

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO**  
**CURSO DE HOTELARIA**

CLÁUDIA LAYSSA COSTA FERREIRA

**OS DESAFIOS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO EM HOTEL DE CATEGORIA  
ECONÔMICA:** um estudo de caso no hotel Nobile Inn com ênfase no atendimento à  
tripulação aérea.

São Luís  
2018

CLÁUDIA LAYSSA COSTA FERREIRA

**OS DESAFIOS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO EM HOTEL DE CATEGORIA  
ECONÔMICA:** um estudo de caso no hotel Nobile Inn com ênfase no atendimento à  
tripulação aérea.

Monografia apresentada à banca examinadora do  
Curso de Hotelaria da Universidade Federal do  
Maranhão, como exigência parcial para obtenção  
do grau de Bacharel em Hotelaria.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup>. Me. Ana Leticia Burity da Silva

São Luís  
2018

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

Costa Ferreira, Cláudia Layssa.

OS DESAFIOS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO EM HOTEL DE  
CATEGORIA ECONÔMICA : Um estudo de caso no hotel Nobile  
Inn com ênfase no atendimento à tripulação aérea / Cláudia  
Layssa Costa Ferreira. - 2018.

67 f.

Orientador(a): Ana Letícia Burity da Silva.

Monografia (Graduação) - Curso de Hotelaria,  
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

1. Categoria econômica. 2. Classificação. 3.  
Hospedagem. I. Burity da Silva, Ana Letícia. II. Título.

CLÁUDIA LAYSSA COSTA FERREIRA

**OS DESAFIOS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO EM HOTEL DE CATEGORIA  
ECONÔMICA:** um estudo de caso no hotel Nobile Inn com ênfase no atendimento à  
tripulação aérea.

Monografia apresentada à banca examinadora do  
Curso de Hotelaria da Universidade Federal do  
Maranhão, como exigência parcial para obtenção  
do grau de Bacharel em Hotelaria.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Me. Ana Leticia Burity da Silva

Aprovada em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Orientadora  
Prof.a. Ma. Ana Letícia Burity da Silva.

---

1<sup>o</sup> Examinador  
Prof.me. Davi Alysson da Cruz Andrade.

---

2<sup>o</sup> Examinador  
Prof.Dr. Davi Leonardo Bouças da Silva.

À Deus e meus pais, pelo incentivo e motivação que me deram para retomar o estudo acadêmico.

## AGRADECIMENTOS

Primeiro lugar agradeço a Deus e a minha santa de devoção, Nossa Senhora da Conceição. Segundo a minha mãe por acreditar em mim, me dar forças e principalmente colo nos momentos de tensão.

Agradeço a professora, amiga e orientadora Ana Letícia por ter aceito o convite de me orientar desde o início da graduação sendo sempre compreensiva e muito acessível.

Aos queridos: João, Pâmela, Ricardo, Ulysses, Cintia, Talita, Denyse, Nathalia, Jocel, Vanessa, Camilla, Amália, Sônia, Conceição, Sollivan e vários outros que por questão de memória e espaço limitado não foram listados aqui, mas que possuem um lugar reservado em minha memória e meu coração.

Vença com ousadia, o mundo pertence a quem se atreve.

Charles Chaplin.

## RESUMO

A presente pesquisa baseia-se em um Estudo de Caso sobre a análise dos desafios da prestação de serviço em hotel de categoria econômica. O objetivo geral deste trabalho é abordar os desafios do hotel Nobile Inn no atendimento a uma tripulação aérea, visto que a categoria do hotel está classificada como econômica. Especificamente, descrever através da literatura a contextualização histórica da hospedagem; abordar a classificação dos meios de hospedagem; e enfatizar o crescimento do turismo na categoria de hospedagem econômica. A pesquisa tem caráter exploratório e quanti-qualitativo. O presente trabalho baseou-se em entrevistas realizadas no Hotel Nobile Inn, no mês de novembro de 2017. A coleta de dados deu-se através de aplicação de questionários a 34 membros de uma tripulação aérea que utiliza o já mencionado hotel como meio de hospedagem seguindo a indicada pela matriz Nobile Suits Monumental Brasília conveniada à TAM por meio de licitação com durabilidade de 2 (dois) anos. A pesquisa contemplou que o perfil dos hóspedes do Nobile Inn de São Luís (MA) é casado com 53%, solteiros 35% e divorciado com 12%, em relação ao gênero, o público masculino hospedado no hotel foi 59% e o feminino 41%. Os dados desenvolvidos neste trabalho referem-se à satisfação em relação ao atendimento e avaliação dos serviços prestados.

Palavras-chave: Hotelaria. Satisfação. Categoria econômica.

## ABSTRACT

The present research is based on a Case Study on the analysis of the challenges of providing services in economy class hotels. The overall objective of this work is to address the challenges of the Nobile Inn hotel in attendance to a crew area, since the category of the hotel is classified as economical. Specifically, to describe through the literature the historical contextualization of the lodging; address the classification of the means of lodging; and emphasize the growth of tourism in the category of economic lodging. The research has an exploratory and quanti-qualitative character. The present study was based on interviews conducted at the Hotel Nobile Inn in November 2017. Data collection was done through the application of questionnaires to 34 members of an aircrew using the aforementioned hotel as a means of lodging following the one indicated by the matrix Nobile Suits Monumental Brasilia, agreed to TAM by means of a bidding with durability of 2 (two) years. The survey found that the profile of guests at the Nobile Inn in São Luiz (MA) is married to 53%, singles 35% and divorced with 12%, the male audience at the hotel was 59% and the female 41 %. The data developed in this study refer to the satisfaction regarding the service and evaluation of the services provided.

Keywords: Hospitality. Satisfaction. Economic category.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Fachada .....	61
Figura 2 - Entrada .....	61
Figura 3 - Recepção .....	62
Figura 4 - Recepção .....	62
Figura 5 - <i>Lobby Bar</i> .....	63
Figura 6 - <i>Lobby Bar</i> .....	63
Figura 7 - Apartamento Duplo <i>Twin</i> .....	64
Figura 8 - Apartamento Duplo Casal .....	64
Figura 9 - Piscina .....	65
Figura 10 - Café da Manhã .....	65
Figura 111 - Salão do Café da Manhã .....	66
Quadro 1 - Resumo hotelaria no Mundo .....	16

## LISTA DE TABELA E GRÁFICOS

Tabela 1 – Caracterização dos hóspedes quanto ao sexo e o estado civil .....	44
Gráfico 1 – Satisfação em relação ao atendimento .....	45
Gráfico 2 – Avaliação dos serviços prestados .....	46
Gráfico 3 – Serviços essenciais em um hotel.....	47
Gráfico 4 – Aspectos essenciais para escolha de um hotel econômico .....	48
Gráfico 5 – Classificação dos serviços prestados no restaurante .....	49
Gráfico 6 – Classificação do hotel Nobile Inn .....	50
Gráfico 7 – Expectativas dos clientes através dos serviços oferecidos .....	51
Gráfico 8 – Indicação do hotel para outra pessoa .....	52

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2. ABORDAGEM HISTÓRICA DE HOSPEDAGEM.....</b>	<b>15</b>
2.1 Conceito de hospedagem .....	17
2.2 Europa .....	17
2.3 América.....	20
2.4 Brasil.....	22
2.5 Tipos de hospedagem.....	25
<b>3 CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM.....</b>	<b>26</b>
<b>4. DEFINIÇÃO DE HOTEL .....</b>	<b>31</b>
4.1 Definição de hotel econômico .....	31
4.2 Definição de hotel de rede .....	32
4.3 Definição de condo-hotel e pool de locação .....	34
<b>5. DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE SÃO LUÍS.....</b>	<b>37</b>
5.1 Conceito de turismo .....	37
5.2 Segmentação do turismo lazer .....	38
5.3 Turismo de negócios.....	39
5.4 Turismo de negócios em São Luís.....	40
<b>6. CAMINHOS INVESTIGATIVOS .....</b>	<b>42</b>
6.1 Tipo de pesquisa.....	42
6.2 Local de estudo.....	42
6.2.1 Caracterização da Empresa e Ramo de Negócio .....	42
6.3 Coleta de dados.....	43
6.3.1 Análise de dados .....	43
6.3.2 Apresentação e análise dos Resultados .....	44
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>54</b>
BIBLIOGRAFIA .....	56
ANEXOS .....	58

## 1. INTRODUÇÃO

Ao longo da história os hotéis desempenharam um papel preponderante para o desenvolvimento e crescimento das sociedades. Na Idade Média, os comerciantes tiveram que percorrer grandes áreas em busca de bens, eles precisavam de lugares que ofereciam cama e alimento, e assim as acomodações foram evoluindo de casas familiares, pousadas, albergues, hotéis, etc. Anos mais tarde, com o surgimento da Revolução Industrial, houve a necessidade das cidades construírem extensas estradas e linhas de ferrovias, para escoarem a produção. Isso gerou a necessidade de ter uma rede mais ampla de hotéis, que começou a ter um papel ainda mais importante no cotidiano das pessoas.

Não há dúvida que a Indústria Hoteleira e Turística seja uma das mais importantes no mundo, em muitos países, representa a principal fonte de recursos, gerando fontes de emprego e oportunidades de desenvolvimento (GONÇALVES, 1998).

Os hotéis de categoria econômica oferecem serviços limitados, mas ao mesmo tempo são completamente funcionais, uma vez que cumprem o seu principal objetivo que é proporcionar acomodação básica com uma excelente relação custo-qualidade-benefício. Para atingir taxas baixas, os hotéis minimizam seus custos, começando a decoração e mobiliário das instalações. Também limitam ou mesmo eliminam uma grande parte de serviços de alimentos e bebidas (que em muitos casos são substituídos por máquinas de venda automática) e conta com um pequeno número de funcionários.

Geralmente, os hotéis de categoria econômica oferecem alguns serviços adicionais, como academia, restaurante, lavanderia, etc. É por isso que são chamados de hotéis de baixo custo ou de categoria econômica.

Diante da problemática identificada, buscou-se questionamento sobre os desafios no atendimento a uma tripulação aérea em um hotel de categoria econômica. As hipóteses para responder o problema é que estes tipos de hotéis são caracterizados por fornecer serviços básicos de acomodação, mas com excelente relação custo-qualidade, oferecendo quartos confortáveis, limpos e agradáveis e economicamente acessíveis. As empresas desse segmento atualmente estão buscando conquistar seu espaço no mercado de trabalho, através da inovação,

diferenciação, competitividade, qualidade de atendimento, satisfação dos clientes, entre outros.

O objetivo geral deste trabalho é abordar os desafios do hotel Nobile Inn no atendimento a uma tribulação aérea, visto que a categoria do hotel está classificada como econômica. A prestação de serviço de hospedagem ocorre por licitação em que a localização, facilidades do hotel e tarifário são analisados pela companhia. Especificamente, descrever através da literatura a contextualização histórica da hospedagem; abordar a classificação dos meios de hospedagem; e enfatizar o crescimento do turismo na categoria de hospedagem econômica.

O presente trabalho baseia-se em um estudo sobre os desafios enfrentados pelo hotel para atender aos tripulantes, uma vez que os mesmos possuem uma rotina criteriosa com horários e determinadas exigências, o que os diferem dos demais hóspedes.

A metodologia utilizada neste trabalho é pautada na análise das observações realizadas e dos questionários com perguntas que foram aplicados aos hóspedes. Trata-se de uma pesquisa que descreve sistematicamente, fatos e características presentes em uma determinada população de interesse. Portanto, a pesquisa é baseada em fatos analisados e interpretados em que a pesquisadora não interferiu em nenhuma das afirmações expostas, dessa maneira, não ocorrendo nenhum tipo de manipulação ou incoerência diante das respostas encontradas. O estudo de caso busca investigar um problema a qual procura soluções e respostas através de métodos aplicados na pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 2004).

A escolha da presente temática deu-se devido ao fato da autora ter grande afeto pelo tema, bem como ao fato de que o presente trabalho trará certamente uma relevante contribuição para a formação acadêmica.

Para uma melhor compreensão do assunto analisado, o trabalho foi dividido em capítulos. O primeiro capítulo disserta sobre a introdução, objetivo e metodologia do trabalho. No segundo capítulo faz-se uma abordagem histórica de hospedagem, conceito e tipos de hospedagem.

O terceiro capítulo detalha a classificação dos meios de hospedagem, no quarto capítulo delinea-se a definição de hotel. O quinto capítulo aborda o desenvolvimento turístico de São Luís. No sexto apresenta o estudo de caso no hotel Nobile Inn, abordando sua caracterização e apresentação dos resultados.

E por fim, as considerações finais, que faz uma breve conclusão do trabalho, destacando seus pontos principais, fazendo considerações e as devidas sugestões concernentes ao estudo.

A coleta de dados foi de um mês, entre 02 e 31 de outubro de 2017, sendo 15 dias de avaliação dentro do hotel e as outras datas para observação a distância.

## 2 ABORDAGEM HISTÓRICA DE HOSPEDAGEM

Viajar é uma das características do homem, desde os tempos remotos o homem busca conhecer novos lugares, pois, o ato de viajar e hospedar estão intrinsecamente ligados à evolução humana. Ao longo da história os hotéis desempenharam um papel preponderante para o desenvolvimento e crescimento das sociedades.

