold architecture and competitive prices, highlighting the advantages and disadvantages of both types of Management, focusing on the qualification of employees and using hospitality as a competitive advantage. The work method is based on a multiple study with a comparative approach and qualitative analyses at the Pousada Portas da Amazonia and Tulip Inn São Luís Praiabella Hotel, based on interview with managers and bibliographical researches. The results collected in January 2017 pointed out that main needs that hotel developments had showed is the lack of investments in qualifications of human capital.

Key-words: Independent Lodging. Hotel Chain. Management. Hospitality. Qualification.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Lord Hotel	20
Figura 2 - Hotel Central (Palácio do Comércio) em 2015.....	23
Quadro 1 - Principais redes domésticas na década de 70	28
Quadro 2 - Hotéis e Pousadas inaugurados de 2000 a 2010.....	30
Gráfico 1 - Porcentual dos meios de hospedagem cadastrados juntos á ABIH e SETUR.....	31
Quadro 3 - Os hotéis de rede associados à ABIH	32
Quadro 4 - Classificação dos meios de hospedagem	34
Quadro 5 - Meios de hospedagem no bairro da Praia Grande/ Centro Histórico	40
Quadro 6 - Meios de hospedagem no São Cristóvão.....	40
Quadro 7 - Meios de hospedagem no São Francisco	40
Quadro 8 - Meios de hospedagem na região das Praias	41
Quadro 9 - Hotéis e pousadas: associados a ABIH-MA.....	41
Quadro 10 - Os tempos/ espaços da hospitalidade humana.....	47
Quadro 11 - Fatores considerados diferenciais para a pousada/ hotel	60
Quadro 12 - Outros serviços oferecidos.....	61

LISTA DE SIGLAS

UNESCO- Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

OMT- Organização Mundial de Turismo

ACM- Associação Comercial do Maranhão

EMBRATUR- Empresa Brasileira de Turismo

CNTUR- Conselho Nacional de Turismo

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

FUNGETUR- Fundo Nacional do Turismo

SETUR- Secretaria de Turismo

MTUR- Ministério do Turismo

CPT- Centro de Produção Técnicas

SClass- Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem

OMT- Organização Mundial do Turismo

ONU- Organização Mundial da Saúde

UH's – Unidades Habitacionais

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	A HOTELARIA NO MARANHÃO	17
2.1	A evolução dos meios de hospedagem em São Luís	19
2.2	Hotel Central e sua contribuição para a hotelaria de São Luís	21
3	BREVE HISTÓRICO DA HOTELARIA INTERNACIONAL	25
3.1	Breve histórico da chegada da hotelaria de rede no Brasil.....	27
3.2	A hotelaria de rede em São Luís.....	30
3.3	As vantagens e desvantagens da hotelaria de rede	33
4	BREVE HISTÓRICO DA HOTELARIA INDEPENDENTE NO BRASIL ..	38
4.1	Hotelaria independente em São Luís.....	39
4.2	As vantagens e desvantagens da hotelaria independente.....	42
5	HOSPITALIDADE: diferencial competitivo	45
5.1	Significado e abrangência da hospitalidade.....	45
5.2	Hospitalidade e competitividade	49
5.3	O lado humano da qualidade	51
6	METODOLOGIA	54
6.1	Caracterização dos objetos de estudo.....	54
6.1.1	Métodos e técnicas	54
6.2	Universo da pesquisa e amostra.....	55
6.3	Instrumentos de coleta de dados	56
6.4	Estudo de casos múltiplos: Pousada Portas da Amazônia e o Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella.....	56
6.4.1	Pousada Portas da Amazônia.....	56
6.4.2	Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella.....	57
7	RESULTADOS E DISCUSSÃO	59
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
	REFERÊNCIAS	66
	ANEXO	69
	APÊNDICES	70

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma das atividades econômicas que mais cresce no país, por isso é de se imaginar que esse mercado venha buscando variadas formas para atrair e agradar seus clientes. E atualmente todo e qualquer ramo de negócio busca incessantemente pelo diferencial, seja em produtos ou na forma com que prestam os serviços para manter-se num mercado cada vez mais competitivo.

No mercado hoteleiro, onde a oferta de produtos é similar, a procura pela excelência é sempre necessária para atender as expectativas dos clientes pontuais, e em potencial, transformando momentos simples em inesquecíveis, para que sejam recordados e partilhados, esses cuidados durante a prestação de serviços é uma das coisas que mais se ouve falar nos livros e cursos voltados para a qualidade no atendimento. Assim, toda organização que visa estabelecer uma relação de confiança e credibilidade com seus clientes precisa descobrir formas de valorizá-los, pois um atendimento de qualidade é a porta de entrada para o sucesso.

É pensando nisso que a indústria da hospitalidade está buscando melhorar constantemente para atender as exigências de seus clientes. E vários são os fatores que contribuíram para essa mudança como: a melhora na infraestrutura, meios de transportes e rapidez na comunicação.

Logo, a exigência dos clientes tem crescido na mesma velocidade que as informações são propagadas. Portanto, os clientes estão mais conscientes que tipo de serviço quer pagar e receber, permitindo desfrutar da qualidade e profissionalismo dos funcionários e de uma estrutura que lhe ofereça benefícios por ele almejados, fazendo com que sua experiência vivida, transforme-o em um divulgador dos serviços para outros clientes em potencial, ou seja, um possível utilizador de um produto ou serviço.

Desse modo cabe à empresa determinar quais ações devem ser tomadas para fazer com que os clientes em potencial se tornem assíduos em seus estabelecimentos.

E pensando na melhor forma de conquistar os mais variados tipos de clientes que o setor hoteleiro criou diferentes formas de se administrar os

hotéis, podendo ele ser independente ou fazer parte de uma rede, esta por sua vez, pode ser tanto proprietário do hotel, administradora ou mesmo franquear sua marca, tendo como exemplo a *Ibis*, uma marca de hotéis de categoria econômica pertencente à rede francesa *Accor Hotels*, presente em quase todos os Estados do Brasil. Uma vez que:

A entrada da Hotelaria Econômica de Rede, tem como característica a redução de suas instalações e serviços ao mínimo considerado essencial ao tipo de hóspede a que se destina, trazendo uma nova realidade não esperada pelos hotéis independentes, no qual é representado por empreendimentos que não são afiliados ou ligados a outras propriedades, que chegam com serviços reduzidos, preços baixos e com uma arquitetura ousada, causando uma perda significativa nos hotéis independentes, e isso está pedindo um novo posicionamento desses hotéis. (MIRANDA, 2007, p. 08)

É acompanhando às novas formas de administrar que o setor de hospedagem que pensa em oferecer o bem-estar para seus clientes precisa perceber a necessidade da qualificação de seus funcionários a fim de atender com qualidade as necessidades e desejos de seus hóspedes. E num mundo globalizado, a gestão de hotéis com qualidade é uma questão de sobrevivência.

Dessa forma não se pode mais duvidar de que um trabalho feito com conhecimento, técnica e atitudes profissionais condizentes, resultará num aumento de produtividade, e na própria sobrevivência do hotel.

Portanto todo e qualquer negócio para ser lucrativo requer qualificação e constante atualização. Segundo Aldrigui (2007, p. 16), “os turistas são consumidores cujas características se ampliam, diversificam e mudam constantemente, e tudo isso na velocidade das informações”. Para isso faz-se necessário à busca constante dos profissionais de aprender e aprimorar-se sempre.

Por isso esta pesquisa objetiva analisar a situação da Hotelaria Independente em São Luís frente a concorrentes da Hotelaria de Rede, e mostrar quais os investimentos estão sendo feitos para encarar a concorrência.

Tendo como objetivos específicos identificar as ações de qualificação do profissional hoteleiro, a hospitalidade como diferencial para

fidelição de seus clientes; e conhecer a trajetória da hotelaria na cidade de São Luís, avaliando seus pontos fortes e fracos.

O tema foi escolhido considerando o interesse em estudar o quadro da hotelaria em São Luís com relevância na hospitalidade e a valorização do capital humano. Este interesse surgiu durante as aulas na universidade que ressaltavam a importância do tema para vida social e profissional. A partir daí veio à ideia de analisar como os empreendimentos hoteleiros de redes e independentes enfrentam a concorrência partindo da hospitalidade e a qualificação dos funcionários como diferencial.

No capítulo 2 descreve-se o surgimento da hotelaria do Maranhão, a evolução dos meios de hospedagem e a relevância do Hotel Central para a hotelaria de São Luís.

No capítulo 3 apresenta-se um breve histórico da hotelaria de rede desde o seu surgimento, destacando-se os principais pontos com a chegada no Brasil e na capital maranhense com ênfase nos benefícios e no tipo de administração.

No capítulo 4 aborda de forma cronológica o histórico da hotelaria independente dentro do território nacional, e os fatores responsáveis para o aparecimento dos meios de hospedagens, evidenciando as vantagens de sua administração.

No capítulo 5 analisa-se bibliograficamente o conceito da hospitalidade como diferencial no mercado, enfatizando-a como fator de competitividade e a valorização do profissional de hotelaria para se alcançar a qualidade no atendimento.

No capítulo 6 apresentará a metodologia que se dá pela caracterização dos objetos de estudo, métodos e técnicas utilizados no universo e amostra realizados através de questionários semi estruturados nos dias 15 e 26 de janeiro de 2017 baseados em um estudo de casos múltiplos: na Pousada Portas da Amazônia e Tulip Inn São Luís Praiabella. A pesquisa de modo geral buscou saber a forma de gestão, e o diferencial de seus serviços.

No capítulo 7 avalia-se e interpreta-se a pesquisa feita sob a ótica de renomados nomes da hotelaria independente e de rede, a hospitalidade e a importância da qualificação do profissional de hotelaria.

Assim este trabalho busca através de uma pesquisa bibliográfica e de campo avaliar como a hotelaria independente enfrenta a concorrência das grandes redes hoteleiras.

2 A HOTELARIA NO MARANHÃO

A atividade turística¹ no Maranhão, assim como em todo mundo veio como uma forte influência para setor econômico e social com a geração de emprego e melhorias na infraestrutura da cidade como a revitalização de partes históricas, urbanização de áreas abandonadas e a atração de novos empreendimentos. Logo o turismo da capital maranhense desde meados do século XIX atraiu e encantou o mundo por sua forte herança cultural e seu povo acolhedor, devido sua mistura étnica, costumes do povo nativo e a forte influência de seus colonizadores. (SEHAMA, 2014, p. 6).

São Luís apresenta um patrimônio cultural e histórico enorme no qual o conjunto desses bens conta a história de uma geração através de sua arquitetura, mobílias, utensílios e documentos, enquanto o patrimônio cultural é o conjunto de bens materiais e imateriais, que descreve a história de um povo através de seus costumes, comidas típicas, religiões, lendas, danças e linguagens. Diante de tanta riqueza a capital garantiu o título de Patrimônio Cultural da Humanidade desde ano 1997, pela UNESCO por possuir um rico conjunto arquitetônico do século XVIII.

Em vista disto se promove um sentimento de posse e de continuidade histórica, assumindo a função de atrativo turístico onde o patrimônio arquitetônico caracterizado pelas construções representativas, estilos, época de construção, técnicas construtivas utilizadas, entre outros. É inserido na dinâmica de uma atividade, que implica diretamente na vida social e cultural da cidade. (LOBÃO, 2010).

Os primórdios do turismo e conseqüentemente o desenvolvimento da hotelaria no Maranhão teve seu começo na cidade de São Luís. Segundo apontam os registros de hospedagens feitos pelos proprietários onde surgiu a partir dos modelos de hospedarias que já eram comuns em algumas partes do Brasil desde o século XVIII. Essas casas de hospedagens começaram a aparecer nos principais municípios do Estado dentre eles, São Luís, Caxias,

¹Atividade Turística é representada pelo conjunto de transações compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo. Informação obtida no site do Ministério do Turismo. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/index.html>. Acesso em: 10. Jun. 2017.

Codó por serem as cidades com maior desenvolvimento econômico e conseqüentemente o fluxo de viajantes era bem maior, por isso se concentravam nesses locais como suporte de abrigo para comerciantes viajantes e andarilhos.

Essas casas ofereciam dormitórios, lavatórios e algumas disponibilizavam a oferta de comida, e ao longo do tempo deram origem às primeiras pousadas e hotéis do Maranhão, especificamente na metade do século XIX. (SEHAMA, 2014).

No início do século XX, a capital maranhense era uma cidade que estava no ápice econômico, devido à expansão da indústria têxtil. Então a capital detinha de uma grande produção de algodão e de tecidos para suprir as necessidades locais, e principalmente o comércio exterior. Fator que atraiu um número cada vez maior de imigrantes do interior do Estado e de outras cidades mais próximas da capital.

Foi a partir do desenvolvimento da cidade que “o parque hoteleiro² de São Luís foi se estruturando. Onde as áreas que tiveram maior concentração dos meios de hospedagem foram os bairros da Praia Grande, Desterro, Madre Deus e Rua Grande”(Lobão, 2010 p.23). A escolha desses bairros se deu por estar localizado próximo ao centro da cidade, núcleo econômico e social da época.

Assim, São Luís inicia seu processo de desenvolvimento e crescimento urbano, pois à medida que a cidade foi crescendo economicamente favoreceu diretamente o desenvolvimento urbano. Em virtude disto houve a necessidade do surgimento de pousadas e hotéis para atender o grande fluxo de turistas e de migrantes que intensificou progressivamente especialmente nas décadas de 1940 e 1950.

Logo o crescimento da economia foi imprescindível para o surgimento dos primeiros meios de hospedagens no Maranhão, facilitando a descoberta não apenas de uma cidade próspera para o comércio como também com um forte potencial para o setor turístico do estado na dinâmica

²O Dicionário Lingue define “o parque hoteleiro como vasto, moderno e diversificado, incluindo hotéis, apart-hotéis, estalagens e unidades de Turismo de [...] habitação, com um serviço de bom nível e uma longa tradição de qualidade no turismo de negócios e de lazer”.

global econômica. Em virtude do grande fluxo de pessoas e da necessidade de pernoite.