De acordo com Ribeiro (2011) a hotelaria surgiu em paralelo às viagens exploradas pelo homem e tinha como objetivo atendê-lo em suas necessidades básicas de proteção, repouso, segurança, higiene e até alimentação. Assim, as casas de hospedagem tinham uma grande importância para a sociedade, pois a mesma de alguma forma era a extensão do lar dos viajantes, onde, eram bem acolhidos, tinham cama e alimentos, o básico para repousar e seguir viagem.

De acordo com Popp (2007, p. 9):

Na Idade Média, mosteiros também serviram como hospedagem para os viajantes. Hospedar, naquela época, era uma virtude espiritual e moral. As estâncias hidrominerais da Antiguidade também foram fundamentais para o surgimento da hotelaria: a crença nas propriedades terapêuticas e curativas de suas águas levava pessoas a procurar tais locais. Essas temporadas de tratamento estimularam a criação de locais para acomodar os visitantes.

Com a expansão comercial da hotelaria, o lucro se caracterizou como o objetivo principal dessa atividade, os serviços prestados eram de péssima qualidade. Mesmo, assim os viajantes se instalavam nesses espaços em busca de descanso.

Petrocchi (2004) pontua que o Renascimento surgiu na Europa Ocidental nos séculos XV e XVI; fruto da disseminação das ideias do humanismo, que determinou uma nova concepção do homem e do mundo. Este movimento foi usado para retornar aos elementos da cultura clássica. Além disso, ele propôs uma nova maneira de ver o mundo, o ser humano, o interesse pelas artes, a política e as ciências. O Renascimento é então apresentado como um período em que as deslocamentos de pessoas têm grande relevância: as peregrinações a Santiago de Compostela, Roma, Meca, Terra Santa e expedições ao novo mundo, despertaram o desejo de descobrir novas terras e costumes. É neste momento que surgem as primeiras acomodações com o nome do hotel, uma palavra de origem francesa que designava os palácios urbanos que os nobres ocupavam eram associados ao luxo

que os cercava.

A década de 1950 foi considerada de grande relevância para a hotelaria, pois foi o início do desenfreado desenvolvimento dos motéis (esta palavra é formada com a junção de motor e hotel). As famílias viajavam em caravanas, geralmente em seus próprios automóveis, e preferiam a informalidade na hora de serem atendidos. Com o advento dos motéis, alguns fatores foram eliminados, como falta de estacionamento, gorjetas, passeio dos hóspedes no saguão. Por outro lado, várias conveniências foram ofertadas aos hóspedes, como televisores em cores nos apartamentos, pisos carpetados, móveis modernos, piscinas, refeições e lanches servidos no próprio quarto.

A seguir apresentam-se um resumo de hotelaria no mundo:

Quadro 1 - resumo: hotelaria no mundo

<b>Antiguidade</b>	Estâncias hidrominerais instaladas pelos romanos na Inglaterra, na Suíça e no Oriente Médio. Pontos de paradas de caravanas.
<b>Idade Média</b>	Mosteiros acolhiam os hóspedes. Acomodações nos postos de articulação dos correios. Abrigos para cruzados e peregrinos.
<b>1790</b>	Surgimento de hotéis na Inglaterra, na Europa Continental e nos Estados Unidos, no final do século XVIII, estimulado pela Revolução Industrial.
<b>1808</b>	Mudança da corte portuguesa para o Brasil, o que incentiva a abertura de hospedarias no Rio de Janeiro.
<b>1850</b>	Áreas próximas às estações ferroviárias passam a concentrar os hotéis no final do século XIX e nos primeiros anos do século XX.
<b>1870</b>	Introdução do quarto com banheiro privativo (apartamento).
<b>1907</b>	Primeira lei de incentivos para a abertura de hotéis no Rio de Janeiro.
<b>1920</b>	Grande número de hotéis construídos na década de 20, nos Estados Unidos da América e na Europa, graças à prosperidade econômica.
<b>1946</b>	Proibição de jogos de azar e fechamento dos cassinos, o que inviabiliza os hotéis construídos para esse fim.
<b>1950</b>	Novo surto de construção de hotéis nos anos 50, coincidindo com a era dos jatos e o grande incentivo do movimento turístico mundial.
<b>1970</b>	Entrada em operação dos Boeing 747, em 1969/1970
<b>1990</b>	Entrada definitiva das cadeias hoteleiras internacionais no país.
<b>1966</b>	Criação da Embratur que facilita a implantação de grandes hotéis, incluindo as áreas da Sudam e da Sudene

Fonte: Hotel - Planejamento e Projeto – SENAC (1992).

## 2.1 Conceituação de hospedagem

Segundo Ribeiro (2011) O termo hospedagem refere-se ao conjunto de empreendimentos destinados a fornecer acomodação em condições de segurança, higiene e satisfação aos visitantes que buscam por um local para se acomodarem, seja por períodos curtos ou longas temporadas.

Ainda segundo o autor acima citado o nome de hospedagem é atribuído a um conjunto de atividades específicas, que compreende desde a cordialidade de uma recepcionista, até os aposentos onde o hóspede é acomodado. Assim, um hotel é um empreendimento comercial que comercializa aos visitantes bens e serviços, como quartos, alimentos, bebidas, e outros tipos que podem variar em função dos interesses de sua freguesia.

Pode-se considerar que as expressões hospedagem e hotelaria são sinônimas, pois ambas se referem ao conjunto de edificações que desenvolvem o comércio da recepção e da hospedagem com fins de atendimento aos turistas e visitantes em geral. Além disso, têm como finalidade atuar na área de hospedagem, por vezes oferecendo alimentação, entretenimento e outras atividades relacionadas com o bem-estar dos hóspedes (RIBEIRO, 2011, p. 45).

Na atualidade os meios de hospedagem são variados e atendem aos interesses de uma clientela cada dia mais exigente. Assim, há diversos tipos de hotéis que buscam atrair e satisfazer um público variado, os quais podem ser um simples albergue ou até por um luxuoso *Resort*.

## 2.2 Na Europa

O surgimento das hospedagens é atribuído aos gregos, que construíram o *Ásylon* ou Asilo, no período dos Jogos Olímpicos, e esta construção tinha como finalidade a hospedagem dos atletas que participariam das competições esportivas.

Ribeiro (2011, p. 18) lembra que:

No século VI a.C. já existia demanda de hospedagem, em função do intercâmbio comercial entre as cidades europeias da região mediterrânea. Os primeiros albergues, operando de forma artesanal, não eram mais do que partes de residências ou mesmo quartos. As estalagens, com grandes quartos, chegavam a ter ocupada de três até dez camas em sua lotação, independente de seus hóspedes se conhecerem. A operação hotelaria caracterizava-se por

autosserviço.

Entretanto, ao longo da história da humanidade são comuns os relatos que confirmam a relação existente entre as hospedagens e o comércio, grandes caravanas cruzavam as cidades em busca de vender ou comprar mercadorias, à medida que o comércio se consolidava nas cidades, as hospedagens se evoluíam de acordo com as necessidades dos viajantes.

De acordo com Duarte (1996, p.15) “no século VI a.C. já existia demanda de hospedagem, em função do intercâmbio comercial entre as cidades europeias da região mediterrânea”.

A atividade hoteleira começou a ser gerada por uma necessidade em oferecer comodidades para os viajantes, aproveitando esta oportunidade, os comerciantes faziam longas viagens com o propósito de efetuar troca de bens, dessa forma eles obteriam materiais e comida para atender às suas necessidades básicas.

Segundo Ribeiro (2011, p.27),

Os romanos foram responsáveis pela construção de outros tipos de hospedagens, como a estalagem e o estábulo, destinados a atender os viajantes que transitavam pelas longas estradas de seu território, com a diferença de que a estalagem alojava os nobres e os oficiais superiores das milícias, enquanto o estábulo servia para proteger plebeus, o gado e os animais de montaria e de carga; os romanos construíram também os balneários, e ofereciam hospedaria para abrigar seus visitantes, e as famosas termas romanas, que dispunham de água quente, instalações grandiosas e cômodas para os usuários descansarem’.

Portanto, do ponto de vista da evolução dos povos, a arte de comercializar é tão antiga quanta a própria humanidade, dessa forma, a hospedagem acompanha essa evolução. De acordo com o autor citado acima, as rotas comerciais da antiguidade, existentes na Ásia, Europa e África, formaram cidades e conseqüente surgiu às hospedarias que serviam para dar repouso e alimentação para os comerciantes que por ali passavam.

Castelli (1992) ressalta que as estalagens também serviam para proteger as caravanas de ladrões, além de servir como lugar de descanso. A princípio esses alojamentos não eram bem vistos, porque alojavam as classes mais pobres, mais depois as caravanas começaram a utilizar suas acomodações, sendo, portanto, vista pelos ladrões para levar a mercadoria dos hóspedes.

Isso resultou na necessidade de construir lugares onde os comerciantes poderiam ser cuidados e descansar seus animais. Desta forma, a ideia de hospitalidade começou a dar maior importância. Considerou-se então como um lugar importante nas rotas comerciais, que tinha como objetivo promover o comércio.

Segundo Ribeiro (2011, p. 28) o mesmo autor enfatiza que “nesse período também se registram mosteiros oferecendo hospedagem para os viajantes como forma de praticar a hospitalidade cristã, ou seja, oferecer acomodação para as pessoas era antes de tudo uma virtude espiritual e moral”.

Ao final da Idade Média, devido a Revolução Mercantil e o crescimento das cidades, houve um significativo desenvolvimento dos tipos de hospedagens, a partir dessa época, as estalagens passaram a oferecer algumas comodidades aos seus hóspedes, além da hospedagem, como refeições, bebidas, cocheiras e alimentação para os cavalos, troca de parelhas e serviços de manutenção e limpeza para charretes.

Posteriormente, com o advento da monarquia em grande parte da Europa, os viajantes simpáticos aos monarcas eram hospedados nos palácios da nobreza, em instalações militares e administrativas, enquanto que aqueles que não caíam nas boas graças da corte ficavam precariamente alojados em estalagens e albergues. Até esse período a hospedagem ainda não possuía o caráter comercial que conhecemos na atualidade, predominando a cortesia no oferecimento desse serviço (RIBEIRO, 2011, p. 34).

Nota-se que nesta época não existia um modelo de hospedagem como atualmente, visto que não possuía caráter comercial, dessa forma, os albergues eram mantidos pela monarquia, e como só hospedava os viajantes que não eram reconhecidos pela nobreza, não ofereciam alojamentos com qualidade.

Duarte (1996) aduz que na Inglaterra, no período de 1750 a 1820, no bojo da Revolução Industrial, as estalagens foram substituídas pelos *Inns*, (estalagens) que conquistaram a reputação de ser os melhores hospedeiros daquela época. Tiveram seu desenvolvimento em Londres e arredores, onde os *innkeepers* diversificaram e valorizavam seus serviços, que passaram a ser vistos como alto padrão de limpeza e excelente alimentação. O autor ressalta que com a instituição da Monarquia na maioria dos países da Europa, os próprios palácios desempenharam o papel de hospedagens, sempre no contexto de cortesia. “A hospedagem, como atividade financeira, surge somente no final do século XVIII com a Revolução Industrial e o desenvolvimento do capitalismo”.

Após a Segunda Guerra Mundial, houve um grande crescimento econômico nos países desenvolvidos, e, por consequência, a ampliação da renda da população, o que acarretou um grande aumento no número de viajantes.

### 2.3 Na América

Nos Estados Unidos da América (EUA), o desenvolvimento das atividades hoteleiras teve início no final do século XVIII e início do século XIX, Duarte (1996) enfatiza que o marco do desenvolvimento da hotelaria nos EUA foi a abertura do *City Hotel*, em 1794, que materializou o primeiro projeto estadunidense de um prédio especialmente construído para ser um hotel, com 73 quartos. Era considerado um “imenso estabelecimento”, onde as áreas sociais representavam 70% da área total. Usuários de Nova York, então com 30 mil habitantes, passaram a frequentá-lo, transformando o City num ponto de encontros sociais.

O mesmo autor pondera que nesta época, os EUA inauguram o *Exchange Coffe House* em Boston; o *City Hotel* em Baltimore; e o *Maison House* na Philadelphia, e suas construções foram arquitetadas sob uma mesma visão, consideradas edificações portentosas para época, tornando-se, portanto, locais importantes das cidades.

Segundo Ventura (2012) a inauguração do *Tremont House*, em 1829, trouxe dependências inovadoras, quartos que possuíam acomodação privativa, as portas com fechaduras, cada quarto possuindo utensílios de higiene pessoal, e assim, surgia o *amenitie*<sup>1</sup>, este novo padrão é considerado como o “Adão e Eva” da Hotelaria. Como este tipo de privativa foi a grande inovação do *Tremont House*, logo foi copiado por outros hotéis de várias cidades norte-americanas. Seus novos concorrentes aceitaram o desafio e construíram hotéis finos e luxuosos.

Cada cidade dos Estados Unidos queria ter o seu hotel, mesmo que não fosse viável, para impressionar os visitantes. Na administração do *Tremont*, consagrou-se a primeira família hoteleira de respeito: os *Boyden*. Estes contrataram, então, um *staff* (funcionários) completo, treinado e bem definido para que o tratamento a ser dado aos hóspedes fosse de alta classe, dignidade e respeito, sinônimos de qualidade na prestação de serviço.

---

<sup>1</sup> Cosméticos como sabonete, xampus dado como cortesia.

Ganhou de outros empreendimentos concorrentes, americanos e europeus, por ser o maior e mais caro edifício, por ter sido projetado pelo arquiteto *Isaiah Rogers* (a principal autoridade em construção hoteleira nos 50 anos seguintes) e por suas principais inovações físicas: oferecia quartos com acomodação privada, *single e double* (o conceito anterior ainda era de grandes quartos com muitas camas). Todos com portas e fechaduras. Cada quarto tinha sua bacia e jarro para a higiene pessoal, o que foi considerado um luxo extremo e, ainda, o hotel oferecia um sabonete como cortesia. Outra inovação foi a função de mensageiro que, entre outras tarefas, localizava os hóspedes no hotel (VENTURA, 2012, p. 29).

É interessante saber que o primeiro “arranha-céu” que se construiu em Nova York foi o edifício do *Adelphi Hotel* (1914), com seis andares. A época dos grandes hotéis prolongou-se por 35 anos e preparou o cenário para a época de ouro da hotelaria norte-americana.

De acordo com Ventura (2012) em 1908, foi inaugurado o “*Statler Hotel*” em Bufálo – Nova Iorque através do empresário e visionário Ellsworth M. Statler, também marcando a história hoteleira como o primeiro hotel moderno pois já trazia uma série de inovações físicas. O mesmo autor relata ainda, que além de integrar os conceitos já existentes o *Statler Hotel* introduziu o espelho de corpo inteiro, porta ‘corta fogo’ nas escadarias principais, fechaduras com maçaneta, interruptor de luz ao lado da porta de entrada do apartamento, água corrente e um exemplar de jornal gratuito para todos os hóspedes.

Segundo Duarte (1996, p.12) o empresário Ellsworth M. Statler ainda criou uma máxima que contribuiu significativamente para a publicidade do hotel: “*A room and bath a dólar and a half*”, em português, “um quarto e um banheiro por um dólar e meio”, dessa forma, permitia que a classe média quase que em sua totalidade pudesse usufruir de boas instalações e bom atendimento por um preço justo e acessível. O autor citado acima relata ainda que “nos períodos de 1929 a 1939 uma boa parte dos meios de hospedagem faliram e outros só operaram por mediação da justiça devido à depressão da década de 30”.

O restabelecimento do setor hoteleiro americano veio com a Segunda Guerra Mundial, devido à grande demanda de mão de obra nas indústrias bélicas americana. Neste período, perdeu-se qualidade no atendimento por falta de colaboradores capacitados, uma vez que muitos trabalhadores do sexo masculino foram convocados para guerra, mas em contrapartida o número de hotéis aumentou, devido a quantidade de operários que saíram das zonas rurais para trabalhar nas

indústrias bélicas. No século XX, falava-se em redes ou cadeias hoteleiras que ganhavam proporções mundiais, abordaremos em um capítulo a parte a diferença de redes e cadeias hoteleiras e qual o objetivo de sua criação.

#### 2.4 No Brasil

Durante o século XVII, a atividade hoteleira era sempre exercida em conjunto com outros ofícios como barbeiros, sapateiros, alfaiates, que ao mesmo tempo exerciam seus ofícios e hospedavam os viajantes. Todos vendiam alimentos e eram estalajadeiros. Foi a partir desta época que a câmara de vereadores de São Paulo, definiu para efeitos de tributação os ofícios “vendeiros e os taberneiros”.

Duarte (1996) enfatiza que no Brasil a primeira classificação de hospedarias aconteceu em São Paulo, o Inglês Charles Burton no início do século XVIII classifica os estabelecimentos de hospedagem em 5 (cinco) categorias. Segundo o autor, as hospedagens foram classificadas na seguinte forma:

- 1ª Categoria - Simples pouso de tropeiro;
- 2ª Categoria - telheiro coberto ou rancho ao lado de pastagens;
- 3ª Categoria - venda correspondente à “pulperia” dos hispano-americanos, mistura de venda e hospedaria;
- 4ª Categoria - estalagens ou hospedarias;
- 5ª Categoria - hotéis (DUARTE, 1996, p. 16).

O movimento econômico durante o Segundo Império (1840-1889), juntamente com as mudanças políticas que vinham acontecendo desde a independência do Brasil, além das manifestações em favor da abolição da escravatura e a mudança de império para república, instituíram fatores importantes para o início da atividade hoteleira no Brasil. Dessa forma, as antigas casas de hospedagem foram sendo transformadas em hotéis, impulsionadas com a agricultura do café e a circulação das primeiras linhas ferroviárias.

Segundo Duarte (1996) o marco significativo da atividade hoteleira no Brasil ocorreu em São Paulo com a inauguração do hotel Términus, e o Rio de Janeiro teve como marco o hotel Copacabana Palace, o que colocou a cidade em local de destaque dos destinos turísticos. Elizabeth Popp (2007, p. 9) nos traz a informação que:

No Brasil, a atividade hoteleira começou no período colonial, os viajantes hospedando-se nos casarões das cidades, nos conventos, nas grandes fazendas e, principalmente, nos ranchos à beira da estrada. A chegada da corte real portuguesa ao Rio de Janeiro em

1808 e, posteriormente, a abertura dos portos levaram a um aumento do fluxo de pessoas, fazendo com que casas de pensão, hospedarias e tavernas abrissem suas portas aos viajantes.

A autora narra ainda que, no início do século XX, houve no Rio de Janeiro uma carência de hotéis, o que levou o governador do Estado promulgou o Decreto-Lei nº 1.100/1907, que isentava de impostos sobre serviços, durante sete anos, os primeiros cinco hotéis que se instalassem na cidade, mas, só a partir da década de 1930, é que os grandes hotéis começaram a ser construídos na cidade. Nesses hotéis funcionavam os cassinos que era sua principal ocupação. Entretanto, em 1946 o Presidente do Brasil, Eurico Gaspar Dutra decretou uma medida (decreto lei nº 9.215) que proibia jogos, sendo, portanto, motivo do jogo ser degradante para o ser humano.

Um marco na história hoteleira no Brasil foi a criação da EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) em 1966 por meio do Decreto-Lei nº 55, que incentivou a construção de grandes redes de hotéis com incentivos fiscais, promovendo nova ascensão do ramo hoteleiro, inaugurando uma nova fase da história hoteleira no Brasil.

## 2.5 Tipos de hospedagem

Em função da diversidade de demandas, além de uma acirrada concorrência, ao longo dos tempos foram aparecendo diversos tipos de meios de hospedagem com particularidades próprias, visando uma clientela específica.

De acordo com Poop (2007, p. 10) com a evolução das atividades hoteleiras, foram surgindo novos serviços de hospedagem, cada um com suas particularidades:

- Hotéis centrais: Localizam-se em áreas de intensa atividade comercial ou de lazer. Considerados hotéis urbanos. Próximos a restaurantes, teatros e sedes de empresas, entre outros.
- Hotéis não centrais: Encontra-se em locais de fácil acesso ao centro e principais pontos da cidade. Visam a atender a uma demanda específica, como a de áreas de atrativos turísticos.
- Hotéis econômicos: Devido a sua demanda ser de viajantes e executivos interessados somente em um bom apartamento para descansar, as instalações são mais simples, não necessitando de áreas de lazer,

sauna, piscina e serviço de quarto 24 horas. Oferecem tarifas reduzidas, na proporção dos serviços prestados.

- Hotéis-fazenda: São hotéis no meio rural, variando de uma simples pousada até um hotel de luxo, com infraestrutura de lazer. São instalações em ambiente rural com alguns elementos que lembram atividades agrícolas e pastoris.
- Fazenda-hotéis: Tem, na produção agropecuária, seu principal atrativo, razão pela qual permite aos clientes participar do dia-a-dia da atividade rural.
- Pousadas: Hotéis de pequeno porte caracterizam-se por uma acomodação mais simples e informal.
- Resorts: Grandes empreendimentos, localizados próximos a atrativos da natureza. Subordinam-se a uma regulamentação para o equilíbrio ambiental, com instalações sofisticadas, classificação de quatro ou cinco estrelas.
- Apart-hotéis e flats: São conhecidos, também, como hotéis-residência. Voltados para um público que necessita de uma hospedagem mais longa. Costumam dispor de quarto, banheiro, sala e uma pequena cozinha (estilo kitchenette).
- Hotéis de selva: Localizam-se no meio de florestas. Possuem uma estrutura voltada ao lazer, tendo como público-alvo a classe alta e os estrangeiros. Conhecidos também como *lodges*.
- *Spas*: Voltados a hóspedes interessados em benefícios para a saúde física e mental, além de cuidados com o corpo.
- Hotéis-cassino: São hotéis em que a renda principal resulta dos jogos de azar. No Brasil, com a proibição desses jogos em 1946, este tipo de hotel deixou de existir.
- Hotéis de lazer: Localizam-se fora dos centros urbanos. Além de amplas áreas não edificadas, oferecem instalações, equipamentos e serviços especificamente destinados à recreação e ao entretenimento.
- Pensões: Habitações de caráter familiar que oferecem somente habitação. Dependendo da estrutura, pode ocorrer que o banheiro fique no corredor (banheiro coletivo).
- Hotéis históricos: Antigas instalações reconhecidas pelo poder público por sua importância histórica São muito comuns na Europa, onde castelos da época medieval são transformados em hotéis de luxo. Estão sujeitos a restrições de natureza arquitetônica e construtiva.
- Motéis: Localizados próximos às rodovias, com diárias cobradas por horas. Muito utilizados nos Estados Unidos e na Itália. No Brasil, meio de hospedagem preferido para o encontro de casais.

Antes a atividade turística era acessível apenas para um pequeno grupo, mas, aos poucos essa atividade começou a privilegiar aquelas pessoas que não tinham muito dinheiro. Em função da demanda dos serviços de hospedagem, a atividade turística se tornou generalizada, dessa forma a atividade hoteleira começou a oferecer um serviço adequado às pessoas, assim, foi necessário fazer uma classificação dos tipos de hospedagem.

### 3 CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

A classificação para os meios de hospedagem transmite informações precisas acerca da prestação de serviços, possibilita que a competitividade seja igualitária de acordo com a categoria, facilitando os turistas na escolha segundo sua particularidade.

Para formalizar os critérios de classificação e aumentar a competitividade do setor hoteleiro, o Ministério do Turismo juntamente com a participação do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), da Sociedade Brasileira de Metrologia e a Sociedade Civil elaborou o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) em 2011. Seu objetivo é criar um parâmetro seguro que possa servir ao turista na contratação do serviço de hospedagem, pois os Meios de Hospedagem que possuem a mesma classificação estarão na mesma categoria de nível de conforto (BRASIL, 2011).

A adoção desse sistema é estratégica para esse segmento de mercado do país e sua ratificação se dá somente se o meio de hospedagem estiver com o cadastro válido (validade da classificação é de 36 meses), no também sistema do Ministério do Turismo, o chamado Cadastur, que reúne os prestadores de serviços turísticos em operação e devidamente legalizados. De acordo com o art. 23 da Lei Federal 11.771/2008, que dispõem sobre a Política Nacional de Turismo:

Consideram-se meios de hospedagem os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários, denominado de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008).

O SBClass reúne sete categorias de meios de hospedagem e são elas: Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Hotel histórico, Cama e café, Pousada e *Flat*, utilizando a simbologia de “estrelas” para diferencia-los.

Segundo a seção III da Portaria Nº 100 do Gabinete de Turismo datada em 16 de junho de 2011, os meios de hospedagem estão categorizados da seguinte forma:

- Hotel: É o estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, disposto com unidades habitacionais individuais;

- Resort: Dispõe de infraestrutura de lazer, recreação, atividade física, entretenimento, estética e contato com a natureza no mesmo empreendimento;
- Hotel Fazenda: Situado em ambiente rural permite a “exploração” agropecuária e convívio no campo;
- Cama e café: Dá-se pela hospedagem em residência e com no máximo três unidades habitacionais com servidos bem limitados;
- Hotel histórico: Instalado em estrutura física geralmente tombada, pode ser em forma original ou já restaurada;
- Pousada: A característica predominante é a disposição horizontal, com no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, pode se apresentar em prédio único ou bangalôs;
- Flat: Combinação de apartamento domiciliar com serviços de hotel, integram além do dormitório e banheiro, sala e cozinha equipada, e em sua maioria instalada em edifício com administração integrada que possuem serviços de recepção e arrumação.

Castelli (*apud* Popp 2007, p. 10) enfatiza que “o hotel é um estabelecimento comercial de hospedagem, que oferece aposentos mobiliados, com banheiro privativo, para ocupação iminente ou temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além dos demais serviços inerentes à atividade hoteleira”.

Esta classificação possibilita uma padronização dos estabelecimentos hoteleiros, a fiscalização e a manutenção do padrão de qualidade. Contudo, para o autor acima referendado, as exigências para alcançar uma boa categorização têm um alto custo para os hotéis, visto que os empreendimentos hoteleiros precisam estar em constante renovação, seja na parte física ou humana.