2.1 A evolução dos meios de hospedagem em São Luís

De acordo com OMT (Organização Mundial de Turismo) nas décadas de 1810 e 1820 o que se chamava de hotel era pequenas acomodações no interior de algumas residências no centro comercial da cidade. Essas acomodações evoluíram passando a se chamar de hospedarias ou casas de hospedagem que, com o tempo foram ganhando mais características inovadoras em suas estruturas até chegarem à denominação de hotel. A hotelaria de São Luís, com o passar dos anos deixa de ser apenas dormitórios com acomodações simples para casas de hospedagens mais confortáveis.

Um dos primeiros hotéis fundados em São Luís pertenceu a José Maria da Silva Porto. O estabelecimento levava o nome de Hotel Maranhense e localizava-se na Rua do Sol, mas popularizou-se sob o nome de Hotel do Porto. No ano de 1860, funcionavam mais dois pequenos hotéis: a Hospedaria Econômica, no Beco do Silva ou dos Barraqueiros e o Hotel Caxiense, de uma sociedade de negociantes de Caxias, na Rua Grande. (SEHAMA, 2014, p. 21).

O Hotel do Porto não durou muitos anos, sendo substituído pelo famoso Hotel Central, localizado no Largo do Palácio no canto do Jardim da Sé, sendo o Hotel mais duradouro de São Luís considerado um marco para hotelaria maranhense que contribuiu fortemente para a expansão e desenvolvimento do turismo local.

Com o falecimento do dono Alfredo Champoudry o Hotel Central foi modernizado e incorporado junto ao Palácio do Comércio. Porém antes deste houve também outro hotel com grande destaque na capital maranhense o Maranhão Hotel, pertencente a Leôncio Cid Castro, com pequena estrutura, mas não chegou a durar 20 anos. Com a instalação do Hotel Central a hotelaria do Maranhão ganha uma nova proporção, pois além de favorecer o crescimento do turismo, ajudou a desenvolver o setor terciário e com ele, o crescimento urbano.

A história do Hotel Central retrata claramente o processo urbano da capital maranhense, visto que foi com a organização que a cidade se projetou como capital cultural e econômica do estado, por apresentar as características básicas de prestação de serviço (LOBÃO, 2010, p.47).

Por isso o Hotel Central, no bojo dessa mudança, representa um espaço vivo de relações, pois em sua dependência a vida acontece relatando as transformações positivas e negativas da cidade de São Luís num período histórico.

A década de 1960 foi marcada pelo aparecimento de outro grande hotel, o Lord Hotel. O proprietário, Antônio de Oliveira Maia, de origem portuguesa foi também uma pessoa de grande importância para o desenvolvimento da hotelaria no Maranhão ao adquirir um antigo sobrado localizado na Rua de Nazaré, 258-Centro, o adapta para um hotel em homenagem aos 350 anos da cidade de São Luís inaugurado no dia 8 de Dezembro de 1962. O Lord Hotel seguia o modelo dos hotéis da Europa desde a arquitetura a suas características funcionais.

Figura 1 - Lord Hotel



Fonte: tripadvisor.com.br

A partir daí surgiram outros hotéis em São Luís, no ano de 1963 inaugurou o Hotel Serra Negra, que funcionava como hotel, bar e restaurante, ocorrendo mais tarde um trágico incêndio que ocasionou seu fechamento. No fim da década de 1960, conforme a MARATUR (Empresa Maranhense de Turismo) em Moacir Neves um grande hoteleiro que construiu na Praia do Olho d'Água, o primeiro hotel do Maranhão com boate e piscina: o Olho d'Água Palace Hotel.

Em 1975, Moacir Neves construiu o Grande Hotel São Francisco, localizado no bairro de mesmo nome. Também nos anos 70 instalaram-se em São Luís dois hotéis de rede, um do grupo Vila Rica, situado na Praça Pedro II, no Centro Histórico da cidade e outro do grupo Quatro Rodas sendo até então os melhores e maiores meios de hospedagem da capital maranhense (SEHAMA, 2014, p.30).

Todos estes estabelecimentos foram responsáveis pelo crescimento do setor hoteleiro na cidade, favorecendo o aparecimento de novos meios de hospedagens. Com o passar dos anos a cidade de São Luís foi ganhando uma nova roupagem no setor da hospitalidade, descobrindo e criando novos roteiros turísticos para a divulgação e atração de turistas para a capital. Fazendo com que o nicho de lazer e entretenimento crescesse significativamente causando uma explosão de hotéis com demandas para os mais variados gostos.

2.2 Hotel Central e sua contribuição para a hotelaria de São Luís

O Hotel Central é considerado um marco para o desenvolvimento do setor hoteleiro do Maranhão. Construído no período em que a sociedade brasileira vivenciava o início da urbanização no século XX, a partir do processo de industrialização, que funcionou como um dos principais fatores para o deslocamento da população da área rural em direção à área urbana. Segundo o livro Memórias da Hotelaria em São Luís.

O Hotel Central foi dirigido por muitos anos pelo Francês Alfredo Champoudry, amigo dos intelectuais maranhenses[...]. Enquanto viveu, o seu hotel gozou de boa reputação entre os do norte do país, principalmente, pela sua organização e a excelência da cozinha e adega. O Hotel Central destinava-se quase que exclusivamente a viajantes comerciais. (SEHAMA 2014, p. 21)

O dono e administrador francês Alfredo Champoudry transformou sua culinária em um forte atrativo para os turistas e moradores mais afortunados da época. Sendo o único responsável pela firma Alfredo Champoudry & C. desde 1910 de acordo com a nota do Jornal Pacotilha.

Alfredo Champoudry, único responsável pela firma Alfredo Champoudry & C., proprietário do Hotel Central, comunica, que em 31 de dezembro próximo passado, retirou-se de sua firma comercial o sócio comanditário Sr. Harrison Alexander, embolsado de seu capital e lucrosa até aquela data e exonerado de toda e qualquer responsabilidade, conforme a escritura lavrada hoje em notas de tabelião Adelman Brazil Corrêa. Maranhão, 23 de fevereiro de 1911 557-3. (Jornal Pacotilha 1910-1938)

O ápice do hotel ocorreu entre as décadas de 1940 e 1970, período em que os serviços oferecidos o fizeram a maior referência no setor na época o hotel também era conhecido por “Palácio dos Holandeses”, no qual recebeu esse nome porque se acreditava que foi o local onde os holandeses se alojaram durante a invasão no século XVII. (LOBÃO, 2010)

Sua localização estratégica, no centro da cidade próximo às principais edificações como a Catedral Metropolitana da Sé, o Palácio dos Leões, o Palácio La Ravardiére, Fórum Estadual e o maior conjunto arquitetônico colonial português de toda a América Latina, fez do Hotel Central a referência maior para quem chegasse a capital maranhense e ainda hoje o importante prédio é admirado por todos que visitam São Luís (Lobão, 2010, p. 26).

O hotel era o ponto de encontro entre a alta sociedade que buscava prazer e bem-estar nas instalações e serviços prestados, ele continuou em seu apogeu até a morte do proprietário Alfredo Champoudry e sem um substituto legal que pudesse dar continuidades aos serviços, acabou fechando pela primeira vez.

No ano de 1936 a administração pública começou a demolir casarões velhos e cortiços no centro da cidade como uma espécie de “higienização” para construção de novas habitações e o Hotel Central foi um desses prédios a serem demolidos. (LOBÃO, 2010)

Em seu lugar foi construído um novo prédio com estrutura modificada, aumentando suas dimensões laterais, mas mantendo sua fachada

central, levando em consideração a preservação da arquitetura colonial, sendo instalado no prédio o Palácio do Comércio onde funciona até os dias atuais a Associação Comercial do Maranhão (ACM) criada em 1855, onde também funcionou um hotel que deram o nome de Hotel Central.

A 23 de dezembro de 1939, pelo decreto-lei nº330, o Governo do Estado do Maranhão dispunha-se a financiar a construção do Palácio, que a 4 de maio do corrente ano era solenemente inaugurado, possuindo acomodações para um hotel modelo, um museu permanente do produto do Estado e a sede da Associação Comercial. (SEHAMA, 2014).

Em 1943, a Associação Comercial construiu outro Hotel Central, tendo o Maranhão Hotel fechado, “por não comportar a praça dois hotéis”. O novo Hotel Central possuía 145 acomodações, localizadas no prédio de quatro andares, na Av. Pedro II, 258, com elevadores, cozinha, copa, rouparia, bar e pequena portaria no térreo, salão de refeições e outro onde funcionava o jogo.

Figura 2 - Hotel Central (Palácio do Comércio) em 2015



Fonte: Imirante.com

Uma parte do prédio foi alugada para o senhor Djalma Fonseca, continuando assim com o Hotel Central. Logo depois o hotel foi alugado pelo português Oliveira Maia um caixeiro viajante, em 1952. Além de oferecer os serviços de hospedagem oferecia também bar e restaurante com altos

padrões, onde era ponto de encontro para homens de negócios e a alta sociedade em geral, o hotel possuía também um salão nobre com lugar para orquestra onde eram realizados casamentos, aniversários de quinze anos, batizados, festas e comemorações.

Após 27 anos o hotel foi arrendado, pelo senhor José Gomes de Figueiredo que continuou funcionando com muito prestígio até a década de 1970.

O Hotel Central fecha definitivamente suas portas em 1994 em virtude do aparecimento de novos hotéis e principalmente da concorrência do Hotel Villa Rica inaugurado em 1980 situado na Praça Pedro II, no qual funcionou somente por cerca de dois anos, e mais tarde reabrindo com o nome de Grand São Luís Hotel. Nos dias de hoje o Hotel Central não funciona mais como empreendimento hoteleiro, porém atua como espaço para várias atividades exclusivas do setor terciário da Associação do Comércio do Maranhão.

No prédio atualmente só são utilizados três pisos do lado esquerdo: o térreo que funciona como a recepção principal e ainda nesse piso algumas salas são alugadas para restaurantes, agências de turismo, lojas de artesanatos e uma central de informações turísticas do Estado e os dois primeiros andares funcionam como a parte administrativa da Associação (Ver apêndice D).

O hotel embora desativado deixou seu legado arquitetônico e sua importância para a história de São Luís, contribuindo também para aceleração do desenvolvimento econômico da cidade, pois favoreceu a oferta de emprego, e também otimizou o trabalho de artesãos, carpinteiros, e vários outros profissionais que direta e indiretamente colaboram para sua prestação de serviços. Estimulando também o crescimento do turismo no Maranhão por ter sido uma grande referência em serviços de hotelaria e ter difundido a cultura local, culinária e nossos produtos naturais.

3 BREVE HISTÓRICO DA HOTELARIA INTERNACIONAL

As primeiras redes hoteleiras tiveram início na Europa com destaque para Inglaterra e a França e nos Estados Unidos, a partir da segunda metade do século XX, durante o processo em curso de concentração e centralização de capital, que atraía empresas de médio e grande porte para a operação em setores que demandavam altos investimentos e mobilização de capital para sua operação, como é o caso dos hotéis. (PROSERPIO, 2007).

No final do século XIX, a expansão da economia norte-americana provocou aumento no turismo de negócios e no de lazer. O conceito de apartamentos "double" e "single", bem como a disponibilização de utensílios para higiene pessoal e sabonete cortesia, remonta ao ano de 1829, numa iniciativa do "Tremont House", de Boston, considerado o maior e mais caro hotel da época. A continuidade das inovações veio com César Ritz, em 1870, ao construir o primeiro hotel em Paris, considerado o marco inicial da hotelaria planejada, que além de banheiro privativo, investiu na uniformização dos funcionários.

Nos anos 40 houve um crescimento dos meios de hospedagem nos Estados Unidos, na beira da estrada com intuito de atender às necessidades das famílias americanas que viajavam cada vez mais de automóvel. A partir daí foram surgindo os hotéis familiares, que deram origem posteriormente às grandes redes hoteleiras como *Hilton*, *Quality Courts Motels*, tendo origem logo depois às redes *Choice*, *Best Western*, *Marriot* e *Sheraton* e posteriormente unidas ao grupo *Six Continents*.

Na Europa, criaram-se, nesse período (décadas de 1950 e 1960), as redes *Novotel* (posteriormente incorporada ao grupo *Accor*), *Sol Meliá*, *Hotasa e Méditerranée*, dentre outras. Mas foi somente a partir da década de 1970, com a grande expansão do turismo no mundo e a globalização dos mercados, incentivando fusões e expansões de empresas para setores com as quais houvesse complementaridade e sinergia, que as redes hoteleiras incrementaram sua participação e expansão no plano internacional. (PROSERPIO, 2007).

Nas décadas de 50 e 60, a maior parte dos investimentos internacionais realizados por empresas multinacionais no setor de hospedagem

era de origem norte-americana e se realizava mediante investimentos diretos de capital. Dias (1990) destaca como fator relevante para o avanço do turismo o crescimento da participação do transporte comercial, o barateamento das passagens. Onde Proserpio (2007) aponta que “o avião foi o meio de transporte que revolucionou o turismo no nosso século” e a forte relação entre o crescimento acelerado das empresas aéreas regulares e o surgimento do hotel de cadeia ou rede hoteleira.

Segundo relatório da ONU (1982) apud Proserpio:

Havia, em 1978, 81 sociedades transnacionais de hotelaria, sendo nove originária de países em via de desenvolvimento. A maior parte das grandes cadeias é norte-americana. Sua origem é diversa: algumas foram constituídas por grupos hoteleiros recentes; outras tomaram como base um parque hoteleiro antigo. Muitas delas foram criadas por empresas com atividades complementares: companhias aéreas, grupos de restauração ou indústrias alimentícias. Das 81, 16 eram ligadas a companhias aéreas; seis, a tour operators; três, a sociedades de gestão; e 56, independentes. As 12 primeiras cadeias hoteleiras integradas contavam com quase um milhão de apartamentos no mundo, em 1981, sendo as seguintes: *Holiday inn*, *Novotel*, *Ramada Inn*, *Trust House Forte*, *Hilton*, *Howard Johnson*, *Day Inn of America*, *Quality Inn*, *InterContinental Hotels*, *Hilton Internacional* e *Club Méditerranée*.

No qual dessas 12 redes citadas como pioneiras no mundo, pelo menos oito têm presença destacada no Brasil, embora muitas delas tenham sido incorporadas por redes maiores, a exemplo da *Novotel* (hoje integrante da rede *Accor*), *Quality Inn* (rede *Choice*), *InterContinental* e *Holiday Inn* (rede *Six Continents*), *Ramada* (rede *Marriott*) e *Sheraton* (rede *Starwood*).

Para tanto com o aumento da demanda de viagens e de meios de hospedagens houve um acirramento da competição no setor, o que foi determinante para a necessidade de ampliar as escalas de operação, diminuir os custos e ampliar os locais de atuação e a busca de novos mercados (novos destinos) para atender agora um número cada vez maior de viajantes.

3.1 Breve histórico da chegada da hotelaria de rede no Brasil

A hotelaria no Brasil surgiu a partir do século XIX, com a chegada dos europeus que viam no novo mundo uma possibilidade de sucesso. As mudanças socioculturais trazidas pela mudança do capitalismo comercial ou mercantil para o capitalismo industrial favoreceram fortemente a chegada das redes internacionais no Brasil. (Cândido apud Correia, 2008)

Foi a partir da década 1970 com a forte expansão econômica, o aumento das viagens de negócios e hospedagem, o apoio de incentivos governamentais, o crescimento da indústria automobilística e transporte rodoviário determinaram o crescente deslocamento de viajantes domésticos e estrangeiros.

Com o Decreto da Lei nº 55 que criou a EMBRATUR em 1966, e criando também o Conselho Nacional de Turismo (CNTur) com intuito de formular, coordenar e dirigir a política nacional de turismo seguindo a política econômica vigente segundo a qual o setor público incentivava a implantação de novos segmentos da Matriz Industrial, ainda não instalados no país. (PROSÉRPIO, 2007, p. 67).

As medidas de incentivos funcionavam para atrair, sobretudo hotéis de luxo, que apresentava o maior crescimento no período de 300% entre os anos 1968 e 1981 e os de categoria superior com aumento de 265,4%. Somando as duas categorias, o total de hotéis passou 164 para 609, na época segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). (PROSÉRPIO APUD PANORAMA SETORIAL, 2007).

Esse crescimento teve destaque primeiramente nos grandes centros urbanos como São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Belo Horizonte. Segundo uma pesquisa do IBGE em 2011, essas quatro capitais ainda continuam com a maior participação na capacidade de hospedagem no Brasil.

Em 1971, foi inaugurado o primeiro hotel de rede internacional no Brasil o *Hilton Internacional Corporation*, no centro de São Paulo, o hotel possuía 400 apartamentos e era voltado para público de negócios, o que causou nos empresários do setor certa desconfiança por verem a introdução de novos métodos, sistemas e conceitos diferentes (DIAS, 1990).

Logo após o sucesso do *Hilton Internacional Corporation*, outras empresas internacionais perceberam as vantagens de se instalarem no Brasil.

Na década de 1970, a *Holiday Inn* assumiu a administração de dois hotéis Nivory, no interior de São Paulo, em meados da mesma década começaram a se implantar as redes francesas rede *Méridien* que iniciou suas atividades no Brasil em Salvador, associando-se ao grupo Sisal (da Bahia). No ano de 1974, foi inaugurado o Rio Sharaton e o *InterContinental Hotel Corporation* em companhia do grupo Brascan, que detinha o controle da companhia de energia Light e de duas empresas de Turismo- a Gávea Hotelaria e Turismo, e a Parati Desenvolvimento Turístico.

Em 1976, o Club Méditerranée instalou-se em Itaparica, na Bahia. No ano de 1977, a rede Novotel deu início às suas operações no país por meio de uma parceria com um conglomerado nacional, a BRASILPAR, empresa do grupo Moreira Salles que atua como assessora em finanças corporativas do Brasil. Com as portas abertas para as redes hoteleiras a competitividade e a qualidade dos serviços elevaram-se rapidamente prevendo a necessidade de profissionalização da gestão. O sistema de incentivos além da atração das redes hoteleiras gerou e expandiu a variedade de projetos de hotelaria por redes domésticas e iniciativas independentes, voltados principalmente para o segmento de luxo. (PROSÉRPIO, 2007)

Entre as principais redes domésticas que se expandiram durante o período foram:

Quadro 1 - Principais redes domésticas na década de 70

Grupo Othon	1972 a 1978	Salvador (Bahia Othon Palace) Rio de Janeiro (Rio Othon Palace) Belo Horizonte (Belo Horizonte Othon Palace) Fortaleza (Imperial Othon Palace Hotel) e Recife
Rede Eldorado (grupo Arão Sahn)	1973 a 1978	São Paulo (São Luís e Higienópolis) Araraquara Atibaia São José dos Campos e Cuiabá
Rede Tropical (controlada pela VARIG)	1973 a 1976	Acre, Manaus e João Pessoa
Rede Hotéis Reunidos S.A	1971	Horsa (de José Tjurs) e Rio de Janeiro (Hotel Nacional)

Rede Plaza	1958 e 1970	Santa Catarina (Ipanema Hotel), Porto Alegre (Hotel São Rafael), Blumenau (Hotel Hering), São Paulo (Caldas da Imperatriz)
Rede Deville	1974 e 1982	Paraná, Cascavel, Guaíra e Maringá
Rede Quatro Rodas (Propriedade do grupo Abril)	1976 a 1992	São Luís, Olinda e Salvador

Fonte: Prosérpio, 2007

O quadro da hotelaria permaneceu em crescimento até o começo dos anos 1980, com a economia instável os recursos do Fundo Geral de Turismo- FUNGETUR foram reduzidos e o que havia foram disponibilizados para financiar outros setores dentro do mercado de viagens, sobretudo agências de viagens.

Nos anos 90 começa uma crise econômica nos Estados Unidos, fazendo com que as redes hoteleiras busquem novas opções de investimentos. Os mercados emergentes são o alvo para o investidor. O Brasil, com uma política econômica recuperada e moeda mais forte, é um desses mercados e se beneficia com a entrada de novas redes no país. Fundos institucionais, construtoras e incorporadoras imobiliárias tornam-se novos agentes econômicos para o desenvolvimento hoteleiro, surgindo o formato de apart-hotéis, flats e condomínios hoteleiros. (Miranda apud Amaral E Carvalho, 2008).

Devido à estabilidade econômica, o aumento da renda da população, o financiamento de passagens aéreas e pacotes turísticos, pela maior concorrência em voos comerciais em função da desregulamentação do setor, possibilitou a diminuição das tarifas. Portanto esses fatores causaram o aumento do número de viagens e a demanda por hospedagem aumentou consideravelmente, resgatando o período de crescimento e de novos investimentos.

3.2 A hotelaria de rede em São Luís

Segundo Moreira apud Saldanha (1996) a Hotelaria no Maranhão e mais especificamente na capital, São Luís, caminhou a passos tímidos, porém neste caminhar os hotéis assumem importância decisiva. Nos últimos anos, o turismo em São Luís vem sofrendo grandes modificações, o que é visível em toda a cadeia produtiva ligada direta ou indiretamente a esta atividade econômica.

Neste sentido, acompanham-se crescentes mudanças no que diz respeito à quantidade de UH's (Unidades Habitacionais) dos meios de hospedagem. A comprovação desde fato pode ser observada através de dados coletados pela Secretaria Municipal de Turismo-SETUR/SL. Até 2000, a quantidade de UH's era de 1.536 (mil quinhentos e trinta e seis); já em 2005 estas passaram a ser totalizadas em um número de 2.441 (dois mil quatrocentos e quarenta e um), sofrendo um aumento de 59% (cinquenta e nove por cento). (MOREIRA, 2011 p. 22).

Em 2010, a Secretaria Municipal de Turismo (SETUR) realizou outra pesquisa no qual apresenta 76 meios de hospedagem cadastrados, totalizando 4.376 (quatro mil, trezentos e setenta e seis) UH's e 8.788 (oito mil, setecentos e oitenta e oito) leitos, totalizando um crescimento de quase 66% (sessenta e seis por cento) em comparação com 2005. Como mostra no quadro a seguir.

Quadro 2 - Hotéis e Pousadas inaugurados de 2000 a 2010

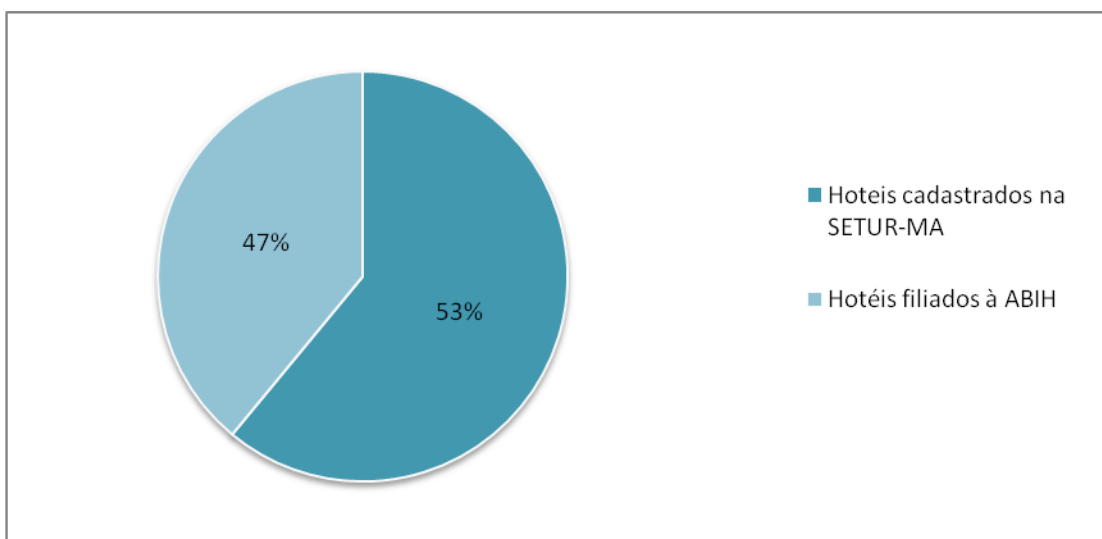
2000 a 2005	Hotel Abbeville Hotel SESC Turismo Olho D'Água Solare Bellagio Hotel Pousadas Portas da Amazônia Mercure Apartament São Luís Mont Blanc Rio Poty Hotel Solare Suítes American Flat
2005 a 2009	Grand São Luís Hotel Hotel Premier Solare Suítes Biarritz Solare Praiabella Hotel Solare Bellagio Hotel Expresso XXI Saint Louis L'authentique Cristal Hotel Litorânea Praia Hotel Holiday Inn

2010 a 2015	Bristol Express Green Smart Hotel Hotel adventure Hotel IBIS Hotel Luzeiros Hotel Pousada dos Franceses Hotel Saint Louis Pousadas das Águias Matriz e Anexo Pousada do Porto Pousada Maramazon Stop Way Hotel Veleiros Hotel
-------------	--

Fonte: Secretaria Municipal de Turismo- SETUR (2017)

Dos 76 (setenta e seis) meios de hospedagem, somente 36 (trinta e seis), são afiliados a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH-MA), como mostra o gráfico a seguir.

Gráfico 1 - Porcentual dos meios de hospedagem cadastrados juntos à ABIH e SETUR



Fonte: Secretaria Municipal de Turismo- SETUR, 2010

De acordo com a SETUR até 2010, a maior parte dos meios de hospedagem se localizava no centro da cidade por possuir diversos atrativos históricos e culturais, mas atualmente esse quadro mudou, pois com a dinamização da cidade “processo de urbanização” outras áreas como Calhau, Olho D’Água, Ponta do Farol e Ponta D’Areia se tornaram mais valorizadas por estarem próximas da orla marítima.

Quadro 3 - Os hotéis de rede associados à ABIH

ITEM	HOTEL	REDE
01	American Flat	BHG
02	Brisamar Hotel	Bristol Hotels
03	Hotel Ibis	Accor
04	Ponta D´Areia	Forte Hotéis
05	Number One	BHG
06	Resort Pestana São Luís	Pestana
07	Soft Inn	BHG
08	Tulip Inn Praia Bella	BHG
09	Veleiros	Forte Hotéis
10	Nobile Inn	Accor

Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH-MA), 2016. Adaptado pela autora.

De acordo com a ABIH-MA constam apenas 10 meios de hospedagens de rede cadastrados, e atualmente a rede de maior abrangência na capital maranhense é a BHG (*Brazil Hospitality Group*), considerada a terceira maior rede brasileira que detém e administra hotéis em todas as regiões do Brasil nos segmentos econômicos, *mid-scale*, *up-scale* e *upper scale*³. Representa também as marcas *Royal Tulip*, *Golden Tulip* e *Tullip Inn* no Brasil. A BHG ainda possui hotéis com bandeiras próprias, *Soft Inn* e hotéis sem bandeira como Marina Palace no Leblon – Rio de Janeiro e the Capital na capital de São Paulo.

O grupo *Accor* é considerado líder mundial no segmento de hospitalidade, a *Accor Hotels* que é composta atualmente por 18 marcas de hotéis que vão do luxo ao econômico. Conforme Costa (2011, p.26) o grupo chegou em São Luís em Setembro de 2001 com a marca *Parthenon*, conhecida apenas no Brasil como *Parthenon Mont Blanc*. Posteriormente, em 2007,

³Atualmente, as bandeiras hoteleiras estão agrupadas em quatro segmentos principais: *budget/supereconômico*, *economy/econômico* é oferecido o melhor custo-benefício para o cliente que busca por instalação e serviços básicos, *midscale/upscale* estão os hotéis que proporcionam um pouco mais de conforto e requinte nesses quesitos e *upper scale* conhecidos como verdadeiros hotéis de luxo e sofisticação.(Olivver, 2014) Disponível em < <http://olivver.com.br/blog/segmentacao-hoteleira-o-que-e-e-como-se-divide/>> acesso em 8, Jun. 2017.

visando ampliar reconhecimento Internacional, o hotel troca de marca para a famosa *Mercur*e conhecida mundialmente.