No desenvolvimento das operações de uma organização hoteleira, embora com diferenças de acordo com a classificação, existe uma diversidade de processos particulares de grande complexidade. O Art. 8º da Portaria 100 do Ministério do Turismo de 2011 que institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem atribui em estrela cada tipo de meio de hospedagem:

- Hotel, Hotel Fazenda e Pousada- 1 a 5 estrelas;
- Cama e Café - 1 a 4 estrelas;
- Hotel Histórico - 3 a 5 estrelas;
- Flat - 3 a 5 estrelas
- Resort - 4 e 5 estrelas. (BRASIL, 2011).

Para Otto (2011), quem decide as estrelas de um hotel é o próprio mercado, através das avaliações – opiniões e críticas daqueles que fizeram usufruto dos serviços. Através de revistas e folhetos distribuídos pelas agências de turismo os hóspedes são informados quantas estrelas tem o estabelecimento no qual quer se hospedar.

Segundo ela, quando existem vários órgãos reguladores o mesmo hotel pode ser categorizado em níveis diferentes, além do fato que em vários países não existe nenhum órgão responsável por essas avaliações tornando o processo falho e inconsistente.

Popp (2007, p. 12) enfatiza que “os itens e padrões definidos na classificação têm por objetivo atender às expectativas dos hóspedes em relação aos meios de hospedagem, destinando-se a avaliar e a observar os seguintes aspectos”:

- Posturas legais (dos colaboradores e gerencia);
- Segurança (dos hóspedes);
- Saúde (dos cooperadores);
- Higiene (de todos os setores)
- Conservação/manutenção (equipamentos, como ar condicionado, sistema de aquecimento, elevadores, etc.);
- Atendimento ao hóspede (atendentes qualificados);
- Portaria/recepção;
- Acessos e circulações (para hóspedes e funcionários);
- Setor habitacional (quartos, sala de espera, cozinha, hall, banheiros, restaurante);
- Áreas sociais (piscina);
- Comunicações (telefone, internet);
- Alimentos e bebidas (restaurante, bar);
- Lazer;
- Convenções/escritório virtual.

A diferenciação para cada uma das categorias está representada pelas facilidades no apartamento como: tábua e ferro de passar, secador de cabelo e até cafeteira; pela estrutura física do apartamento como a presença de antessala, sofá, cama *king size*, etc., e pela riqueza arquitetônica do estabelecimento expressos pela presença de *spa*, saunas, piscinas, academias, pistas de caminhada, quadras poliesportivas, salão de jogos, lojas de roupas, joias e artigos de luxo, hípica e até mesmo barcos para locação.

Ao redor do mundo cada país possui órgãos para categorizar a oferta hoteleira, os mais conhecidos segundo Otto (2011) são:

- Padrão Americano – AAA (*American Automobile Association*) – classificação Diamonds;
- Padrão Inglês – AA – Com classificação em estrelas;
- Mundial – OHRG (*Official Hotel and Resort Guide*) – *Deluxe* (*Super Deluxe, Deluxe e Moderate Deluxe*), *First Class* (*Superior First Class, Limited Service First Class, Moderate First Class*) e *Tourist* (*Superior Tourist Class, Tourist Class e Moderate First Class*).

Nos Estados Unidos, o sistema de classificação é o da AAA (Associação Americana Automobilística), que atribui a sua classificação em diamantes (de um a cinco) e pondera vinte e sete quesitos. “Luxo, sofisticação e conforto de altíssimo

nível com extraordinários atributos físicos, serviço personalizado meticuloso e padrões de excelência impecáveis", de acordo com a entidade. (*Jornal Nova Metrópole*, 2016).

O crescimento da hotelaria estadunidense se deu em decorrência da igualdade que se instaurou no país. Na Europa, por exemplo, no mesmo século (XIX), apenas os nobres tinham acesso ao requinte. Nos Estados Unidos, a classe social não era relevante e sim ao fato do indivíduo poder ou não pagar para utilizar-se dos serviços. Duarte (1996, p.10) ratifica: "Os hotéis foram abertos para a comunidade".

No padrão inglês é caracterizado pela sofisticação e os comportamentos da nobreza. A *Automobile Association* é responsável pela classificação em estrelas, esta associação é também responsável por "*tourism boards*", ou seja, placas de turismo como *Visit England* e *Visit Wales*. Na Suíça, por exemplo, segue o *Hotellerie suisse*; o Canadá possui o *Canadá Select* e a *BC Association*; em Portugal e alguns outros países europeus os estabelecimentos hoteleiros devem respeitar normas específicas para obterem a classificação (PETROCCHI, 2004).

No Brasil as normas foram publicadas no ano de 2008 no Diário da República e correspondem a lei 39/2008 e a portaria 327/2008, entretanto, já existe uma nova portaria publicada em 2015, em que o hotel escolhe se quer ou não apresentar sua classificação em estrelas na fachada do edifício e em plataformas comerciais, mas a obrigatoriedade de cumprir os requisitos exigidos pelas portarias anteriores prevalece.

A classificação possibilita ao empreendimento hoteleiro entrar no rol de classificação de acordo com os requisitos exigido pelas normas que regulamenta

De acordo com Popp (2007) a Associação de Hotéis, Restaurantes, Cafés e similares na União Europeia (*HOTREC*) tem a missão de padronizar o sistema de estrelas em pelo menos 20 países da União Europeia. Deste quantitativo, quinze deles já estão comprometidos na adoção de um critério de classificação. Já o padrão mundial *Official Hotel and Resort Guide (OHRG)* consiste nas categorias Luxo: Superior, *Deluxe* e Moderado; Primeira Classe: Superior, primeira classe apenas, primeira classe moderada e primeira classe com serviços limitados e Classe turística: Superior, classe turística apenas e moderada.

Existem países onde super hotéis de luxo são categorizados com até 7 estrelas, como o *Burj Al Arab* e o *The Emirates Palace* em Dubai. Colocando-se

acima de uma titulação que nem mesmo existe, mas de suntuosidade incontestável. Existem também países onde a categorização do hotel é baseada ou acompanhada por designações como: "Classe Mundial", "Primeira Classe", "Superior", "Grande Turismo", "Classe de Praia", "Classe econômica", etc. Atualmente não existe um sistema de categorização uniforme em todo o mundo. Embora tenha havido uma série de tentativas a este respeito, nenhuma delas tiveram o esperado sucesso.

Remetendo a conjuntura brasileira de meios de hospedagem, para o Ministério do Turismo a adesão ao sistema de classificação é voluntária pelos meios de hospedagem e está pautada em requisitos como infraestrutura (espaço físico, instalações e equipamentos); serviços e sustentabilidade (uso racional de recursos elétricos, hídricos e etc. e que não comprometa a oferta dos mesmos pelas futuras gerações.). Por essa razão o Inmetro participa dos trâmites, pois um representante legal do instituto avalia se há o cumprimento de 100% dos requisitos mandatórios e no mínimo de 30% dos requisitos eletivos.

## 4 DEFINIÇÃO DE HOTEL

### 4.1 Definição de Hotel Econômico

Santi (2012) assinala que as maiores marcas hoteleiras surgiram na década de 1950, nos Estados Unidos, através do *Holiday Inn*, *Sheraton* e *Hilton*. Já para a BSH International (empresa de gerenciamento hoteleiro) através do relatório estatístico de hotéis econômicos no Brasil, publicado em 2008, relata que o conceito de Hotelaria Econômica Brasileira foi inserido e disseminado no país através da multinacional sediada na França, a Accor SA, através das “marcas” *Ibis* e *Formule 1*. Outrora a hotelaria brasileira era familiar e independente, e desenvolveu-

se para atender ao público corporativo se concentrando basicamente nas grandes metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro. O advento destes hotéis padronizados veio justamente para substituir a atmosfera familiar e também conferir uniformidade em qualquer lugar que estivesse localizado.

Andrade (2000, p.20) assinala que: “No século XVIII começaram a surgir na cidade do Rio de Janeiro, estalagens, ou casas de pasto, que ofereciam alojamento aos interessados, embriões de futuros hotéis”.

Neste período a cidade do Rio de Janeiro começou a despertar para o comércio de serviços de hospedagem, justamente para hospedar os comerciantes da Europa.

Ventura (2012) aponta que foi também no século XVIII um indivíduo chamado Charles Burton fez a primeira classificação das instalações hoteleiras de São Paulo. A classificação de Burton trazia as seguintes categorias: 1ª- Categoria simples pouso de tropeiro (os tropeiros eram os condutores de tropas de muare e cavalos, e teve início no Brasil a partir do século XVII) basicamente estas estalagem hospedavam os tropeiros e suas caravanas; 2ª- Categoria Telheiro (era um rancho ao lado das pastagens); 3ª- Categoria Venda (era uma mistura de venda e hospedaria); 4ª- Categoria estalagens (era uma pousada para viajante) e 5ª- Categoria hotéis (esta categoria tem um diferencial, que são os serviços oferecidos, como: alojamento individual, café da manhã, serviço de quarto, entretenimento, etc.).

Não se pode deixar de mencionar que a abertura dos portos e a vinda da família real portuguesa no século XIX também são considerados marcos para a hotelaria do país, pois o fluxo de estrangeiros aumentou exigindo que naturalmente

a oferta de meios de hospedagem fosse maior e mais preparada para atender a demanda que crescia no momento, desta forma, os hotéis econômicos podem ser entendidos como produtos que objetivam atender as necessidades básicas (descanso e higiene pessoal) por um custo coerente, no que chamamos de relação custo-benefício.

Segundo a BHS International (2008) o perfil dos hotéis econômicos deve atender algumas características, tais como: Boa localização, ou seja, próximo a centros que geram mais cliente; Instalações compactas e funcionais (aposta em ambientes limpos e com otimização do espaço); Preços competitivos com relação as outras categorias; atendimento, limpeza e segurança, além de admitir a inserção de serviços opcionais com cobrança adicional.

Gerir hotel econômico implica em controle rígido de custos. O investimento inicial deve voltar-se para equipamentos de qualidade, que racionalizem recursos hídricos e elétricos e que não demandem de reparos contínuos. Quanto à folha de funcionários, já é sabido que em hotéis econômicos o *staff* (quadro de colaboradores) é bem enxuto, pois segundo Santi (2012) a mão de obra é considerada uma das despesas de maior representatividade no segmento hoteleiro.

A BHS International (2008) afirma que a média de funcionários por apartamento é de 0,3 ou seja, em um meio de hospedagem com 100 apartamentos a média é de 30 funcionários. É necessário administrar a sazonalidade (fator determinante da uniformidade da demanda por períodos ao longo de espaço temporal pré-determinado) com uma ocupação elevada constante para que os custos fixos sejam menos impactantes na receita.

## 4.2 Hotel de Rede

Os hotéis podem ser independentes ou podem estar associados a cadeias hoteleiras, a que chamamos de hotéis de rede. Esses podem ser próprios ou podem pertencer a investidores. Segundo Miguel (2001), a cadeia hoteleira pode ser por contrato de arrendamento ou contrato de administração.

Inicialmente, os hotéis em sua maioria eram de pequeno porte e geralmente administrado pelo proprietário. Ainda vemos com frequência esse tipo de administração em Pousadas, Cama e Café (C&C) e Hotéis Fazenda embora tenha

havido um crescimento acentuado de hotéis que são administrados por uma rede hoteleira nos últimos tempos. Devido à complexidade da gestão, o proprietário geralmente opta por conceder a administração a uma rede ao contrário de fazer tudo sozinho. Quando o estabelecimento pertence a um condomínio, a edificação é feita por uma construtora, esta se responsabiliza em vender para quaisquer interessados.

Quando se fala em arrendar, consiste na assinatura de um contrato entre o dono do empreendimento e uma rede hoteleira transferindo não só a posse do imóvel, mas também a gestão do empreendimento. Os resultados, sejam eles lucros ou prejuízos, são de responsabilidade da empresa que o arrendou. Ao proprietário convém apenas um percentual sobre a receita líquida do acordo realizado. Nos contratos de administração, a rede de hotéis recebe uma remuneração através de uma taxa que segundo Miguel (2001) é chamado de base, composto por um percentual sobre a receita líquida e *incentive*, que é o percentual sobre o lucro líquido. Nesta situação, admite-se a participação do(s) proprietário(s) na tomada de decisões relacionadas ao plano estratégico de vendas e investimentos e em relatórios sobre de desempenho. Nesse caso, os resultados obtidos pertencem ao(s) proprietário(s), havendo repasse de recursos para a cadeia que o administra.

Existem também os chamados contratos de franquia em que o hotel é administrado pelo proprietário, porém existe a utilização de uma marca de uma determinada cadeia, que logicamente possui hegemonia no mercado. Para isso, é necessário aderir a algumas exigências propostas pela marca, dentre elas: repasse remunerado sobre reservas realizadas através da central de reservas da rede que detém a marca e percentual sobre rendimentos do hotel.