Em 1991 inaugurou seu primeiro hotel de marca Ibis Hotels na cidade de Fortaleza-CE. Essa marca é a representante da bandeira de hotéis econômicos do grupo *Accor*, somando 1.047 hotéis em 61 países. Sendo a maior bandeira de hotéis do grupo. Tendo presença em 3 cidades do Maranhão: Bacabal, São Luís e Imperatriz. (COSTA, 2011)

A rede portuguesa *Pestana Hotels & Resorts* chegou ao Brasil no ano de 1999. Somente em 2007 foi inaugurada em São Luís, uma unidade do grupo após a compra do antigo Hotel Quatro Rodas localizado na Av. Avicenia, 1, Praia do Calhau. Depois da reforma o hotel ficou mais moderno, contando com 124 apartamentos distribuídos em quatro pavimentos e divididos nas categorias de luxo, superior e executivo.

Bristol Hotels, fundada em maio de 1987, em Belo Horizonte tem parceira com a marca *Allia Hotels* e *Plaza Inn*. O Grupo opera 28 empreendimentos até 2015 com projeções para mais 33 hotéis em vários Estados que atuam no Brasil dentre eles Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Rio de Janeiro, Goiás, Maranhão e Tocantins. A maioria desses empreendimentos é de categoria econômica e é voltado para o público executivo, embora conste com um grande hotel de 5 estrelas e sete hotéis *upscales* e três hotéis de segmento de lazer.

Uma outra rede que teve grande destaque em São Luís foi o Grupo Solare genuinamente maranhense responsável pela operação de sete hotéis em São Luís, nas categorias budget (*Soft Inn*), econômico (*Expresso XXI*) e midscale (*Solare Hotéis e Suítes*), totalizando 858 quartos. Além destes, operava o hotel de luxo *Gran Solare Lençóis Resort* com 242 quartos, na cidade de Barreirinhas, localizado à beira do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Mas em 2012 o grupo é vendido para a rede BHG.

3.3 As vantagens e desvantagens da hotelaria de rede

As redes hoteleiras nascem da união de hotéis em torno de um objetivo em comum, que geralmente é atuar no mercado em vários destinos

turísticos, unindo assim esforços promocionais para conquistar uma boa parcela da clientela tendo maior abrangência na segmentação de negócios e lazer.

E de acordo com Centro de Produção Técnicas (CPT) na área de hotelaria o que leva o público de negócios a terem preferência por hotéis de rede são a infraestrutura, salas para reuniões, recursos tecnológicos, divertimento para os hóspedes. E no caso de pessoas que viajam com intuito de lazer eles levam em consideração fatores como a segurança, limpeza, infraestrutura adequada, para o atendimento de crianças de várias faixas etárias, boa rede de entretenimento, piscinas, restaurantes com facilidades e alimentos adequados, entre outros.

De acordo com Aldrigui (2007) participar de uma rede pressupõe se adequar e obedecer, uma série de normas, formas de proceder e exibição da marca, entre outras no qual são ditadas pela matriz da rede que tem como objetivo a padronização dos serviços, não importando onde o empreendimento está localizado, pois, em todo o mundo ele seria igual.

Os hotéis de redes impõem um alto controle de qualidade, em função dos padrões de serviços estabelecidos pelo grande reconhecimento nacional e internacional da rede onde cada país determina o sistema de classificação dos hotéis, mas com algumas semelhanças entre si. A classificação mais utilizada é representada simbolicamente por “estrelas” atribuídas a um hotel de acordo com a qualidade e conforto. No Brasil o órgão responsável pela classificação dos meios de hospedagem é o Ministério do Turismo (MTur) que utiliza o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass). Apesar de a maioria não utilizar o sistema de classificação oficial ou se utilizam não necessariamente esses meios de hospedagem não se enquadram nessa classificação.

Quadro 4 - Classificação dos meios de hospedagem

Hotel- de 1 a 5 estrelas	★				★	★	★	★	★
Hotel Fazenda- de 1 a 5 estrelas	★				★	★	★	★	★
Cama & café- de 1 a 4 estrelas	★					★	★	★	★

Resort- de 4 a 5 estrelas	★	★	★	★	★	★	★	★	★
Hotel Histórico- de 3 a 5 estrelas	★	★	★		★	★	★	★	★
Pousada- de 1 a 5 estrelas	★					★	★	★	★
Flat / Apart- Hotel- 3 a 5 estrelas	★	★	★		★	★	★	★	★

Fonte: Ministério do Turismo 2011;

Qualquer que seja a falha ocorrida em uma das franquias pode refletir de modo negativo no nome da rede hoteleira, afetando a sim a credibilidade das empresas afiliadas à cadeia. Pois as franquias desenvolvem manuais de uso da marca e de procedimentos operacionais nos quais são obrigados a seguir padrões estabelecidos de qualidade. E em geral, a empresa detentora da marca cobra uma taxa fixa, independentemente dos resultados obtidos para permanecer no grupo.

A hotelaria de rede em relação à hotelaria independente tem uma maior vantagem, por ser mais conhecida e atingir uma parcela maior de clientes ao mesmo tempo, e por sua vez este se torna muito mais exigente se falando de qualidade na prestação de serviços. De acordo com Miranda.

A entrada da hotelaria econômica de rede trouxe uma realidade não esperada pelo empresário da hotelaria independente, acostumados a não ter concorrentes tão fortes quanto ao Ibis e Formule 1, por exemplo, que chegam com arquitetura arrojada, pouquíssimos serviços, mas com preços baixos, tirando a clientela de muitos hotéis independentes. (MIRANDA, 2008)

Com a hotelaria de rede pensando em expandir suas marcas ela cria as categorias que vai desde a simples ao superluxo para abranger um número cada vez maior de clientes no mercado.

Aldrigui (2007, p.49) afirma que o hotel franqueado tem como vantagem, o direito ao uso da marca, dos modelos de gestão, dos serviços de marketing e de reservas, no qual as companhias de administração hoteleira têm a função de administrar propriedades que pertencem a outras empresas. A

partir disso os hotéis que participam de franquias podem se beneficiar de várias vantagens como um poder maior de compra e venda bem mais fortes e adentrar em novos mercados com maior rapidez e impacto.

Tais empresas se fundamentam no conhecimento (*know-how*) e na “*expertise*” de profissionais da área, e constituem uma ou mais marcas, a fim de agrupar vários hotéis que, por contrato, serão administrados segundo as orientações da companhia, integrando seu portfólio de produtos. (ALDRIGUI, 2007, p.50).

As redes apresentam uma ótima vantagem competitiva ao seu favor onde as mudanças tecnológicas são rapidamente implantadas, no qual oferecem melhor estrutura de vendas e *marketing*. E por possuírem vários hotéis em muitos destinos turísticos desde praias a locais próximos a centros comerciais e culturais a credibilidade aumenta frente ao consumidor.

Chon (2003, p. 66) “alega que uma das principais influências para a rede de hotelaria e seus clientes é a tecnologia ou a maneira pela qual as pessoas se utilizam das descobertas e invenções para satisfazer suas necessidades”. Os hotéis aos poucos estão aperfeiçoando suas técnicas em equipamentos e instalações e mudando seu posicionamento no mercado.

O consumidor atual de hospedagem é uma pessoa que está ligada a tudo o que acontece no mundo, tem acesso à *internet*, já viajou para vários lugares e sabe diferenciar produtos e serviços ofertados, o que torna esse cliente um hóspede mais exigente e o acesso à tecnologia favoreceu esse fator significativamente.

Um das principais influências para a rede de hospitalidade e seus clientes é a tecnologia, ou a maneira pela qual as pessoas se utilizam das descobertas e invenções para satisfazer suas necessidades [...] em suma, a tecnologia ampliou as possibilidades de viajar aumentando a prosperidade econômica, o tempo de lazer e a eficiência dos sistemas de transporte (CHON E SPARROWE, 2003, p.66).

O advento da tecnologia tornou serviços dispendiosos em tamanha rapidez e eficiência, acessíveis para uma parcela maior de pessoas. Proporcionado um aumento na frequência de viagens e um maior tempo de lazer. Devido à produção em massa e do grande impacto que a comunicação

tem sobre o poder de compra do consumidor, novas descobertas e invenções como sistemas informatizados de controle de estoque e diversos métodos de preparação de alimento, conforto, e a segurança estão disponíveis para um número cada vez maior de clientes.

4 BREVE HISTÓRICO DA HOTELARIA INDEPENDENTE NO BRASIL

No Brasil o surgimento dos primeiros empreendimentos hoteleiros teve sua origem com a administração familiar assim como o surgimento da hotelaria mundial. “A hotelaria tradicional é representada pelos meios de hospedagem independentes, típicos hotéis familiares, em geral de pequeno e médio porte”. (MIRANDA 2007, p.47)

Ela faz parte de uma grande parcela do mercado hoteleiro nacional, apesar das redes possuírem um número maior de unidades habitacionais, a quantidade de hotéis independentes é superior aos de redes.

Se analisarmos a história da hotelaria brasileira, é possível verificar que sempre está atrelada ao empreendimento familiar como uma opção secundária de incremento financeiro para seu proprietário, que já tinha outra fonte de renda. No entanto, a partir da segunda metade do século XX que realmente se percebe maior interesse no setor hoteleiro e na sua profissionalização devido ao forte impacto econômico no país, sendo um dos setores que mais necessita de mão de obra. (MIRANDA 2008).

Os primórdios da hotelaria no Brasil se dá com chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro (1808) onde muitos estrangeiros passaram a transitar pela cidade, criando dessa forma a necessidade de se construir meios de hospedagem mais preparados e com maior capacidade.

Devido à escassez de hotéis na cidade do Rio de Janeiro, a hotelaria brasileira começa realmente a aparecer como uma atividade mais forte somente no final do século XIX prolongando-se ao XX. Até então, ela não passava de alojamentos ou casas de pensão que se denominavam de hotel, com a intenção de elevar o conceito da casa, independentemente da quantidade dos quartos e do padrão dos serviços oferecidos. “Somente com a criação do Decreto nº. 1160, de 23 de dezembro de 1907, que isentava por sete anos, de todos os emolumentos e impostos municipais, os cinco primeiros grandes hotéis que se instalassem no Rio de Janeiro” (MIRANDA APUD ANDRADE, 2006, p.2).

Dentre os hotéis no Rio de Janeiro que tiveram maior destaque na época foram o Copacabana Palace, Hotel Glória, e Hotel Avenida. Outro fator

causador do crescimento da hotelaria foi o surgimento de cassinos que funcionavam junto aos hotéis, fortalecendo assim os hotéis de luxo. Além da cidade do Rio de Janeiro outros estados tiveram destaque com o surgimento de hotéis como São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Recife e Goiânia. Nas regiões de potencial turístico, na época dos hotéis-cassino, foi criado o Parque Balneário e o Atlântico, em Santos, o Grande Hotel de Poços de Caldas, o Águas de São Pedro (hoje hotel-escola do Senac), o Grande Hotel de Araxá, o La Plage do Guarujá, o Quisissana em Poços de Caldas, e o Palácio Quitandinha de Petrópolis.

No entanto, a proibição dos jogos de azar, em 1946, pelo decreto federal nº 9.215, assinado pelo General Eurico Gaspar Dutra, provocou o fechamento não apenas dos cassinos, mas de vários desses grandes hotéis, que tiveram que reestruturar suas atividades. A ocupação hoteleira caiu bruscamente. O turismo e a hotelaria sofreram um período de estagnação. A febre imobiliária nas grandes cidades direcionou a maior parte dos investimentos urbanos para a construção de prédios de escritórios e residenciais (Confederação Nacional do Comércio, Conselho de Turismo, 2005).

Mesmo ressentidos com a crise o setor de turismo e hotelaria reúne-se juntamente com o setor público para criarem ações de investimentos. Com a melhora na economia a hotelaria volta a crescer favorecendo também entrada das redes hoteleiras internacionais no país.

4.1 Hotelaria independente em São Luís

A hotelaria Independente na capital começou com as pequenas hospedagens de administração familiar e esse quadro se dá principalmente pelas pequenas pousadas que até hoje têm grande destaque no mercado por apresentar um maior número de hospedagens em relação à hotelaria de rede. Nos últimos anos vem sendo inaugurados hotéis independentes com estrutura bem mais arrojadas e modernas chegando a se comparar com hotéis de redes da capital maranhense.

Conforme Costa (2011) numa pesquisa realizada em 2009 pela SETUR em São Luís por regiões/ bairro da Praia Grande/Centro Histórico, São Cristóvão, São Francisco e regiões das praias. Nos quadros 05, 06, 07, 08.

Quadro 5 - Meios de hospedagem no bairro da Praia Grande/ Centro Histórico

Item	Meio de hospedagem	UH's	Leitos	Fundação
01	Albergue da Juventude Solar das Pedras	13	42	1999
02	Athenas Palace	22	36	1972
03	Hotel Cantaria	66	132	1983
04	Hotel Casa Grande	19	19	1990
05	Hotel Deodoro	30	56	1986
06	Hotel Pousada Vitória	09	21	2004
07	Lord Hotel	57	100	1952
08	Pousada Portas da Amazônia	36	103	2003

Fonte: Secretaria Municipal De Turismo- SETUR/ Coordenação de Análise Mercadológica, 2010.

Quadro 6 - Meios de hospedagem no São Cristóvão

Item	Meios de hospedagem	UH's	Leitos	Fundação
01	Boulevard Palace Hotel	28	93	1999
02	D'Lagus Hotel	40	80	1995
03	Hotel Santa Terezinha	12	25	1997
04	Ryad Hotel	59	85	1991
05	São Cristóvão	61	133	1992

Fonte: Secretaria Municipal De Turismo- Setur/ Coordenação de Análise Mercadológica, 2010.

Quadro 7 - Meios de hospedagem no São Francisco

Item	Meio de hospedagem	UH's	Leitos	Fundação
01	Hotel Abbeville	112	96	2000
02	Skina Palace Hotel	56	19	1991
03	Green Smart Hotel	105	105	2009

Fonte: Secretaria Municipal De Turismo- Setur/ Coordenação De Análise Mercadológica, 2010.

Quadro 8 - Meios de hospedagem independentes na região das Praias

Item	Meio de hospedagem	UH's	Leitos	Fundação
01	Brisamar Hotel	113	420	1999
02	Calhau Praia Hotel	78	156	1998
03	Hotel Luzeiros São Luís	243	515	2009
04	Hotel Costa Atlântico	30	88	2008
05	Hotel Pousada Solar da Praia	13	31	2007
06	Hotel Sambaquis	20	46	2009
07	Litorânea Praia Hotel	60	154	2007
08	Pousada Lagoon	14	26	2005
09	Pousada Olho D'Água	09	25	1989
10	Pousada Tambaú	34	54	2001
11	Premier Hotel	154	226	2005
12	Rio Poty São Luís	128	262	2003
13	San Fernando Praia Hotel	34	83	1999
14	São Marcos Hotel	60	120	1985
15	Sesc Turismo Olho D'Água	51	144	2000
16	Velamar Pousada Hotel	25	65	2003

Fonte: Secretaria Municipal De Turismo- Setur/ Coordenação de Análise Mercadológica, 2010.

Todos esses meios de hospedagem totalizam 58 (cinquenta e oito) que somam 2.190 (dois mil, cento e noventa) UH's, o que equivale o percentual de 61, 43% da oferta hoteleira em São Luís. Dentre esses hotéis e pousadas somente 17 são associados na ABIH-MA

Quadro 9 - Hotéis e pousadas associados a ABIH-MA

ITEM	HOTEL
01	Brisamar Hotel
02	Calhau Hotel
03	Costa Atlântico
04	Grand São Luís Hotel
05	Hotel Abbeville
06	Hotel Ilha Costeira

07	Hotel Premier
08	Hotel Ryad
09	Hotel Santa Luzia
10	Hotel Luzeiros São Luís
11	Pousada Chalé Praia R.
12	Pousada Colonial
13	Pousada da Praia
14	Pousada Maramazon
15	Pousada São Francisco
16	Hotel Saint Louis
17	Sesc Turismo Olho D'Água

Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH-MA), 2016.

Apesar de haver um número muito maior de hotéis e pousadas de acordo com a pesquisa da SETUR na capital maranhense, pouco são os empreendimentos associados pelo órgão representativo da categoria a ABIH-MA. E isso faz com que dificulte a avaliação de crescimento e desempenho para futuras ações de melhorias no mercado.

4.2 As vantagens e desvantagens da hotelaria independente

Os benefícios que a hotelaria independente oferece residem na autonomia e na flexibilidade da gestão do negócio, já que as decisões são tomadas e aplicadas com mais rapidez pelos proprietários, sem ter a obrigação de pedir autorização ou agir conforme as normas preestabelecidas (Aldrigui 2007).

Outra vantagem desse tipo administração é a hospitalidade como diferencial competitivo, ou seja, a forma como o ato de acolher é visto e vivenciada pelos hóspedes. De acordo com *The Good Hotel Guide* [O Guia do Bom Hotel]. Em princípio, não somos contra os grandes hotéis... Mas, segundo nossa experiência, eles muitas vezes não conseguem proporcionar a acolhida e o cuidado para o conforto do hóspede que são encontrados no melhor dos pequenos hotéis familiares. (LASHLEY E MORRISON apud *The Good Hotel Guide*, 2004, p. 11).

A declaração do *The Good Hotel Guide* não sinaliza que um hotel de rede seja desconfortável ou mesmo não demonstre preocupação com o conforto e o bem-estar de seus hóspedes, mas sim com a necessidade de cada cliente, uma vez que. Alguns se sentem mais a vontade com hotéis de pequeno porte, por darem uma impressão mais caseira, e podendo desfrutar da sensação de estar em casa e da informalidade durante sua estadia.

Contudo a administração familiar tem alguns pontos em desvantagens com relação à hotelaria de rede. Como afirma Aldrigui (2007, p.48) por serem únicos, de marcas com pouca expressividade, têm maior dificuldade em relação ao posicionamento no mercado, exposição e divulgação da marca. Com a chegada da hotelaria de rede fez com que os proprietários dos hotéis independentes percebessem as ameaças que o cercam.

Mas apesar dos hotéis independentes terem ou não a administração restrita aos familiares esses empreendimentos estão pouco a pouco caminhando para o mercado de forma bem mais preparada. A empresa *HRS Global Hotel Solutions* em 2016, listou 5 vantagens dos hotéis independentes de acordo com os dados da pesquisa "Como se comportam os hóspedes?", realizada pela Mapie e o blog de Tendência Disque9 em 2013.

- **Foco no Cliente:** Hotéis de rede devem seguir padrões estabelecidos pela marca. Do check-in ao check-out os colaboradores desses empreendimentos devem seguir um manual de conduta e operação. "Nos hotéis independentes, o foco é o cliente. Atendê-lo e satisfazê-lo fica mais fácil quando não há a necessidade de seguir normas pré-estabelecidas.
- **Identidade única:**A identidade dos hotéis independentes é única. Atender da melhor forma possível seus hóspedes, por exemplo, garante uma futura hospedagem. Como aponta o estudo da consultoria Mapie, o qual identificou que, na hora de escolher os empreendimentos, experiências positivas anteriores são o item que mais contam para os viajantes de negócios reservarem.
- **Menos Burocracia:** Sobre os motivos de irritação dos hóspedes, a mesma pesquisa revelou que as etapas mais desgastantes no processo de hospedagem são nessa ordem: o check-out, o check-in

e a reserva. "O que os hóspedes querem é menos burocracia e mais atenção às suas reais necessidades

- **Menos Custos administrativos:** Além das vantagens no relacionamento com os hóspedes, os hotéis independentes ainda têm menos custos com taxas administrativas e de marketing. Esses valores, geralmente, são para manter uma bandeira de renome. A independência em relação às estratégias comerciais e de distribuição permite maior flexibilidade de atuação, o que geralmente leva a uma maior visibilidade e menor tempo para reagir às mudanças.
- **Originalidade e serviços exclusivos:** Ter a liberdade de oferecer serviços exclusivos e personalizados, contar com uma estrutura moderna e enriquecer a experiência da hospedagem também garantem boa avaliação e maior exposição do hotel.

E mesmo diante das dificuldades de distribuição e a resistência que alguns empreendimentos têm, em aderir às inovações tecnológicas tanto na estrutura física quanto nos sites de divulgação do próprio hotel e outros canais de venda como páginas nas redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram). Os hotéis independentes têm várias vantagens como apresentadas acima e o que mais se destaca é forma de atender o cliente, que se caracteriza como a hospitalidade mais singela que uma pessoa pode oferecer ao visitante.

5 HOSPITALIDADE: diferencial competitivo

De acordo com Lashley e Morrison (2004, p 54), a “hospitalidade” é o nome que se dá à característica das pessoas hospitaleiras, [...] e pode-se definir o termo hospitalidade do seguinte modo: é a oferta de alimentos e bebidas e, ocasionalmente, acomodação para pessoas que não são membros regulares da casa.

Tendo em vista que a hospitalidade não é tida como uma obrigação de um contrato. Segundo Carmargo (2004, p. 16) “a hospitalidade começa como uma dádiva que parte de alguém e a retribuição é uma nova dádiva que implica um novo receber e retribuir num processo sem fim.” Portanto não é apenas de o ato de abrir as portas do estabelecimento e oferecer para o visitante a refeição e um bom quarto, mas também o elo que é criado entre o anfitrião e o hóspede. Como afirma Lasley apud Miranda (2008, p.8) “o entendimento mais amplo a respeito da hospitalidade sugere, em primeiro lugar, que esta é fundamental, o relacionamento construído entre anfitrião e o hóspede”.

Por isso a maneira como se trata ao cliente passa a ter mais importância que as regras do trabalho em si. Não que o processo de atendimento ao operar máquinas e equipamentos não seja relevante, mas não se deve valorizar mais esses requisitos em detrimento a hospitalidade oferecida às pessoas.

5.1 Significado e abrangência da hospitalidade

A hospitalidade se observarmos está em meio a nossas relações no cotidiano e ela pode ser percebida através de gestos simples, como uma saudação ou mesmo um sorriso e também nas relações de encontro em eventos como: festas de casamento, reuniões entre outros, mas de modo geral o conceito de ser hospitaleiro se dá, da seguinte forma:

“Podemos definir a hospitalidade como o ato de receber ou acolher bem o visitante, familiar, amigo ou desconhecido. Ou seja, a boa acolhida e atenção não somente aos conhecidos e não importando os interesses envolvidos”. (GODOI, 2008 p.18)

O ato de receber pessoas é bastante antigo, segundo alguns historiadores essa atividade de hospedagem ocorre desde a Grécia e Roma Antigas. Castelli (2010, p.25) afirma que “Grécia e Roma se constituem em uma importante referência na formação cultural das comunidades ocidentais, inclusive no tocante à hospitalidade”.

Na Grécia Antiga a hospitalidade ocupava um lugar aparte na ordem de valores na civilização, tendo destaque nos banquetes e nos *symposions* (locais destinados para eloquentes discussões), outro ponto era o fato dos viajantes serem recebidos pelos moradores da cidade, onde era bem recebido e passava a ser protegido durante sua permanência contra injúrias e agressões.

Para os gregos a hospitalidade era tida como algo sagrado, pois acreditavam que ao acolher um viajante era como se estivesse dando abrigo a Zeus. E ao infringir o direito a hospitalidade era tida como um crime por isso as cidades de Atenas⁴ e Corinto ficaram famosas pela boa acolhida dada aos viajantes. A partir daí houve a necessidade de se construir alojamentos que pudessem abrigar os grandes fluxos turísticos em especial pelos jogos olímpicos.

Na Roma Antiga o ato da hospitalidade se dar com a lenda dos irmãos Rômulo e Remo¹ no qual são acolhidos e alimentados por uma loba como princípio básico do hospitaleiro. Conforme Lashley e Morrison (2004, p. 2) a hospitalidade é o ato de dar alimento, bebida e acomodação e a história mitológica se enquadra muito bem no conceito. O império romano oferecia um dos princípios fundamentais da hospitalidade, a segurança aos viajantes por meio da *pax romana* (paz romana) que tinha um contexto sóciopolítico invejável em todos os territórios conquistados. Seguindo posteriormente com a realização da ceia (banquete) e todo o ritual que se seguia percebia-se a forte presença da hospitalidade nesses eventos.

Ainda que a hospitalidade seja tão antiga como é relatado pela história humana, a etimologia das palavras que a originaram são as mesmas

⁴Segundo a mitologia romana Rômulo e Remo são dois irmãos gêmeos, que foram abandonados quando crianças nas margens do Rio Tibre. Os dois foram salvos por uma loba que os amamentou, e tempos depois recolhidos por pastores e mais tarde Rômulo fundou a cidade que tomou o seu nome, após ter matado o irmão numa querela mesquinha. (CORNEEL E MATTHEUS, 1996)

que deram origem ao conceito de hospital. Conforme o Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis, a palavra “*hospitalidade*” que vem do latim “*hospitalitate*” é definida como: “*s.f.* qualidade de hospitaleiro; ato de hospedar, agasalhado; liberalidade com hóspedes”. O mesmo dicionário define a palavra hospitaleiro do latim “*hospitalariu*”, como: “*adj. e s.m.* aquele que dá hospedagem por bondade ou caridade; acolhedor; caritativo”.

O papel da hospitalidade é essencial para qualquer empreendimento que lida com o ser humano. Daí a importância para os hotéis, pois além de satisfazer as necessidades e desejos, a ela representa uma chave para acolher o hóspede de forma calorosa e agradável. Godoi utiliza o conceito de Boeger para definir o significado da palavra.

Segundo Boeger o significado da palavra latina *hóspes* (hóspede), resultou dos vocábulos *hospitalis* e *hospitium*, que na antiguidade designava os estabelecimentos utilizados para abrigar não apenas os viajantes e peregrinos como também os enfermos e outros doentes. Isso ocorria tendo em vista os locais que hospedavam os viajantes, senhores feudais, cruzados dentre outros viajantes, ser também o mesmo local onde os feridos e doentes eram tratados. (GODOI APUD BOEGER, 2008, p. 18)

Durante muito tempo a hospedagem era tida mais como uma forma de caridade do que como um negócio. Com o passar do tempo, as pessoas passaram a viajar por outros motivos, e uma dessas razões eram os negócios (troca de mercadorias, batalhas para conquista de novos territórios e aquisição de conhecimento) e os envolvidos com a hospitalidade passaram a cobrar pelos “serviços prestados” de acordo com a classe a que pertenciam.

A contribuição cristã foi de grande importância para o desenvolvimento da hospitalidade, pois foram os mosteiros primeiramente que fizeram a diferença dos serviços, “como colocar em um mesmo ambiente os menos favorecidos e doentes e aqueles nobres que estão de passagem?” (WALKER APUD ALDRIGUI, 2007, p. 22)

O crescimento dos meios de hospedagem está diretamente ligado ao advento dos meios de transporte. Já que a partir destes, os percursos passaram a ser feitos em menos tempo e conseqüentemente permitiu o prolongamento de trajetos, gerando a necessidade de novas hospedarias e estalagens para abrigar os viajantes.