Na administração por cadeia existe a preocupação de padronizar o serviço para criar um perfil de referência obtido através da qualificação dos colaboradores do hotel. Para Ricardo Aly, Diretor Comercial do Paradise Golf e Lake Resort, “o hotel independente enxerga o treinamento como despesa e não como investimento. É necessário entender que o hotel é um grande cartão de visitas e todas as áreas por onde os hóspedes circulam devem estar sempre com a aparência vitalizada, pintada e limpa” (ARAÚJO, 2013).

Na visão de Monaline Alvarenga, gerente de *Marketing* do Ouro Minas Hotel, “tudo precisa refletir uma atmosfera moderna e fresca. Em nosso caso, sem perder o charme e a pegada clássica que está na essência da marca”. (ARAÚJO, 2013).

Já sob a perspectiva comercial, a cadeia hoteleira vem munida de acordos com empresas, companhias marítimas, companhias aéreas, agência de turismo, além de programas de fidelidade e sistema de reservas. Nota-se que as cadeias hoteleiras dispõem de marcas que visam atender às diferentes demandas de mercado, ou seja, cada hotel possui seu público potencial.

A exemplo temos: A rede *Hilton*, com os hotéis *Hilton Hotels*, *Waldorf Astoria*, *Conrad*, *Curio*, *Canopy*, *Double Tree* e *Embassy*; a rede *Accor*, com as marcas *Ibis*, *Novotel*, *Mercure* e *Sofitel*; a rede *Wyndham* com as marcas *TRYP*, *Wyndham Grand*, e *Wyndham Garden Hotels*, *Wingate* e *Hawthorn*, entre outras. A seguir relata-se a categoria condo-hotéis e Pool de locação.

#### 4.3 Condo-Hotéis e Pool de Locação

Os *apart-hotéis* ou *flats* começaram a surgir no Brasil no final da década de 1920. Eram inicialmente unidades projetadas otimizando o espaço disponível e destinados às pessoas que precisavam, sobretudo de praticidade, podendo ser ou não moradores permanentes, mas foi na década de 1980 que as construtoras identificaram a necessidade e viram que edificar novos *aparts* gerariam exitosas vendas complementando a oferta hoteleira que ainda era pequena.

Os *apart-hotel* é um prédio de apartamento com serviços de hotelaria, já o *Condo Hotel* é um empreendimento com unidades autônomas, adquirida por um pool de investidores para obterem rendimentos.

Segundo Gonçalves (1998), o *Condo-Hotel* é entendido como o empreendimento concebido por incorporação imobiliária, cujos apartamentos já são vendidos destinados à hospedagem. Antes que a obra seja concluída, o empreendimento passa por alguns ajustes estruturais para operar como meio de hospedagem como padronização de mobília, equipamentos e decoração. Quem os adquirem na planta e os destinam para a modalidade hoteleira recebem rendimentos conforme ratificado em contrato.

Pela legislação, os condomínios não podem exercer atividade comercial, pois estariam indo de encontro à proposta exclusiva de moradia, e àqueles que quiserem disponibilizar seus imóveis para atividade hoteleira devem juntar-se a Sociedade de Conta de Participação.

A Receita Federal (2014) define *Pool* como:

[...]casos de administração hoteleira em que uma única pessoa, física ou jurídica, constrói edifícios para neles operar hotel, flat, apart, hotel, condo hotel ou similares, entregando o empreendimento a empresa especializada na sua administração, estabelecendo-se outro tipo de relacionamento, em que figura, de um lado, um único dono de edifício com determinado número de unidades habitacionais não individualizadas no registro de imóveis, destinadas à exploração hoteleira, e, de outro lado, a administradora, pessoa jurídica que desenvolverá projeto, implantando-o com a observância das melhores técnicas, visando estabelecer empreendimento hoteleiro com todas suas características funcionais (BRASIL, 2014).

O proprietário do flat tem a opção de disponibilizar o apartamento para uma administradora hoteleira ou rede hoteleira conhecida como “*pool*” ou também pode administra-lo diretamente, locando-o, porém, os resultados não são tão expressivos além de que é uma responsabilidade a menos, pois qualquer solicitação do hóspede deve ser atendida pelo hotel e não pelo proprietário.

A grande diferença entre o Condo - Hotel e os demais flats é que no primeiro 100% das unidades estão no Pool e esta é a forma mais fácil de se associar a um hotel e todas as diligências estão pautadas em lei – A Deliberação Normativa da Embratur nº433 e o ADI/SRF 14/04. O Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) segundo o inciso X do art. 3º da Lei nº 8.181, de março de 1991.

Art. 3º - A EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, por si ou através de seus órgãos delegados, exigirá do estabelecimento ou empreendimento, para a validação do cadastramento obrigatório, a comprovação de que o mesmo seja administrado ou explorado por empresa hoteleira e, além dos documentos mencionados no Art. 4º, §§ 1º e 2º da Deliberação Normativa 416, de 22 de novembro de 2000, o Licenciamento ou Alvará de Funcionamento emitido pelos órgãos competentes, para prestar serviços de hospedagem. (...)

Art. 4º: Os empreendimentos ou estabelecimentos que explorem ou administrem a prestação de serviços de hospedagem em unidades mobiliadas e equipadas (UH) deverão utilizar procedimentos operacionais e jurídicos que não prejudiquem as isenções fiscais, tributária, de serviços públicos e de posturas legais entre todos os meios de hospedagem. (BRASIL, 1991)

O ADI/SRF (Ato Declaratório Interpretativo/Secretaria da Receita Federal), nº 14 de 2004 destaca em artigo único:

O ADI SRF nº 14, de 2004, assim está escrito (sublinhou-se):  
Artigo Único. No sistema de locação conjunta de unidades imobiliárias denominado de pool hoteleiro, constitui-se, independentemente de qualquer formalidade, Sociedade em Conta de Participação (SCP) com o objetivo de lucro comum, onde a administradora (empresa hoteleira) é a sócia ostensiva e os proprietários das unidades imobiliárias integrantes do pool são os

sócios ocultos.

§ 1º As SCP são equiparadas às pessoas jurídicas pela legislação do Imposto de Renda, e, como tais, são contribuintes do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ), da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), da Contribuição para o PIS/Pasep e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.

§ 2º Na apuração das bases de cálculo do imposto e das contribuições referidas no § 1º, devidas pela aludida sociedade, bem como na distribuição dos lucros, serão observadas as normas aplicáveis às pessoas jurídicas em geral.

§ 3º São receitas ou resultados próprios da SCP, exemplificativamente, sujeitando-se às normas de tributação específicas (...): as diárias, semanadas ou aluguéis, relativos às unidades integrantes do pool hoteleiro, inclusive de áreas de restaurantes, salão de convenções, lojas, etc., também integrantes do sistema de locação conjunta; os preços dos serviços prestados, os impostos e taxas incidentes sobre os imóveis, e os demais encargos locatícios, se cobrados, pela administradora, destacadamente das diárias, semanadas ou aluguéis; as indenizações recebidas por extravios e danos causados às unidades; as multas e juros de mora; o resultado das aplicações dos saldos financeiros da sociedade.

§ 4º É a administradora (empresa hoteleira), na qualidade de sócia ostensiva, a responsável pelo recolhimento do imposto e das contribuições devidas pela SCP, sem prejuízo do recolhimento do imposto e das contribuições incidentes sobre suas próprias receitas ou resultados.

Segundo Fagundes (2008) o contrato de Sociedade em Conta de Participação (SCP) a administradora ou rede hoteleira é entendida como “sócia ostensiva” e o proprietário como “sócio oculto”. Em minúcias, isso quer dizer que o ostensivo é o responsável por todas as operações hoteleiras do “pool” e o oculto é aquele que se posiciona nos bastidores, “livre” de preocupações como já mencionado anteriormente.

O contrato de SCP visa esclarecer e assegurar a quem pertencem os encargos, as taxas administrativas, os rendimentos, a periodicidade da prestação de contas, o envio de balancetes, o recolhimento de impostos públicos como o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU), água, iluminação e alvará de funcionamento e a manutenção de cada Unidade Habitacional (UH) participante do *pool*.

## 5 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO EM SÃO LUÍS

### 5.1 Conceito de Turismo

Ao longo do tempo, foram propostas muitas definições do termo turismo, embora estes geralmente afetem uma série de aspectos, como a ideia de deslocamento ou motivo da estada. Entretanto, deve-se notar que o setor do turismo é muito complexo, pois, por um lado, a delimitação da área entende que é confuso porque as atividades ou subsetores que se formam parte dela é heterogênea e, por outro lado, há múltiplas e complexas inter-relações entre os mesmos elementos que o constituem. De acordo com Lohmann e Netto (2012, p. 92)

O termo Turismo durante todo o século XX evoluiu e hoje habita o imaginário e o cotidiano de grande parte da população mundial. O turismo é um fenômeno sociocultural que envolve o transporte, a estadia, as motivações, a hospitalidade. Assim, turismo pode ser visto como o reflexo de práticas sociais e que envolve representações sociais.

Netto (2010) por sua vez conceitua o turismo como um “fenômeno de saída e de retorno do ser humano de seu habitat, por motivos revelados ou ocultos, que pressupõe hospitalidade, viagens, encontro e comunicação com outras pessoas, o que gera várias experiências e diversos impactos”.

O turismo também é definido como um conjunto de atividades realizadas em busca de recreação e entretenimento, isto perante algum tipo de deslocamento para algum lugar que necessariamente não seja seu habitat de origem. Campos e Gonçalves (1998, p. 10) enfatizam que: “O turista é todo indivíduo que faz uma viagem a um lugar aprazível, ou que disponhas de atrações culturais, científicas, lazer, diversão ou de interesse específico, afastado de seu domicílio, permanecendo por mais de vinte e quatro horas”.

Turismo e viagem estão sempre relacionados, sendo sempre empregados sem uma definição clara, embora toda forma de turismo esteja relacionada a uma viagem, nem toda viagem é um meio de deslocamento turístico, podendo ser encaradas muitas vezes como: técnica de estudos, negócios missões, nem sempre realizadas como meio de lazer. Assim, nem toda viagem possui características que a tornam uma experiência turística.

## 5.2 Segmentações do turismo

O desenvolvimento econômico proporcionado pelo turismo, à integração com a comunidade, o meio ambiente e a cultura tornam-se cada vez mais atuante. Em São Luís os empreendimentos turísticos, ajudaram em vários aspectos, oferecendo oportunidade de melhoria; ações de marketing estratégicas; educação para o turismo e conservação ambiental; capacitação e consultorias em área como atendimento; tecnologia e gestão; criação de sistema de hospedagem familiar; melhoria na infraestrutura de restaurantes. Com todas essas estruturas turísticas ampliou-se o fluxo e a permanência dos visitantes (REGO, 2006).

Com toda essa cultura os turistas sentem interesse em conhecer, trazendo melhoria proporcionando circulação de capital e aumentando a qualidade de vida ao ser humano que aqui vive. O desenvolvimento é entendido como evolução social equitativa, onde os valores, desejos e necessidades são melhorados de forma igualitária.

O turismo representa um dos mais importantes segmentos econômicos mundiais e é capaz de promover o desenvolvimento de uma região. Trata-se de uma indústria de grande complexidade por se relacionar com diferentes setores da economia, encarado como um fenômeno diferenciado, visto que existe uma segmentação que dão características específicas para cada tipo de turismo.

Segundo Lohmann e Netto (2012) para alcançar o maior número de clientes, as empresas recorrem a segmentação de mercado. Os critérios para as especificidades turísticas variam de acordo com a necessidade das empresas.

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) definiu os seguintes critérios de segmentação de turismo:

- Demográfico – idade, sexo, estilo de vida e renda das famílias.
- Geográficos – país, estados, regiões e cidades.
- Psicológicos – comportamentos do cliente, motivos para viajar, características, necessidades e preferências do turista.
- Econômicos – grande ou pequeno consumidor, baixa, média ou alta renda.

O Ministério do Turismo (2006) definiu alguns segmentos turísticos, como:

- Turismo Cultural;
- Turismo Rural;
- Turismo de Pesca;
- Turismo de Aventura;
- Ecoturismo;
- Turismo Náutico;
- Turismo de Sol e Praia;
- Turismo de Estudos e Intercambio;
- Turismo de Negócios e Eventos;
- Turismo de Esportes e
- Turismo de Saúde.

Aos 405 anos, São Luís desponta no alvorecer do terceiro milênio como uma cidade madura e preparada para os desafios do presente e do futuro. Reconhecida pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) como Patrimônio da Humanidade, em virtude do seu acervo arquitetônico, artístico e cultural com fortes raízes lusitanas. A partir da titulação, muitos turistas almejam conhecer uma das poucas cidades brasileiras com tal reconhecimento, comparada a cidades europeias, despontando cada vez mais o Turismo Cultural na capital do Maranhão.

Fazem parte dos pontos de interesse de turistas que buscam o segmento cultural de São Luís, as manifestações artísticas materiais e imateriais locais, como o grande acervo arquitetônico do Centro Histórico que atrai visitantes de todos os lugares do mundo, com seus casarões de fachadas de azulejaria tradicional lusitanos, suas edificações seculares, manifestações artísticas que vão desde a música, dança, poesia, pinturas e até mesmo o modo de falar do ludovicense, enfim, elementos que fazem de São Luís uma importante cidade histórica.

Em São Luís encontram principalmente os segmentos de Sol e Praia, Turismo Cultural e de Negócios com maior destaque entre o fluxo de visitantes. Silva (2014) aponta que nos períodos de baixa estação que representam os intervalos entre grandes feriados.

Outro segmento comum às cidades litorâneas é o de Sol e Praia. São Luís possui uma extensa faixa litorânea que atrai muitos banhistas e pessoas interessadas em desfrutar de hospedagens à beira mar. A coloração de suas águas

pardas tende a dar a impressão de sujidades dispersas, o que pode gerar uma impressão muitas vezes equivocada sobre a condição para banho. Este fator dá-se pela suspensão de areia na água no período de chuvas, evento comum em outras partes do mundo.

Para aqueles que optam por desfrutar as praias de São Luís e suas proximidades, temos as seguintes opções:

- Praia de São Marcos;
- Praia do Calhau;
- Praia do Caolho;
- Praia da Marcela;
- Praia do Olho D'água;
- Praia do Araçagi;
- Praia de São José (Ribamar).

Boa parte das praias acima citadas possui uma diversidade considerável de meios de hospedagem ao longo de sua orla. Para aqueles que visitam a cidade, mesmo que à negócios, encontram com facilidade meios de hospedagem que atendam às suas necessidades básicas. Pensando neste tipo de clientela, muitas redes de hotéis executivos se instalaram na capital maranhense, trazendo consigo os padrões de suas matrizes. O grande fluxo de viajantes que chegam a São Luís à negócios fortaleceu o segmento de negócios na cidade, conforme o trecho que se segue.

### 5.3 Turismo de Negócios

Atualmente, é notório o crescimento do turismo e da hotelaria em diversas partes do mundo, onde essas atividades se destacam como uma oportunidade de desenvolvimento de uma localidade, ampliando a geração de empregos. O turismo vem em ritmo acelerado com crescimento em recursos econômicos e socioculturais, podendo ser destacado como uma força transformadora do mundo contemporâneo.

De acordo com Guasso (2009) foi na década de 1990 que ocorreu a abertura do país para a globalização, abrindo assim o mercado do turismo de negócios. Seguindo este pensamento, Fagundes (2008, p. 51) concorda que “a globalização trouxe vários benefícios para o turismo, disponibilizando uma ampla

acessibilidade aos produtos, crescimento de novas destinações, aumento do turismo de negócios, aumento de instalações e dos serviços turísticos”.

A crescente demanda de turistas que chegam a São Luís impulsionou o desenvolvimento imobiliário e hoteleiro. Mesmo na baixa temporada, o fluxo de turistas se mantém, mostrando o crescimento do segmento na cidade, mesmo em épocas de baixa estação turística. Os eventos são realizados para executivos nas dependências dos hotéis, por empresas nacionais e multinacionais, colaborando para o desenvolvimento do Turismo de Negócios. O lucro obtido ajuda a manter as empresas do segmento e favorece a oferta de empregos e a qualificação de mão de obra, resultando de modo positivo na economia local.

Fazem parte deste tipo de segmento, alguns eventos diferenciados, que atendam à demanda deste público, tais como feiras de negócios, científicas, conferências, reuniões de trades específicos, etc. De acordo com Silva (2014), este crescimento de demanda levou ao surgimento do São Luís Convention Visitors Bureau- São Luís CVB, responsável pela captação de eventos de grande porte para negócios científicos, além da consolidação da cidade no mercado nacional e estrangeiro, colaborando para o desenvolvimento do Turismo de Negócios. O lucro obtido ajuda a manter empresas do segmento e favorece a oferta de empregos e a qualificação de mão de obra trazendo reflexos positivos na economia local.

## 6 CAMINHOS INVESTIGATIVOS

### 6.1 Tipo de Pesquisa

A presente pesquisa baseia-se em um Estudo de Caso sobre a análise dos desafios da prestação de serviço em hotel de categoria econômica. Trata-se de um estudo que de acordo com Gressler (2004, p.54) é uma pesquisa que “[...] descreve, sistematicamente, fatos e características presentes em uma determinada população ou área de interesse”.

A pesquisa é baseada em fatos analisados e interpretados em que a pesquisadora não irá interferir em nenhuma das afirmações expostas, dessa maneira, não ocorrendo nenhum tipo de manipulação ou incoerência diante das respostas encontradas. De acordo com Gil (2008, p. 19) “É basicamente realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do ocorrem naquela realidade”.

Esta pesquisa se classifica também como quanti-quali, que segundo Bonat (2009, p.11) “vai aferir aquilo que pode ser mensurado, medido, contado, ” Portanto, esse tipo de pesquisa refere-se ao poder de mensuração dos dados obtidos, em que quantifica os dados, desse modo, fazendo com que o levantamento das hipóteses seja previamente feito na aplicação do questionário.

### 6.2 O Local de Estudo

O Estudo de Caso aconteceu no hotel Nobile Inn em São Luís – MA. Este atua no ramo de prestação de serviços de hotelaria. A população escolhida foi tripulação de uma grande empresa aérea que hospeda neste hotel.

#### 6.2.1 Caracterização da Empresa e Ramo de Negócio

O Grupo Nobile foi fundado por Roberto M. Bertino no ano de 2008, ano da maior crise econômica desde 1929. A empresa foi considerada, em 2015, a 4ª maior rede de administração hoteleira do Brasil, segundo o relatório Brasil em Números da Jones Lang. (JLL, 2015).

O Grupo Nobile é uma empresa familiar e sua fundação aconteceu na Capital Federal do nosso país. Contagiados pelo espírito empreendedor, após cuidadoso estudo mercadológico que detectou alguns anseios de investidores do mercado imobiliário, envolvendo mais especificamente o de hotéis, apart hotéis, residenciais com serviços e comerciais, foi iniciado um novo conceito em gestão empresarial com tônica na hospitalidade atrelada à rentabilidade. Desde então, em menos de um ano, a Nobile passou a administrar empreendimentos nas regiões Centro-oeste e Nordeste, provando que a trilha seguida era correta, e encontrou seu trunfo na proposta de incremento de receitas, padrões operacionais, custos operacionais reduzidos e otimização dos investimentos em marketing por meio de ações cooperadas de vendas e investimentos em plataformas tecnológicas para o gerenciamento dos canais de distribuição. (BERTINO, 2016).

Atualmente o Grupo é a 4ª maior administradora hoteleira do Brasil, tendo em seu portfólio mais de 50 (cinquenta) empreendimentos, dentre eles hotéis, apart hotéis, *long stays* (acomodações de longa estadia), residenciais com serviços de quarto, lavanderias e café da manhã. Atualmente conta com colaboradores engajados com a Missão, Visão e Valores da empresa, contando com investidores que apostam no Grupo Nobile para gerir, rentabilizar e valorizar seus empreendimentos.

### 6.3 Análise de Dados

A análise de dados aconteceu ainda no mês de novembro de 2017, entre os dias 03 e 30 deste mesmo mês. Os resultados dos questionários aplicados com os tripulantes aéreos foram apresentados por meio de gráficos em forma de porcentagem, produzidos no programa Microsoft Word 2010.

#### 6.3.1 Coleta de Dados

A coleta de dados ocorreu no período previsto, no período de 02 a 31 de outubro de 2017. O universo da pesquisa deu-se por 40 tripulantes de uma empresa aérea, entre Piloto, copiloto, aeromoça e outros hóspedes, sendo a amostra coletada por 34 hóspedes. Tendo assim, a margem de 85% dos questionados. Foi aplicado um questionário para a coleta de dados, sendo ele impresso (APÊNDICE A)

contendo seis (06) perguntas abertas. Foi utilizada também a observação direta para obter informações necessárias para a conclusão da pesquisa.

A observação direta é “[...] uma técnica de coleta de dados que utiliza os sentidos para compreender determinados aspectos da realidade. Não consiste apenas em ver ou ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar.” (LAKATOS E MARCONI, 1990, apud TCU BRASIL, 2010, p. 5).

Portanto, essa observação consiste em analisar e estudar o que se deseja através dos fatos que ocorrem no ambiente a qual se está aplicando a pesquisa.

### 6.3.2 Apresentação e análise dos Resultados

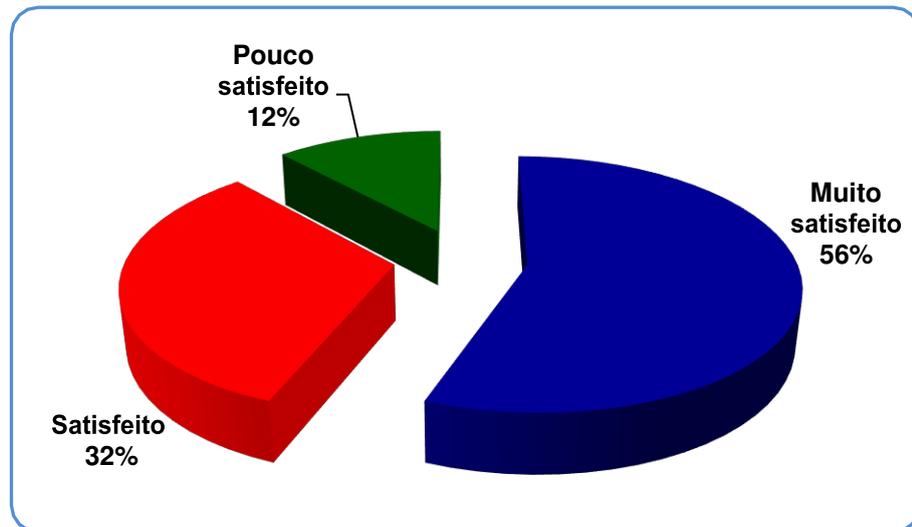
Foram analisadas as respostas de 34 pessoas, dentre elas 59% são indivíduos do sexo masculino e 41% do sexo feminino. Nesta amostragem probabilística todos os membros da população tiveram a mesma probabilidade de serem escolhidos.

De acordo com Chochran (1997 apud Antunes 2011, p. 9) os procedimentos de amostragem probabilística devem cumprir 4 critérios:

1. Deve ser possível definir o conjunto de amostras distintas que o procedimento é capaz de selecionar.
2. Cada amostra possível tem uma probabilidade conhecida de seleção.
3. As amostras são selecionadas por um processo aleatório no qual cada amostra tem a mesma probabilidade de ser selecionada.
4. O método para calcular a estimativa deve conduzir a uma estimativa única para qualquer amostra específica.

Analisando os resultados demográficos pode ser visto na amostra que a sua maioria é composta de homens entre 20 e 40 anos de idade, trabalhando como funcionários. Quanto ao perfil da população estudada, a maioria é de casados.

O Gráfico 1 mostra que os hóspedes pesquisados, em sua grande maioria, consideraram muito satisfeito (56%) ou satisfeito (32%) o atendimento do Hotel Nobile Inn em São Luís. 12% se posicionaram como “pouco satisfeito” demonstrando sua insatisfação com o atendimento. Esta questão evidenciou que os clientes, em sua maioria, consideraram o atendimento satisfatório.

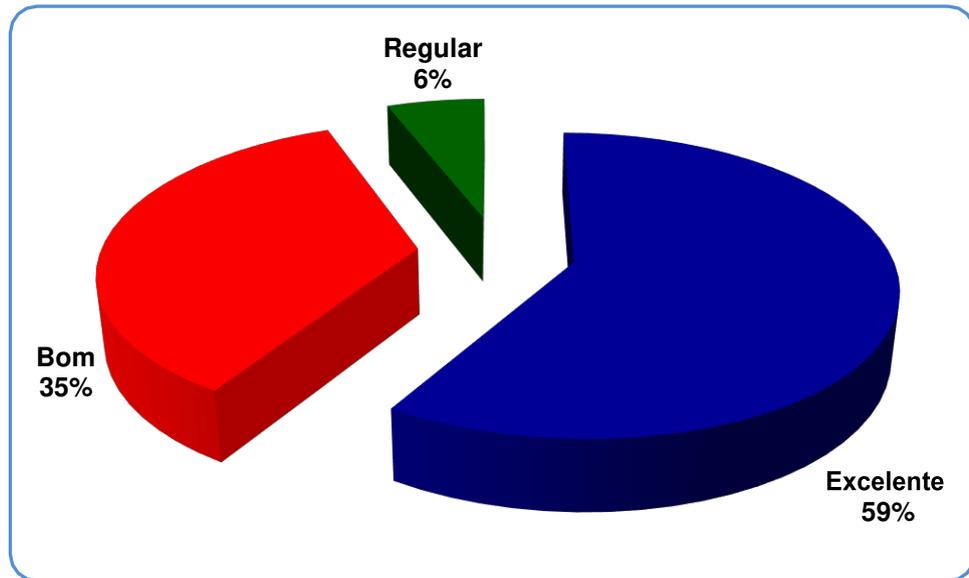
**Gráfico 1:** Satisfação em relação ao atendimento

**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

Conforme Araújo (2013), a percepção do cliente em relação ao atendimento depende da sua necessidade, da sua personalidade, experiência e estado de espírito. A autora entende que cada hóspede possui um perfil, devendo o serviço prestado atender às necessidades dos clientes, de acordo com a situação concreta em que o mesmo se encontre.