Com o passar dos anos a hospitalidade foi ganhando várias dimensões no ato de dar-receber-retribuir possibilitando as inúmeras possibilidades de estudo derivadas a partir de seu conceito. Levando em consideração as várias formas de avaliar as discussões sobre os meios de hospedagem o quadro 10 apresenta fundamentalmente sobre o hospedar público e hospedar comercial, no qual muitas vezes estão aliados em seus serviços o alimentar e o entreter. (ALDRIGUI, 2007)

Quadro 10. Os tempos/ espaços da hospitalidade humana

	Recepcionar	Hospedar	Alimentar	Entreter
Doméstica	Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual.	Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas.	Receber em casa para refeições e banquetes.	Receber para festas e recepções.
Pública	A recepção em espaço e órgãos públicos de livre acesso.	A hospedagem proporcionada pela cidade e pelo país, incluindo hospitais, casas de saúde, presídios etc.	A gastronomia local.	Espaços públicos para lazer e eventos.
Comercial	Os serviços profissionais de recepção.	Hotéis	A restauração	Eventos e espetáculos. Espaços privados de lazer.
Virtual	Folhetos, cartazes, folders, internet, telefone e e-mail.	Sites hospedeiros e sites.	Programas na mídia e sites de gastronomias.	Jogos e entretenimento na mídia.

Fonte: adaptado de Aldrigui (2007).

Logo a hospitalidade é tida como uma relação de reciprocidade e troca, pois a criação de experiências memoráveis através de serviços que satisfaçam suas necessidades. Lashley e Morrison (2004, p.21) dizem que “o entendimento mais amplo a respeito da hospitalidade sugere, em primeiro lugar, que esta é fundamental, o relacionamento construído entre anfitrião e o hóspede”. A hospitalidade favorece tanto o processo comercial relacionado às

atividades de hospedagem que vai desde a acomodação, alimentação aos demais serviços de lazer como enriquece e amplia o ato de receber um cliente e proporcionar o resgate do calor humano está diretamente ligada a ética da hospitalidade.

Então o saber falar e tratar se torna mais marcante no momento da hospedagem do que o procedimento de trabalho em si, ou seja o hóspede se sentirá mais tocado pelo tratamento recebido do que toda a acomodação oferecida pelo meio de hospedagem. Chegar a um equilíbrio entre esses dois pontos requer muita maturidade, ou seja, uma experiência na gestão. Ao passo que um modelo de maturidade favorece a orientação da empresa na definição de seu plano de melhoria da qualidade e produtividade e na escolha de técnicas de melhoria compatíveis com seu estágio de maturidade gerencial. (SIQUEIRA, 2005).

Portanto é do tratamento que o cliente recebe no estabelecimento que depende na maioria das vezes a formação de uma imagem positiva ou negativa do hotel, da cidade ou mesmo do país. Por isso a expansão dos empreendimentos hoteleiros e a exigência por parte dos clientes requer dos profissionais que atuam na área uma formação ou treinamento especializado para que possam continuar com o ciclo dar- receber- retribuir. Onde a dívida de retribuição faz com que o receptor se torne disponível para retribuir.

5.2 Hospitalidade e competitividade

A humanidade, em uma linha do tempo migrou da era agrícola para era industrial e logo depois para era de serviços (Castelli, 2010). E nessa correria por transformação é o homem o principal agente de mudança e o que dá vida as empresas. Para as organizações prestadoras de serviços, a competitividade precisa de um quadro de funcionários bastante competente, com conhecimento, habilidades e atitudes necessárias para superar as expectativas dos concorrentes.

O desafio que, naturalmente, se impõe é o de praticar a cultura da hospitalidade em ambientes competitivos. Por um lado, a competitividade se acentua cada vez mais no cenário das organizações. Por outro lado, a cultura da hospitalidade pede passagem, nesse mercado globalizado e cada vez mais competitivo,

como paradigma diferencial e, ao mesmo tempo, compatível e viável. (CASTELLI E CASTELLI 2010, p. 101).

O crescimento das várias maneiras de encantar o cliente com o passar do tempo estão se aperfeiçoando com a evolução da tecnologia e um profissional mais preparado, que possa proporcionar uma experiência inesquecível e isso jamais acontecerá sem uma atitude hospitaleira. O tratamento gentil e educado será então a marca registrada daquela empresa, se tornando assim uma organização única para seus clientes.

Castelli (2010, p. 102) assegura que as organizações prestadoras de serviços necessitam apostar fundamentalmente na qualidade das pessoas, já que a excelência do serviço, condição da competitividade da organização, depende de como elas estão interagindo com os clientes.

Por isso as organizações precisam entender a estreita relação que existe entre o nível de educação e a capacitação dada aos colaboradores e sua concorrência. Uma relação muitas vezes de fácil compreensão, mas muito difícil de ser posta em prática. Castelli (2010, p.102) alega que “a competitividade só pode ser aprimorada por meio do investimento em tecnologia, sistemas e pessoas”.

Para qualquer empresa prestadora de serviços, a equipe de trabalho requer uma atenção especial, pois é ela que vai lidar diretamente com seus clientes, encantando e idealizando - os, por isso uma atitude hospitaleira dos colaboradores influenciará diretamente na qualidade dos serviços. A partir daí a cultura da hospitalidade passa a ser necessária para orientar a conduta de seus funcionários, fazendo com que as empresas se tornem mais competitivas no panorama atual do mercado.

E para manter-se no mercado, as organizações se munem de estratégias para agregar valor aos seus serviços utilizando-se de ferramentas apropriadas.

Portanto as empresas devem ter em mente a importância do elemento humano para obter o sucesso de seu negócio, e não pensar apenas no lucro, pois o aumento ou a diminuição de sua receita dependerá de como o administrador gerenciará seu capital humano.

Por isso qualquer organização que espere êxito a longo prazo deve aderir a essa filosofia, educando e reeducando todo mundo, dos altos executivos aos trabalhadores horistas⁵. (Castelli Apud Scholtes 1996 p, 69).

Onde esse trabalho deve ser aplicado de forma contínua visando sempre cumprir a missão da empresa que é oferece o melhor atendimento para seus clientes e isso só se dará não apenas com investimentos tecnológicos mais como fator principal nas pessoas que ali trabalham. E devido a exigência do mercado as empresas utilizam modelos de gestão que tendem a globalização⁶, e a partir da tecnologia e a busca pelo conhecimento é que resulta o “encantamento do cliente” conforme Castelli (2010) que refere-se a esse termo como a satisfação dos serviços do cliente diante dos serviços oferecidos pela s empresas, alcançando assim um processo de melhoria voltado ao novo e competitivo contexto organizacional.

5.3 O lado humano da qualidade

Com a globalização dos negócios, o desenvolvimento tecnológico, o forte impacto da mudança e o intenso movimento pela qualidade e produtividade, surgem uma eloquente constatação na maioria das organizações: o grande diferencial, a principal vantagem competitiva das empresas decorre das pessoas que nelas trabalham. São as pessoas que mantêm e conservam o *status quo* já existente e são elas – e apenas elas- que geram e fortalecem a inovação e o que deverá vir a ser.

Embora o processo tecnológico tenha trazido inovações e aperfeiçoamentos no seio da empresa hoteleira, o elemento humano continua sendo a peça fundamental, por isso, uma empresa que pensa em crescer deve investir em educação e treinamento, pois é

⁵Horista é aquele cujo pagamento é computado em horas trabalhadas e não em dias. Disponível em < <http://michaelis.uol.com.br/>> acesso em 9 Jun. 2017

⁶Globalização é um conjunto de transformações na ordem política e econômica mundial visíveis desde o final do século XX. Trata-se de um fenômeno que criou pontos em comum na vertente econômica, social, cultural e política, e que conseqüentemente tornou o mundo interligado, uma Aldeia Global. Disponível em < <https://www.significados.com.br/globalizacao/>> acesso em 9 Jun. 2017.

dele que vai depender todo o processo de acolhida do hóspede, resultando diretamente nos lucros da empresa, logo a formação da imagem positiva ou negativa do hotel, está diretamente ligada ao tratamento recebido. (Castelli, 2004, p. 36)

Tendo em vista que as pessoas produzem, vendem, servem, ao cliente, tomam decisões, lideram, motivam, comunicam, supervisionam, gerenciam e dirigem os negócios das empresas e outras pessoas, pois sem elas não pode haver organizações. No fundo, as organizações são conjuntos de pessoas e a maneira pela qual as elas se comportam, decidem, agem, trabalham, executam, melhoram suas atividades, cuidam dos clientes e tocam os negócios das empresas difere em enormes dimensões. Essa variação depende, em grande parte, das políticas e diretrizes das organizações a respeito de como lidar com os indivíduos em suas atividades.

É pensando nisso que hoje a maior parte das empresas vê a necessidade da qualificação dos talentos humanos para assegurar o nível de serviços propostos. Castelli (2000, p.50) lembra que um dos entraves para a modernização das empresas hoteleiras, chama-se falta de investimento na educação e no treinamento dos recursos humanos. Levando em consideração que o funcionário é a base do esquema operacional, evidencia a necessidade de estar preparado para assumir tais responsabilidades.

Apesar da importância de acompanhar a adesão de novos equipamentos e técnicas de gestão em detrimento do lucro, não se deve deixar de lado a essência da hospitalidade dada ao cliente. Castelli (2003, p, 38) cita um provérbio chinês que diz “se você quer um ano de prosperidade, cultive trigo. Se você quer dez anos de prosperidade, cultive árvores. Se você quer cem anos de prosperidade, cultive pessoas”.

As empresas que prezam pela qualidade de seus serviços devem primeiramente aprender a cultivar as pessoas como se fosse uma planta onde requer cuidados em seu cultivo até que ela cresça e dê bons frutos. Logo o crescimento pessoal de um profissional requer passar por um longo processo de ensino e aprendizagem. Onde resulta do conjunto de aptidões inatas de cada indivíduo e o ambiente que o cerca através da educação e treinamento. E a partir disto resultará a qualidade durante a interação com os clientes.

Os gestores de hotéis, enquanto aquele que se responsabiliza pelo aperfeiçoamento dos seus colaboradores deverá ter sensibilidade, suficiente para identificar as necessidades de seu cliente e ajustar com a realidade do empreendimento hoteleiro. (MIRANDA, 2008, p. 12)

Por isso que o responsável de conduzir seu quadro de funcionários deve estar sempre atento à situação do mercado e as necessidades do cliente para amenizar o maior número de falhas possíveis que dificultem a qualidade na prestação de serviços.

6 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho consiste em pesquisar, compreender e avaliar os métodos disponíveis para a realização desta pesquisa, baseando-se no universo, amostra, e instrumentos de coleta de dados. Etimologicamente a palavra metodologia vem do grego “*meta*” = ao largo; “*odos*” = caminho, “*logos*”= discurso, estudo. Definido assim o percurso a ser traçado na elaboração acerca do conhecimento.

De acordo com Prodanov e Freitas (2003) a metodologia consiste na ideia de examinar, descrever e avaliar os métodos e técnicas de pesquisa que possibilitem a coleta e o processamento de informações, tendo em vista o encaminhamento e à resolução de problemas e/ ou questões de investigação.

Na primeira parte deste capítulo remete ao método utilizado para o desenvolvimento da pesquisa e mostrar a caracterização dos objetos de estudo de casos múltiplos. Em seguida, serão apresentadas as entrevistas realizadas com os gestores dos hotéis escolhidos para compor o estudo de casos e por fim a análise de dados das empresas e as limitações presentes.

6.1 Caracterização dos objetos de estudo

A caracterização refere-se aos dois objetos de estudo contemplados pelo estudo de casos múltiplos: a Pousada Portas da Amazônia localizada na Praia Grande e Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella localizado no Calhau.

6.1.1 Métodos e técnicas

Segundo Gil (2016 p. 34), para que um conhecimento possa ser considerado científico é necessário que os métodos e técnicas para a construção deste conhecimento estejam claramente definidos.

A metodologia deste trabalho baseia-se num estudo de casos múltiplos com abordagem comparativa e análise qualitativa. A escolha desse tipo de pesquisa se deu por possibilitar uma investigação teórica e favorecer um estudo mais abrangente do conteúdo. Goldenberg (1999, p. 33) afirma que “O estudo de caso não é uma técnica específica, mas uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um

todo, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade”. Yin (2005) “ênfatiza ser a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados”. Através da análise mais profundo do objeto específico, o estudo de caso permite a penetração na realidade social, não obtida pela análise estatística.

Apresentando uma abordagem comparativa baseada na análise qualidade. Pois envolve o levantamento de dados sobre as motivações de um grupo, em compreender e interpretar determinados comportamentos, opinião e as expectativas dos indivíduos de uma população. Segundo Terence (2006, p. 2) a abordagem qualitativa, aprofundar-se na compreensão dos fenômenos que estuda as ações dos indivíduos, organizações no seu contexto social sem se preocupar com representatividade numérica, generalizações e estatísticas.

Quanto aos procedimentos técnicos, a maneira pela qual os dados para a elaboração deste estudo foram obtidos, foi de caráter bibliográfico e de campo conforme esclarecido abaixo:

- Bibliográfico: Foi elaborado com base em material bibliográfico já publicado tais como: livros, informações disponíveis em jornais, revistas e websites, artigos científicos, monografias, dissertações e teses.
- Pesquisa de Campo: Foram feitas duas entrevistas, realizadas com os gestores de dois meios de hospedagem a Pousada Portas da Amazônia no bairro da Praia Grande e o Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella no Calhau em Janeiro de 2017 a escolha se deu pela localização e a disponibilidade dos funcionários. Onde se buscou saber a forma de gestão, o diferencial de seus serviços e se são realizadas ações de qualificações com os colaboradores.

6.2 Universo da pesquisa e amostra

A pesquisa foi realizada na Pousada Portas da Amazônia e no hotel Tulip Inn São Luís Praiabella por apresentarem as características de

administração independente e de rede no qual é tema de estudo deste trabalho e também por estarem localizadas nas áreas turísticas de São Luís.

6.3 Instrumentos de coleta de dados

A pesquisa foi executada segundo o protocolo de estudo de casos múltiplos com os seguintes itens: processos da recolha de dados, planejamento da categorização; execução do roteiro do estudo de caso sendo um guia para o relatório e coleta de evidências, por intermédio de entrevista pessoal. (YIN, 2016, p 55)

Após a coleta de dados coletados foi feita a comparação a partir do conteúdo bibliográfico.

6.4 Estudo de casos múltiplos: Pousada Portas da Amazônia e o Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella

Nesta parte da pesquisa, serão analisados os dados coletados durante as entrevistas junto ao referencial teórico apresentado nos capítulos anteriores para comparação e análise qualitativa do estudo.