Segundo a mesma autora, a empresa deve ter condições de apresentar respostas em tempo hábil e flexível, no que se refere ao atendimento de seus clientes e de fazer corretamente na primeira vez tudo que lhe for oportuno. Dessa forma, estará evitando os erros ou os detectando em tempo hábil e também evitando o desperdício de tempo e de dinheiro e aumentando a satisfação de seus clientes. Uma empresa que consegue atuar no mercado de maneira a satisfazer as necessidades e os desejos de seus clientes, agindo de forma rápida e eficaz possui grande diferencial no mercado.

O Gráfico 2, mostra que 59% dos hóspedes avaliaram os serviços prestados nos níveis “Excelente” e 35% “Bom”. E somente 6% classificou os serviços prestados no nível “regular”. Com base neste indicador, pode-se afirmar que os serviços prestados pelo hotel Nobile Inn atendem às necessidades dos seus clientes.

**Gráfico 2:** Avaliação dos serviços prestados

**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

De acordo com os autores Lovelock e Wrigth (2003, p. 113)

Um serviço abaixo do nível adequado gera frustração e descontentamento enquanto um serviço em nível acima do desejado, agrada e surpreenderá o cliente, tornando mais viável a conquista de sua lealdade. O problema é obter esse equilíbrio em níveis compatíveis de investimentos e custos. Clientes marginalmente satisfeitos ou indiferentes podem ser atraídos por concorrentes. Um cliente encantado é mais propenso a permanecer fiel a despeito de ofertas competitivas atraentes. A satisfação do cliente desempenha um papel particularmente crítico em ramos altamente competitivos onde há uma enorme diferença entre a fidelidade de clientes meramente satisfeitos e a de clientes completamente satisfeitos ou encantados.

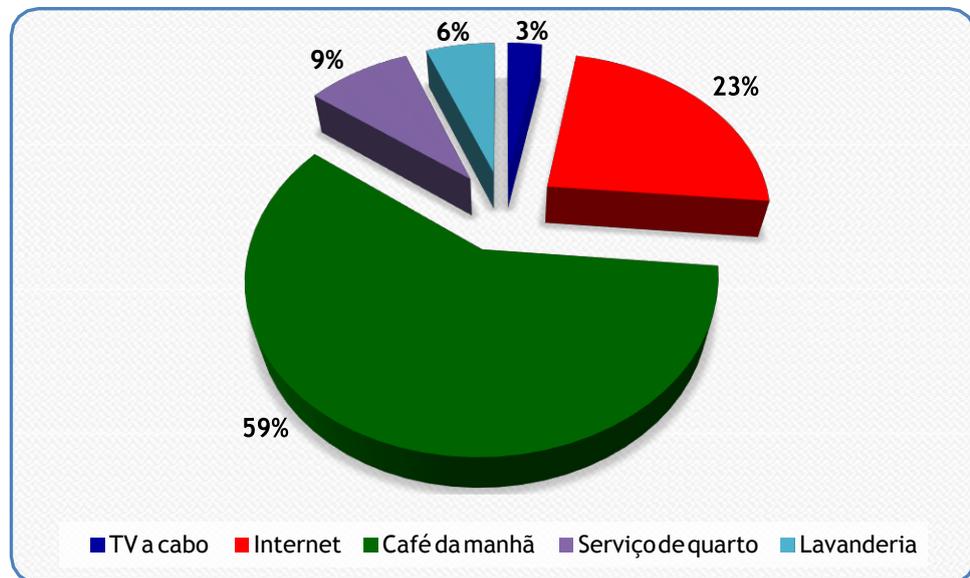
Com relação aos serviços do hotel, os hóspedes responderam que usam regulamente, enquanto apenas 9% responderam negativamente. Aqueles que tinham respondido positivamente foram consultados quais serviços, onde 65% disseram que era a internet, 20% preferiam serviço de quarto, e 9% o frigobar, enquanto a lavanderia ficou com apenas 6%.

Atualmente, um número cada vez maior de empresas entende ser o investimento em Qualidade um dos mais lucrativos. Investir em qualidade dos serviços prestados, resulta em menos reclamações, maior bem-estar, clientes satisfeitos e uma imagem melhor da empresa (CASTELLI, 1992).

No gráfico 3, os hóspedes foram convidados a indicar três serviços considerados essenciais para ficar em um hotel, 59% responderam café da manhã, 23% indicaram internet, 9% optaram por serviço de quarto, 6% lavanderia e apenas

3% televisão a Cabo.

**Gráfico 3:** Serviços essenciais em um hotel



**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

Quanto aos serviços, concluímos que o mais importante para o hotel é oferecer café da manhã, ter internet e serviço de quarto. É interessante notar que serviços, como lavanderia e televisão a cabo não são serviços considerados essenciais na escolha de um hotel de categoria econômica.

Segundo Araújo (2013), existem diversos serviços essenciais na rede hoteleira, denota-se que a qualidade dos serviços dependerá da percepção do cliente, que sempre será subjetiva. Assim, a qualidade desses serviços é considerada como fator propulsor para a competitividade no mercado hoteleiro.

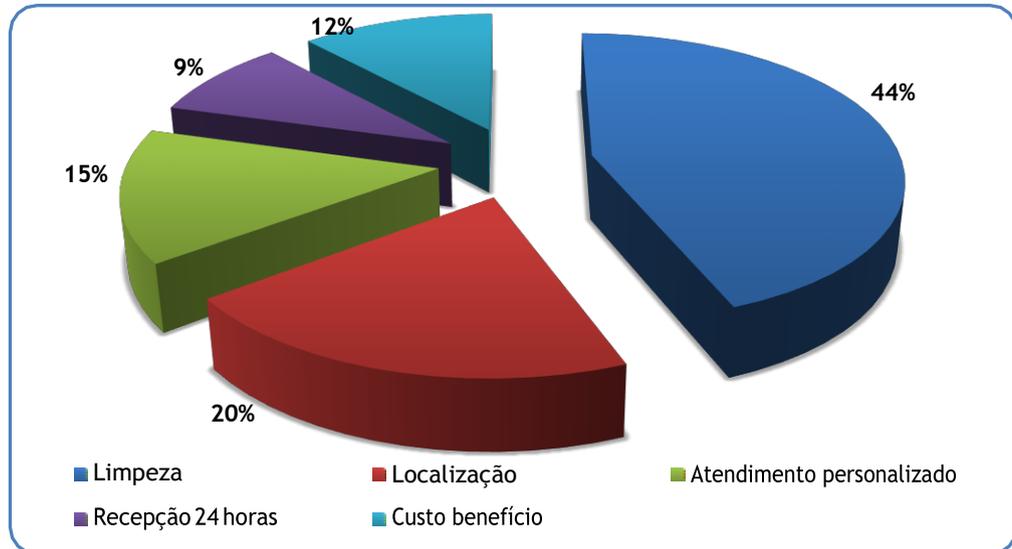
Assim, é muito difícil um empreendimento sobreviver no mercado sem satisfazer as necessidades e desejos dos seus clientes, pois o mercado atual está cada vez mais competitivo e os consumidores mais exigentes, buscando inúmeras opções que superem suas expectativas.

Os hotéis econômicos oferecem serviços limitados, mas ao mesmo tempo são completamente funcionais, uma vez que cumprem o seu principal objetivo é proporcionar acomodação básica com excelente relação custo-qualidade-benefício.

Ao realizar a mesma pergunta, mas relacionada a três aspectos fundamentais para escolha de um hotel (Gráfico 4), 44% responderam limpeza, 20% localização, 15% atendimento personalizado (como os hóspedes da companhia aérea tem estadia passageira, o hotel oferece serviços específicos para esse

público), 12% custo benefício e 9% recepção 24 horas. A limpeza, localização e atendimento personalizado foram os aspectos mais importantes na escolha de um hotel, seguido de perto por custo benefício.

**Gráfico 4:** Aspectos essenciais para a escolha de um hotel econômico

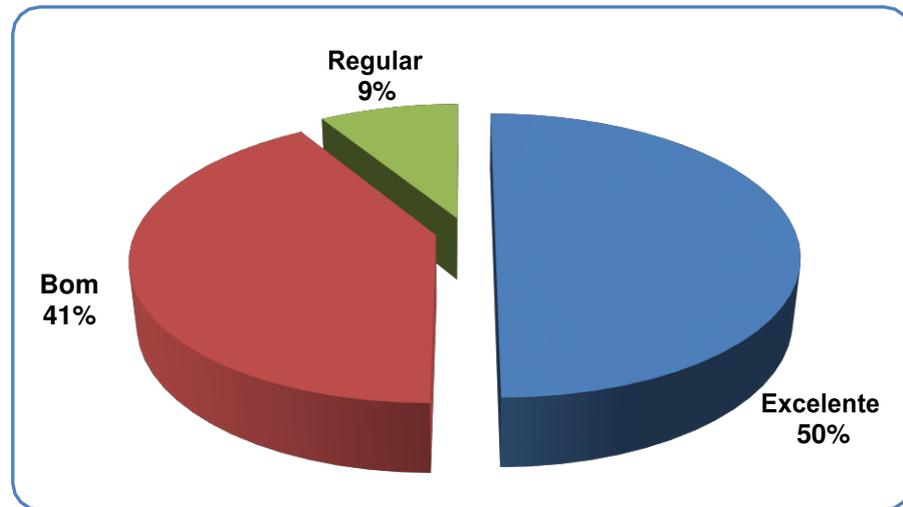


**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

Este tipo de hotel decorre da demanda de um público específico que deseja uma estadia em um quarto confortável, limpo e agradável a um preço acessível. Este público não está interessado nas comodidades e serviços oferecidos pelos hotéis 3, 4 e 5 estrelas, mas estão dispostos a resignar alguns luxos em troca de poder ter um aposento mais barato.

Araújo (2013) entendem que muitos serviços envolvem atividades de desempenho tangível. Os resultados tangíveis desses serviços, traz uma sensação de bem-estar que compreendem desde o efêmero ato até o permanente e irreversível. Dessa forma, os serviços em si mesmos são intangíveis, mas os seus resultados podem ser tangíveis, visto que compreende uma gama de serviços essenciais para o bom funcionamento de um estabelecimento hoteleiro.

O Gráfico 5, mostra que 50% dos clientes avaliaram os serviços prestados no restaurante como excelente e 41% bom. Outros 9% classificaram os serviços prestados no restaurante como regular. Com base neste indicador, pode-se afirmar que os serviços prestados pelo hotel Nobile Inn atendem às necessidades dos seus clientes.

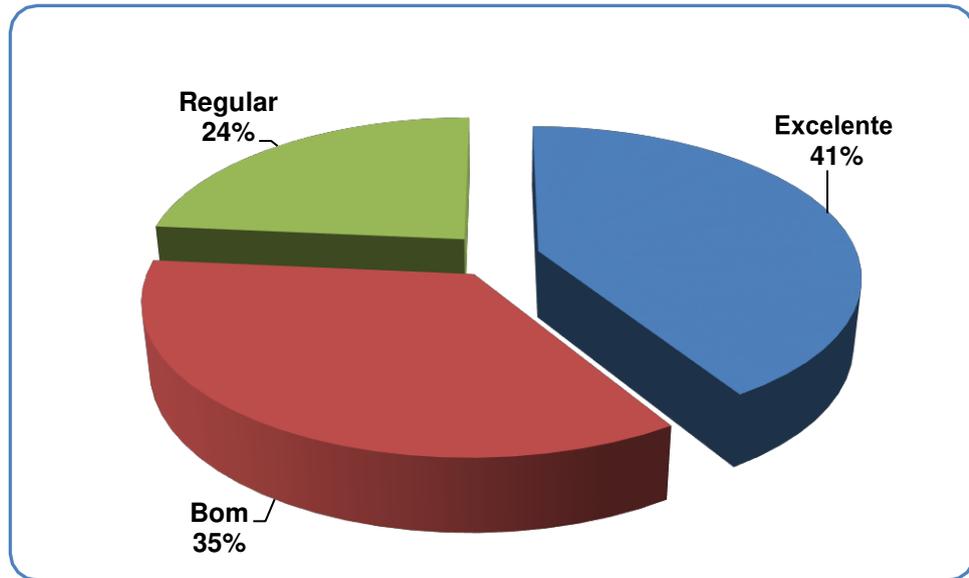
**Gráfico 5:** Classificação dos serviços prestados no restaurante

**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

Araújo (2013) pontua que a padronização nos serviços não é algo desejável para muitos, visto que as pessoas, muitas vezes, buscam a personalização para atender suas necessidades e anseios. Existindo, assim um equilíbrio entre a padronização e a customização/personalização, que permita a estratégia de diferenciação dos serviços prestados.

A mesma autora entende que os clientes não compram serviços, mais, sim benefícios. Adquirem ofertas consistindo em serviços, informações e atenção pessoal. Essas ofertas lhes proporcionam serviços e é esse são percebidos pelos clientes que gera valor para eles.

O Gráfico 6 mostra que 41% dos clientes pesquisados classificaram o hotel com o nível excelente, 35% atribuíram o nível bom e 24% conferiram a nota regular. Esta amostra vem de encontro ao objetivo específico que é bordar a classificação dos meios de hospedagem; visto que a categoria do hotel em estudo está classificada como econômica.