No estudo de caso da Pousada Portas das Amazônia entrevistou-se o gerente de recepção Jonas (nome fictício) com formação incompleta em Hotelaria onde desenvolve funções administrativas e técnicas referente a sua função no estabelecimento. Já o administrador geral tem formação em ensino técnico administrativo.

O estudo de caso do Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella, a entrevista foi realizada com a governanta Aucineide Soares com formação técnica e lida diretamente com a gerente do hotel no qual possui formação acadêmica em Administração.

6.4.1 Pousada Portas da Amazônia

A Pousada Portas da Amazônia localiza-se na Rua Vinte e Oito de Julho, 129 – Centro/Praia Grande na área do Reviver, É o tipo de administração independente em sociedade com amigos, possui 36 UH's. (Ver apêndice D).

A Pousada nasceu da restauração arquitetônica de uma casa colonial do ano de 1835, no centro histórico da cidade de São Luís. A restauração foi feita respeitando as estruturas originais, sendo que o local foi decorado utilizando vegetação e materiais da região como cipó, vime, bambu, palha e pedra, enriquecem o ambiente valorizando toda a pousada proporcionando uma experiência relaxante e inesquecível. Os apartamentos da pousada foram restaurados mantendo o equilíbrio e o espaço da estrutura original e o seu estilo colonial. A Pousada Portas da Amazônia se funde com a cidade, refletindo a rusticidade, o calor e a história em cada aspecto: desde a fachada em estilo colonial, as grandes paredes de pedra internas e o jardim interno. Com treze anos de funcionamento, a Pousada Portas da Amazônia vem passando por processos de melhoria contínua, tanto no atendimento quanto na estrutura de seus apartamentos e áreas comuns (PORTAL PORTAS DA AMAZÔNIA, 2017).

6.4.2 Hotel Tulip Inn São Luís Praiabella

Tulip Inn Praiabella localizado na Av. Litorânea,46 - Calhau, São Luís numa das principais áreas turísticas da cidade pertence a rede hoteleira BHG com 06 anos de funcionamento e possui 77 UH's. A marca Tulip Inn os hotéis de categorias 3 estrelas (auto-classificação) com localização conveniente que oferece acomodações confortáveis e funcionais. Estes hotéis têm o intuito de oferecer ao executivo e ao turista serviços de custo benefícios. (Ver apêndice D).

O foco da empresa está na modernização dos seus conceitos e produtos, na implementação dos mais avançados métodos e tecnologia de gestão e distribuição, bem como na evolução do serviço e acolhimento a todos que viajam a lazer ou negócios (BHGTULIPPINN, 2017)

A rede tem como missão, visão e valores:

- Missão

Hospedar e fazer as pessoas se sentirem bem.

- Visão

Ser referência no setor hoteleiro brasileiro para funcionários, hóspedes, investidores e parceiros de negócios.

- Valores
 - Pensar grande
 - Transparência
 - Retorno aos investidores
 - Excelência em execução
 - Espírito de servir
 - Meritocracia

7 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o crescimento do turismo os empreendimentos hoteleiros são, como vistos anteriormente elementos fundamentais da atividade turística. Sem os meios de hospedagem o turista não pode permanecer em um lugar, em consequência disso não pode usufruir de todas as atividades que o envolvem.

Os dois meios de hospedagem estudados se diferenciam enquanto o tipo de administração onde o Tulip Inn Praiabella faz parte da rede hoteleira *BHG Brazil Hospitality Group* o que torna a administração mais restrita a normas da marca a serem seguidas. Conforme Aldrigui (2007, p. 48). “Fazer parte de uma rede supõe adequação, ou obediência, a uma série de orientações ligadas a normas, procedimentos e exposição de marca, entre outras”.

Enquanto a Pousada Portas da Amazônia é um meio de hospedagem independente o que facilita a autonomia e a flexibilidade na tomada de decisões.

No quesito quantidades de UH's o hotel supera em 41 unidades a pousada: o Tulip Inn Praiabella possui capacidade para 77 UH's à medida que a pousada detém apenas 36 UH's Segundo Miranda (2006, p 2) “Nos dias atuais, apesar das redes possuírem maior número de unidades habitacionais, a quantidade de hotéis independentes é superior ao de rede, seja nacional ou internacional”. Por isso no mercado os meios de hospedagem independentes em contrapartida ao número de leitos possuem um potencial muito grande de expansão principalmente em áreas onde as redes ainda não são tão fortes.

As formas de vendas dos 2 meios de hospedagem são feitas pelo *site* próprio, Tripadvisor, Trivago e Booking. Como se ver os empreendimentos estão em concordância no quesito formas de venda.

Uma das questões foi elaborada como intuito de saber quais os principais motivos da viagem dos hóspedes do hotel/ pousada estudado e com base nos possíveis motivos de viagem contidos na Ficha Nacional de Registro de Hóspede (FNRH) cujo modelo foi estabelecido pelo Decreto Nacional nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010. (Santos, 2016). (anexo A)

A maior motivação, do público em se hospedar na Pousada Portas da Amazônia é mais voltado para lazer/ férias com o público-alvo de estrangeiros e a preferência se dar não só pela localização quanto pela arquitetura do ambiente.

No hotel Tulip Inn o público-alvo são brasileiros que vêm à cidade para negócios/ lazer, a escolha se dar principalmente pela localização, e serviços prestados. “O fator localização demonstra ainda ser um fator determinante na decisão de compra do cliente”. (WANDERLEY apud ARAUJO 2016).

Levando em consideração outros motivos que fazem o diferencial no hotel como:

Quadro 11 - Fatores considerados diferenciais para a pousada e para o hotel

Pousada Portas das Amazônia	Tulip Inn São Luís Praiabella
Localização	Localização
Arquitetura	
Serviço de despertador	Serviço de despertador
Frigobar	Frigobar
Chamada de táxi	Chamada de táxi
Venda de bilhete para eventos culturais	Venda de bilhetes para eventos culturais
Serviços de informações turísticas	
Agenciamento de passeios	
Quartos com ar condicionados e cofre	Quartos com ar condicionados e cofre
WIFI	WIFI
Computadores	Computadores
	Academia
	Piscina
	Estacionamento
Sala para eventos	Sala para eventos

Fonte: Dados coletados em campo (2017).

Como demonstrado na tabela acima, os fatores que divergem no quesito diferencial são: a arquitetura, os serviços de informações turísticas e agenciamento de passeios. Embora a Pousada seja de menor porte, ela busca oferecer serviços que a diferenciem dos demais concorrentes. E isso é um fator

imprescindível para permanecer no mercado de serviços onde tanto, a dinâmica de gestão quanto as necessidades dos clientes estão sempre em processo de mudanças.

O usuário do hotel contemporâneo não quer ir a um hotel apenas para passar a noite. Ele está em busca de novos conhecimentos. Ele quer ir a um hotel que ele jamais imaginava que existiria. O resultado desta mudança de paradigma projetual foi o renascimento da busca da personalidade dos espaços nos hotéis. Surgiu uma reavaliação do rol de atratividades como ponto de atividade social. (ARAUJO APUD UREN et al., 2016, p.53).

A partir disto o novo cliente visa desfrutar não apenas das experiências cotidianas mais um consumo cada vez mais dependente do desenho e na forma que são oferecidos a eles.

Os outros serviços que são oferecidos pela pousada e o hotel como podem ser vistos na tabela abaixo:

Quadro 12 - Outros serviços oferecidos

Pousada Portas das Amazônia	Tulip Inn São Luís Praiabella
Recepção	Recepção
Refeição (Café da manhã, e Pizzaria/ restaurante aberto ao público para jantar)	Refeição (Café da manhã, almoço e jantar aberto ao público.e room service 24 h)
Lanvaderia	Lanvaderia
Mensageiro	Mensageiro
Reservas	Reservas

Fonte: Dados coletados em campo (2017).

Já nas ofertas de serviços mais essenciais da hotelaria estão presentes nos dois estabelecimentos com diferença apenas na oferta de refeição enquanto a pousada oferece café da manhã e jantar o hotel dispõe de café da manhã, almoço e jantar aberto ao público e o serviço de *room service* 24 horas.

Questionados sobre a quantidade e o nível de escolaridade de seus colaboradores a Pousada Portas da Amazônia detém: de 19 funcionários. No nível gerencial apenas 1 pessoa possui o curso de Bacharel em Hotelaria

incompleto. E os demais com formação em nível operacional dispõem do ensino médio e cursos técnicos em outras áreas.

Castelli (1996, p. 69) afirma que “dentro do enfoque da gerência da qualidade total, tudo começa com a educação que não termina nunca, pois a educação é um processo direcionado para a perfeição”. A partir desse ponto a organização deve sempre atentar para necessidade de investir na educação e treinamento do quadro funcional. Não como algo estagnado, mas contínuo. A mudança na gestão de pessoas não se limita apenas na maneira de conduzir seu quadro funcional, mais no formato de recrutar novos funcionários.

Quando perguntando sobre a forma de recrutamento a pousada disse ser feita por meio de anúncios em jornais e rede sociais. Muitas empresas têm optado por essa forma de recrutamento *online* por ser um dos meios mais úteis e dinâmicos da tecnologia de informação na área de gestão de pessoas. Um artigo divulgado pela revista *Perspectivas Contemporâneas* destaca o porquê do uso da tecnologia para tal finalidade “se dar pela vantagem da redução do tempo entre o envio do currículo e a contratação, isso tem levado empresas ao preenchimento, também de cargos médios, com currículos recebidos através da rede” (Stivaletti, 2000 Apud Abreu, Baldanza, 2014, p. 55).

Quanto as qualificações dos funcionários, a pousada não realiza cursos profissionalizantes, mas sempre que possível libera os funcionários para participarem de cursos de idiomas e áreas afins voltadas para o turismo quando eles se mostram interessados. O interesse maior pelos cursos de idiomas se dá principalmente por o estabelecimento ter como público-alvo estrangeiro. E para a hotelaria a fluência em outro idioma é imprescindível pela dinamização e atuação da atividade.

No Hotel Tulip Inn São Luís trabalham 26 colaboradores. No nível gerencial 1 pessoa com o curso de Administração de empresas e 1 pessoa cursando Bacharel em Hotelaria. No nível operacional com formação no ensino médio e cursos técnicos em outras áreas. O processo de recrutamento é feito por indicações e recrutamento interno e não possui ação de qualificação para os colaboradores.

Essa forma de recrutamento é também um meio muito utilizado pelas empresas por fazer o aproveitamento do capital humano já existente na

empresa, que serve como um grande fator de retenção e motivação refletindo diretamente na autoestima. Moller apud Castelli (1996, p. 62) cita que “o grau de reconhecimento pelo seu trabalho, além dos resultados tangíveis que recebe, influencia grandemente no nível de desempenho”.

Isso fará com que os colaboradores se sintam valorizados para realizar suas tarefas com dedicação e êxito. Refletindo na imagem da empresa e conseqüentemente na lucratividade do hotel.

Logo os resultados obtidos mostram que tanto o hotel quanto a pousada investem na inovação tecnológica para melhorar os serviços ofertados onde cada um mostrou seu diferencial de acordo com sua demanda. Porém a capacitação dos funcionários ainda não é considerada um quesito muito importante pelos meios de hospedagem.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hotelaria é um ramo que está em constante mudança. Antes tida apenas para suprir as necessidades de repouso, alimento e bebida, hoje os serviços ofertados ultrapassam os quesitos básicos da hospedagem. A concorrência acirrada e a modificação dos hábitos dos clientes desafiam o empresário deste setor.

Logo a maneira como a administração de um estabelecimento é realizada define muito do seu futuro sucesso. A forma de gerir os empreendimentos hoteleiros sofreu enormes modificações com o processo de globalização que influenciou fortemente seu crescimento. Mesmo com a chegada das redes hoteleiras no Brasil a quantidade de meios de hospedagem independentes é superior aos de rede, e esse quadro se reflete também na cidade São Luís.

Mesmo a hotelaria de São Luís tendo referências de qualidade e atendimento com a instalação do antigo Hotel Central sofreu um grande impacto com a chegada dos hotéis de rede. Antes mesmo da instalação das redes hoteleiras os hotéis e pousadas já vinham melhorando suas instalações pelas crescentes demandas. Acostumados na forma de gestão familiar e nem tanto preocupados com a competitividade do mercado. Aos poucos se veem obrigados a mudar sua forma de administrar

Dessa forma, a pesquisa evidenciou as formas que os hotéis e pousadas usam como estratégias de inovação com técnicas e ferramentas para permanecer no mercado. Essas mudanças refletem diretamente na fidelização dos clientes. Embora algumas pesquisas coloquem o meio de hospedagem independente em desvantagens os resultados obtidos a partir das entrevistas mostram que os pequenos empreendimentos hoteleiros estão aos poucos aderindo as inovações tecnológicas. Sabendo aproveitar muito bem seu diferencial e oferecer os serviços que estão ao seu alcance.

E o que se pode dizer é que ambos os estabelecimentos têm suas vantagens e desvantagens. Enquanto na pousada a tomada de decisão é feita de forma mais rápida, é muito mais fácil, por exemplo, fazerem mudanças estéticas no ambiente entre outras coisas, e um dos empecilhos encontrados foi à dificuldade de fazerem mudanças arquitetônicas por ser um prédio

tombado como patrimônio histórico, mas o que pode ser um ponto negativo acaba sendo também um ponto positivo. Pois o diferencial se enquadra justamente nessa arquitetura da pousada. Já o hotel, precisa da autorização de sua matriz para efetuar qualquer mudança. Isso de certo modo acaba dificultando algumas ações do dia- a -dia. Mas em contrapartida a questão do investimento na estrutura e aplicações tecnológicas são muito mais rápidas pela necessidade de padronização.

Embora a pousada e o hotel tenham investido duramente nas tecnologias e *design* ainda deixam muito a desejar quanto à qualificação e treinamento dos colaboradores, pois ainda não conseguem enxergar a importância de tal. As empresas devem ver os gastos e incentivos aos funcionários não como prejuízo mas sim como investimento. Priorizando a necessidade da educação e treinamento. Pois profissionais capazes são aqueles que possuem: uma boa qualificação profissional, capacidade de recuperação, espírito de serviço e de equipe.

Por isso as empresas prestadoras de serviço devem apostar fundamentalmente na qualidade do elemento humano, já que a excelência do serviço, a condição de competitividade e a sobrevivência da empresa, dependem de como esse elemento humano está interagindo com os clientes.

Contudo os gestores do setor hoteleiro esquecessem-se do sentido real da hotelaria, o saber servir de forma que satisfaça não só ao hóspede mas também ao colaborador. A hospitalidade deve ser vista e vivida de forma conjunta, onde um precisa do outro para manter esse elo. Isso só vai acontecer se as ambas as partes tiverem satisfeitas.

Conclui-se que o estudo sobre a hotelaria independente e a rede de acordo com objetivos deste trabalho foi satisfatório. Pois pode analisar a competitividade de ambos os empreendimentos e como cada um está se sobressaindo no mercado, aproveitando as oportunidades que os cercam e investindo em melhorias que torne diferencial em seu empreendimento como melhor escolha.

REFERÊNCIAS

ABREU, N. R. De; BALDANZA, R. F.; Ataíde, J. A. R.; SERQUEIRA, I. F. G. **E-Recrutmento Setor Hoteleiro: Cenário Atual e Potencialidades em Salvador e Maceió.** 2012. Disponível em: <<http://revista.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas>>. Acesso: 21 jun 2016.

ALDRIGUI, Mariana. **Meios de hospedagem.** São Paulo. Aleph. (coleção ABC do Turismo) 2007.

ARAÚJO, Raphaella Cristina S. **IBIS Style ANHEMBI: Inovação no conceito de design da Rede Accor Hotels como estratégia de marketing hoteleiro.** Universidade Federal do Maranhão- São Luís. MA, 2016.

Carmago, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade-** São Paulo: Aleph, 2004 (Coleção ABC do Turismo).

Castelli, Geraldo **Excelência: uma abordagem prática.** Rio de Janeiro: Qualitymark, ed. 1996.

_____. **Ô de casa! Hospitalidade:** uma vantagem competitiva. Canela: Castelli Escola Superior de Hotelaria, 2010.

_____. **Administração hoteleira.** 9 ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

CORNELL, Tim e Matthews John. **Grandes impérios e civilizações, Roma legado de um Império** vol.1/ ed. del Prado, 1996;

CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade:** conceitos e aplicações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CORREIA, Jonilson Costa. **O Tecnólogo em Hotelaria e o Mercado de Trabalho na cidade de São Luis.** Universidade Federal do Maranhão-São Luís. MA, 2008.

COSTA, Gilvânia de Jesus Castro Corvelo. **A hotelaria em São Luís: um estudo da hotelaria familiar e de rede internacionais,** 2011.

CONFEDERAÇÃO Nacional do Comércio, CONSELHO de Turismo **Breve história do turismo e da hotelaria** /. – Rio de Janeiro, 2005. Disponível em <<http://www.portaldocomercio.org.br/media/brevehistoricodoturismoedahotelaria.pdf>> acesso em 21 Jun. 2017.

GODOI, Adalto Felix de. **Hotelaria hospitalar e humanização no atendimento em hospitais.** 2 ed. São Paulo: Ícone, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa-** 4 ed. São Paulo: Altas, 2007.

GOLDENBERG, Mirían. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa**. 8 ed. qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2004.

LASLEY, Corand. MORRISON, Alisson. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Bauri, SP: Monole, 2004.

LOBÃO, Walter Jansen de Mello. **Hotel Central, um marco na hotelaria maranhense: do ápice ao declínio**, 2010.

LINGUEE. **Diocionário Inglês- Português**. Disponível em <http://www.linguee.com.br/> acesso em 20 abr. 2017.

MIRANDA. Luiz César de. **Hotelaria Independente: Um Enfoque No Mercado Hoteleiro De Cuiabá-M.T**. Universidade Anhembi-Morumbi – São Paulo, 2006.
_____. **Hotelaria Brasileira: Hospitalidade como vantagem competitiva**. IX Congresso Nacional de Excelência Gestão. Niterói-RJ, 2008.

MICHAELIS Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Disponível em <http://michaelis.uol.com.br/> acesso em 20 de junho de 2017.

PROSERPIO, Renata. **O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2007.

PACOTILHA. Jornal. Disponível em http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=168319_02&pagfis=1553&url=http://memoria.bn.br/docreader/ > **Alfredo Champoudry 1910-1938**. Acesso em: 14 Jun. 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. – 2.ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em <http://www.feevale.br/cultura/editora-feevale/metodologia-do-trabalho-cientifico---2-edicao>>. Acesso em 28 dez. 2015.

PORTAS, da Amazônia. <http://portasdaamazonia.com.br/acomodacoes.php> acessado em 22/6/2017

SINDICATO, empresarial de hospedagem e alimentação- SEHAMA. **Memórias da Hotelaria no Maranhão**. São Luís, 2014.

SCHAPOCHNIK, Cláudio. **HRS Global Hotel Solutions**. Pantoras estratégico para o profissional de turismo hotelaria. Disponível em http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/hotelaria/hotelaria-independente-e-espontanea-e-verdadeira-diz-hoteleiro_114488.html > 14 de junho de 2017


SECRETARIA. Municipal de Turismo. SETUR. **Análise Mercadológica dos Meios de hospedagem**, São Luís- MA, 2017.

TULIP, inn hotel praiabella <http://www.bhghoteis.com.br/hotel/tulip-inn-sao-luis-praiabella/> acessado em 21/06/2017.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Trad. Ana Thorell. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Anexo A -Ficha Nacional de Registro de Hóspedes- FHRH

ANEXO 1

		GOVERNO DO ESTADO SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA FNRH		
FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDES				
PESSOA JURÍDICA:			REG. EBT:	
EMPREENDIMENTO:			TIPO:	CAT:
ENDEREÇO:		CEP:	MUNICÍPIO:	UF:
FAVOR USAR ESFEROGRÁFICA E LETRA DE FORMA - PLEASE BALL POINT AND BLOCK LETTERS:				
NOME COMPLETO - FULL NAME			TELEFONE - TELEPHONE	
PROFISSÃO - OCCUPATION	NACIONALIDADE - NATIONALITY	IDADE - AGE	SEXO - SEX	
		_ _	M 0 F 2	
DOCUMENTO DE IDENTIDADE - TRAVEL DOCUMENT				
NÚMERO	TIPO	ÓRGÃO EXPEDIDOR		
NUMBER	TYPE	ISSUING COUNTRY		
RESIDÊNCIA PERMANENTE - PERMANENT ADDRESS		CIDADE, ESTADO - CITY, STATE PAÍS - COUNTRY		
ÚLTIMA PROCEDÊNCIA - ARRIVING FROM (CIDADE, PAÍS - CITY, COUNTRY)				
PRÓXIMO DESTINO - NEXT DESTINATION (CIDADE, PAÍS - CITY, COUNTRY)				
MOTIVO DA VIAGEM - PURPOSE OF TRIP				
TURISMO	NEGÓCIO	CONVENÇÃO	OUTRO	
TOURISM	BUSINESS	CONVENTION	OTHER	
7	9	2	4	
MEIO DE TRANSPORTE - ARRIVING BY				
AVIÃO	NAVIO	AUTOMÓVEL	ONIBUS/TREM	
PLANE	SHIP	CAR	BUS/TRAIN	
6	8	0	1	
ASSINATURA DO HÓSPEDE - GUEST'S SIGNATURE				
ENTRADA			SAÍDA	
DATA	HORA	DATA	HORA	
ACOMPANHANTES		UH N°	FNRH	REGISTRO
_ _		_ _		
PARA USO DA EMBRATUR				
CÓDIGO PAÍS	CÓDIGO PROF.	CÓDIGO PROCED.	CÓDIGO DESTINO	
_	_ _	_ _	_ _ _	

NOTA: INFORMAÇÕES MÍNIMAS OBRIGATÓRIAS

APÊNDICES

APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA

Pesquisadora: Andreza Castro Silva
Orientadora: Ana Letícia Burity da Silva

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

O (A) Sr. (ª) está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa “**A concorrência entre a hotelaria independente e as grandes redes hoteleiras em São Luís- MA**”, de responsabilidade da pesquisadora Andreza Castro Silva.

Esta pesquisa busca analisar a situação da hotelaria independente em São Luís frente a concorrentes da hotelaria de rede e mostrar quais os investimentos estão sendo feitos para encarar a concorrência. Tendo por intuito estudar a hospitalidade como diferencial para o atendimento, além de outras ações como investimentos em tecnologias e a importância da qualificação do profissional de hospitalidade.

A fim de conhecer o seu olhar a cerca desta problemática, lhe será aplicado um questionário aberto e estruturado, que cumpre a Resolução CNS 466/96, sobre as Diretrizes e Normas Regulamentadoras de Pesquisa Envolvendo Seres Humanos.

Desde já esclareço que a pesquisa não traz risco nenhum ao participante, e que este pode ter seus dados retirados da pesquisa a qualquer momento sem aplicação de pena ou punição. Da mesma forma, garanto o sigilo dos dados confidenciais e a preservação da identidade do participante. Informo também que não haverá nenhum tipo de gratificação ou bonificação pela participação no estudo, e que os dados obtidos poderão ser utilizados em trabalhos, pôsteres e apresentações em congressos. Eu, _____, declaro ter sido informado(a) e concordo em participar, como voluntário(a), do projeto de pesquisa acima descrito.

São Luís/MA, _____ de _____ de 2017.

Andreza Castro Silva
(Pesquisadora)

APÊNDICE C- Questionário aplicado com a Pousada Portas da Amzônia e o Tulip Inn hotel Praiabella



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO- CCSO
CRUSO: BACHARELADO EM HOTELARIA

Questionário
(Hotel Independente e de Rede)

I. Caracterização do meio de hospedagem

1. Nome do empreendimento: _____
2. Quem administra o empreendimento: () Próprio Dono () Parente () Outros: _____
3. Tempo de existência: _____
4. Tipo de meio de hospedagem : () Hotel () Pousada () Outros : _____
5. Quantas UH's: _____
6. Tipo de Administração: () Independente () Rede
7. Qual o público-alvo do meio de hospedagem: () Lazer () Negócios () Outros _____

II. Questões específicas

8. Quantas pessoas trabalham no estabelecimento : _____
9. Trabalha algum membro da família no estabelecimento: () sim () não
10. Qual a formação do administrador : _____
11. Qual a formação dos colaboradores

Nível Operacional	Nível Gerencial
() Ensino Fundamental	() Hotelaria
() Ensino Médio	() Turismo
() Curso técnico em Hotelaria	() Administração
() Outros. Quais ?	() Outras. Quais ?

12. Como é o processo de recrutamento de colaboradores ?

- () Currículo via online
- () Sites de empregos
- () Indicações
- () Anúncios

Recrutamento interno

Outros : _____

13. Há ações de qualificação para os colaboradores ?

Sim. Quais são ? _____

Não

14. Quais os serviços oferecidos pelo hotel ou pousada ?

Recepção Alimentação Quais ? _____

Reservas Mensageiro Lavanderia

15. Qual a forma de divulgação do estabelecimento ?

Site próprio Site de Vendas Quais ? _____

16. Qual o diferencial o seu hotel ou pousada ?

Localização Arquitetura Serviços adicionais Quais ? _____

Apêndice D: Palácio do Comércio



Fonte: Da autora.

Pousada Portas da Amazônia



Fonte: Pousada Portas da Amazônia. Disponível em:
<<http://www.portasdaamazonia.com.br/acomodacoes.php>> acesso em 21 Jan.2017

Pousada Portas da Amazônia - Apartamento Master



Fonte: Pousada Portas da Amazônia. Disponível em:
<<http://www.portasdaamazonia.com.br/acomodacoes.php>> acesso em 21 Jan.2017

A La Pizzaria



Fonte: Pousada Portas da Amazônia. Disponível em: <http://www.portasdaamazonia.com.br/acomodacoes.php> acesso em 21 Jan.2017

em:

Tulip Inn Hotel Praiabella



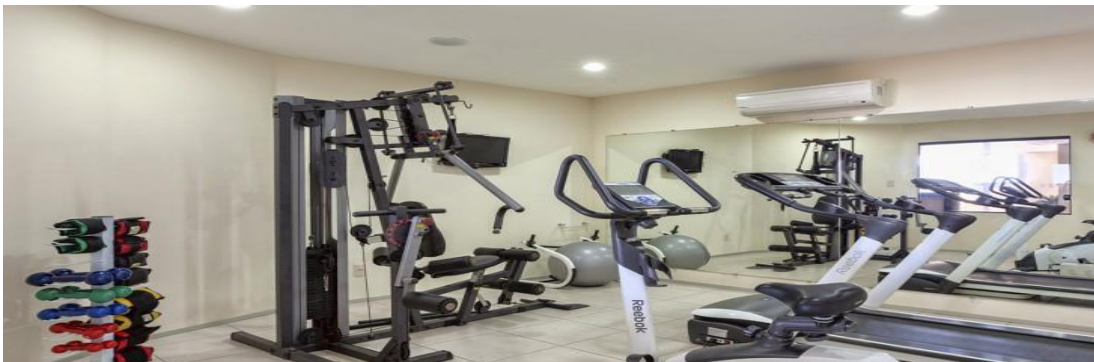
Fonte: Tulip Inn Hotel Praiabella Disponível em <http://www.bhghoteis.com.br/hotel/tulip-inn-sao-luis-praiabella/> acesso 21 jun.2017.

Restaurante do hotel



Fonte: Tullip Inn Hotel Praiabella. Disponível em:<<http://www.bhghoteis.com.br/hotel/tulip-inn-sao-luis-praiabella/>> acesso em 21 Jun.2017.

Academia



Fonte: Tullip Inn Hotel Praiabella. Disponível em:<<http://www.bhghoteis.com.br/hotel/tulip-inn-sao-luis-praiabella/>> acesso em 21 Jun.2017.