**Gráfico 6:** Classificação do hotel Nobile Inn

**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

Os hotéis da classe econômica oferecem quartos funcionais com banheiro privativo. O mobiliário e a decoração são simples, mas de bom gosto o que permite que as taxas sejam menores em comparação com os hotéis de uma categoria superior.

Guasso et al (2009) aduz que os hotéis da classe econômica surgiram como uma alternativa aos hotéis luxuosos. Com diárias 50% mais em conta, os hotéis econômicos são para pessoas que querem uma hospedagem sem abrir mão de conforto e qualidade. Este tipo de acomodação é principalmente para visitantes em busca de lazer ou negócios.

Eles também limitam ou mesmo eliminam uma grande parte de serviços de alimentos e bebidas (que em muitos casos são substituídos por máquinas de venda automática) além de um número pequeno de funcionários. Não contam com certos serviços adicionais, como academia, SPA, salões de beleza, salões de convenções, etc. É por isso que eles são chamados de hotéis de categoria econômica. Desde meados dos anos 90, esse tipo de hotéis adquiriu uma maior popularidade, devido à necessidade de viajantes reduzir os custos de suas viagens. Santi (2012, p. 5) enfatiza que os hotéis econômicos:

[...] dispõem de serviços mais simples e menos diversificados, operam com tarifas, de forma que o preço seja um dos principais elementos de comparação. Nestes estabelecimentos o setor de alimentos e bebidas é pouco desenvolvido e muitos hotéis dispõem apenas de um salão para o café da manhã. Contam com um número

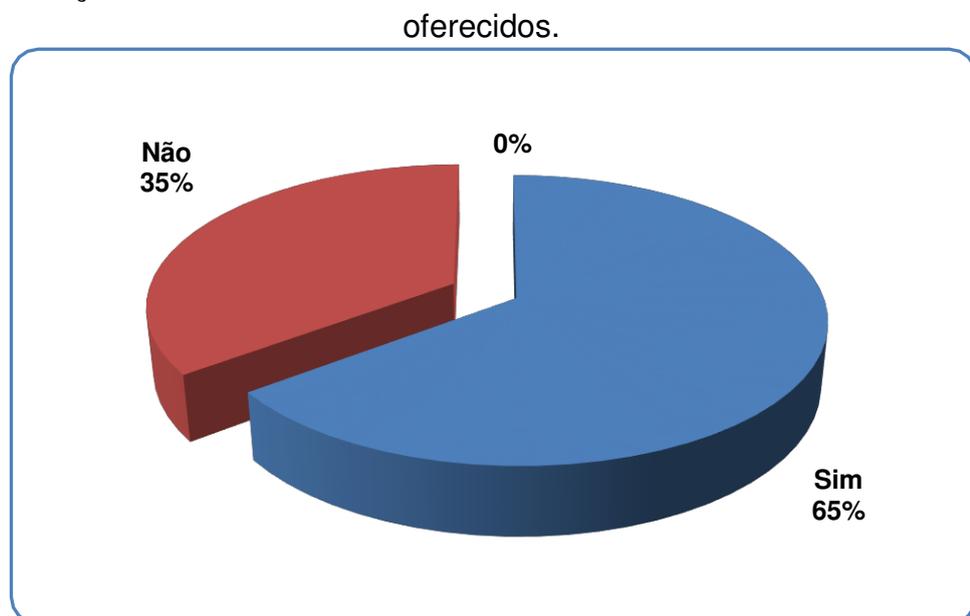
reduzido de funcionários. Operam nos grandes centros econômicos e financeiros, assim como nas cidades de pequeno e médio porte, atendendo principalmente ao turismo doméstico, individual ou em grupo, voltado para o lazer, em maior escala, e também para business travel e eventos.

Os consumidores de serviços relacionados ao turismo estão mudando significativamente. Em seu comportamento influem novos valores, como o respeito ao meio ambiente ou a busca de experiências autênticas, e os hotéis econômicos se encaixam neste segmento.

O Gráfico 7, indica que 65% dos clientes pesquisados tiveram suas expectativas superadas, através dos serviços oferecidos no hotel Nobile Inn. Enquanto 35% não tiveram suas expectativas superadas.

Para suprir ou suplantar as expectativas, tanto as pessoas quanto as organizações devem estar preparadas, desenvolvendo planos de qualidade que favoreçam a satisfação do cliente, a formação do pessoal e a gestão até a melhoria contínua.

**Gráfico 7:** Superação das expectativas dos clientes através dos serviços



**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

Considera-se que a superação das expectativas do cliente com relação aos serviços oferecidos, pode ser definida pela comparação entre a percepção do serviço prestado e a expectativa do serviço desejado. No entanto, quando esta última se excede, o serviço é percebido como sendo de qualidade excepcional e também como agradável surpresa. Quando, no entanto, não ocorre essa

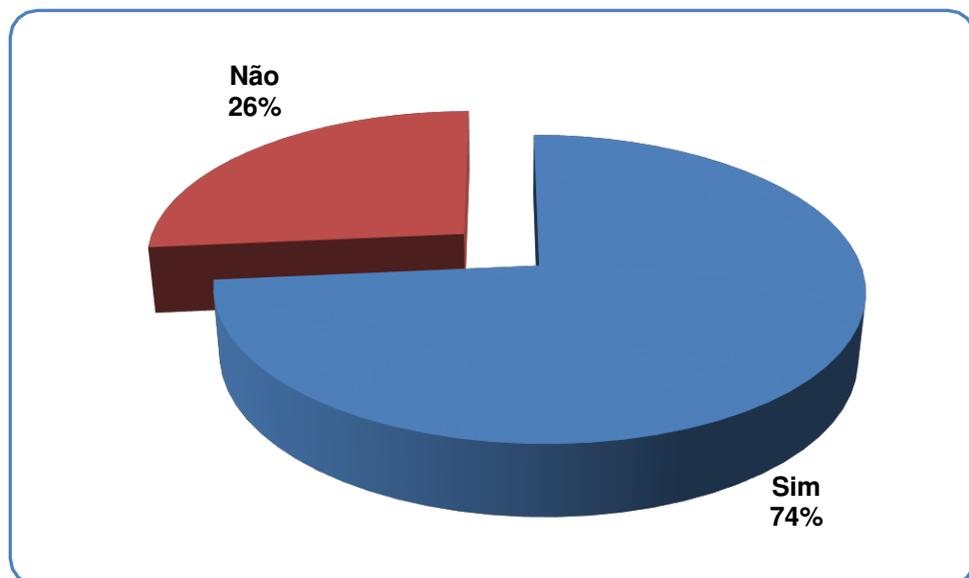
extrapolação, a qualidade passa a ser inaceitável.

Duarte (1996) concorda que os problemas ou deficiências nos processos de serviços precisam ser enfrentados com o desenvolvimento de sistemas cada vez mais estruturado. A competição, a inovação, a sazonalidade, a redução de riscos e o aproveitamento de oportunidades são metas que precisam ser seguidas por toda a organização de serviços.

O Gráfico 8, colige que 74% dos clientes pesquisados indicariam o hotel Nobile Inn a outras pessoas. Outros 26% não indicariam o hotel. Se o hóspede tiver sua estadia satisfatória, com certeza este cliente indicaria o hotel, ou até mesmo retorna devida sua experiência anterior.

Estes dados têm grande relevância para o meu trabalho, visto que o profissional da gestão hoteleira é o responsável pelo processo de identificar, assumir, satisfazer as expectativas e as necessidades dos clientes, fazendo com que esse hóspede retorne além de indicá-los para outros potenciais clientes.

**Gráfico 8:** Indicação do hotel para outra pessoa



**Fonte:** Dados coletados em campo, 2017.

É perceptível quando se fala em personalidade do cliente que é impossível agradar a todos, devendo ser o tratamento baseado na equidade, com atendimento personalizado, para que seja eficaz. Uma das grandes influências que intervêm na satisfação do cliente é a experiência que este possui com outros serviços já utilizados, o que o torna mais exigente.

Com base na análise dos dados coletados, percebe-se que a

maioria dos clientes pesquisados avaliou os serviços prestados pelo hotel Nobile Inn como excelente ou bom. Outro ponto positivo está relacionado aos serviços prestado no restaurante. Constata-se que a maioria dos clientes usa os serviços do hotel, e dentre esses serviços a internet e o serviço de quarto foram os mais citados.

No próximo tópico faz-se uma análise final do trabalho, destacando seus pontos principais e as devidas sugestões concernentes ao estudo.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos tempos atuais, nota-se que houve uma crescente facilidade em viajar e fazer turismo. As agências, as companhias aéreas e as operadoras têm investido em pacotes turísticos acessíveis a qualquer tipo de público. Sendo assim, os consumidores se tornam cada vez mais exigentes com o conforto e bom atendimento.

Sabe-se que os hotéis de categoria econômica possuem serviços limitados, pois precisam condizer com o espaço físico que muitas vezes é reduzido, o quadro de colaboradores que é bem enxuto e as diárias relativamente baixas, ou melhor, compatíveis com o segmento.

A diferenciação de hotéis de categoria econômica dá-se através do que podemos chamar de “valor agregado”, ou seja, ofertar além do trivial. Oferecer novas iguarias no café da manhã ou a passagem de uma peça de roupa sem ônus ao hóspede não incidem em prejuízo ao hotel. São gentilezas que além de trazer encantamento são capazes de fidelizá-lo.

A partir do aumento da demanda de hóspedes frequentes, o hotel sentiu a necessidade de implantar o serviço de *buffet* exclusivamente no jantar, visto que o público é corporativo e é ausente na maior parte do dia. Sendo assim, ao retornarem ao hotel não precisam se deslocar para efetuar suas refeições.

Para atender a clientela-chave, o referido hotel precisou fazer adaptações em alguns serviços, como por exemplo: servir um pequeno café da manhã para a tripulação com saída na madrugada, uma lavagem de peça de roupa gratuita, uma garrafa de água em caráter de cortesia, além conceder descontos nos serviços de alimentação com exceção de bebidas alcólicas.

Especificamente no caso do hotel Nobile Inn, seria conveniente investir em estruturas físicas (como academia, por exemplo) que venha a deslumbrar os clientes, sobretudo da tripulação aérea que por viajar constantemente tem a facilidade de conhecer e comparar diferentes tipos de hotéis e serviços. Por essa razão é necessário, privilegiar este público com serviços que compatibilizem suas expectativas.

No geral, conclui-se que a maioria dos hóspedes do hotel Nobile Inn mostraram se satisfeitos com os serviços e atendimento recebidos. Vale ressaltar que durante a finalização desse trabalho, o contrato com a companhia aérea foi

renovado diferentemente dos demais meios de hospedagem da rede. O que só vem a afirmar o grau de qualidade do empreendimento analisado.

Assim sendo, este estudo atingiu seus objetivos e teve a sua hipótese confirmada. Devido ao conteúdo estudado ser extenso, o presente trabalho serve como ponte para que outros pesquisadores se debruçam sobre a temática em estudo.

## BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, J. V. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. 8.ed. São Paulo: Ática, 2000.

ANTUNES, R. **Amostragem probabilística: Sondagens e Estudos de Opinião**. 2011. <<https://sondagenseestudosdeopiniao.wordpress.com/amostragem/amostras-probabilisticas-e-nao-probabilisticas/>>. Acesso em 29 dez. 2017.

ARAUJO, Vanessa Moreira Guedes de. **Qualidade dos serviços na hotelaria: um estudo na rede de Hotéis Alfa**. Curitiba, v. 2, p. 131-154, jan./dez. 2013

BERTINO, Roberto M. **Oito anos da Nobile Hotéis**. 2016. Disponíveis em: <<https://diariodoturismo.com.br/21540/>>. Acesso em: 12 out. 2017.

BONAT, Debora. **Metodologia da pesquisa**. Ed. 3. Curitiba: IESDE Brasil, 2009.

BRASIL. Portaria nº 100, de 16 de junho de 2011. **Institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass)**.

\_\_\_\_\_. Receita Federal. **Solução de Consulta nº 189** - Cosit. 2014.

\_\_\_\_\_. Lei nº 11.771/2008. Disponível em: <[www.embratur.gov.br](http://www.embratur.gov.br)> Acesso em: 14 dez. 2017.

\_\_\_\_\_. Segmentação do Turismo e Mercado. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: 2010.

CAMPOS, LUIZ Cláudio M.; GONÇALVES, Maria H Barreto. **Introdução a turismo e hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac, 1998.

DUARTE, Vladir Vieira. **Administração de Sistemas Hoteleiros: conceitos básicos**. Série apontamentos. São Paulo: Editora SENAC. 1996.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. 4 ed. São Paulo: Educ, 1992.

FAGUNDES, Esnél José. **Relações públicas no complexo hoteleiro da região nordeste do Brasil**. Tese apresentada a Escola de comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 148 fl. São Paulo. 2008.

GIL, A C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. Ed. 2. São Paulo: Loyola, 2004.

GONÇALVES, Maria Helena. **Introdução ao turismo e hotelaria**. São Paulo: SENAC, 1998.

GUASSO, Igor. **Os serviços e a empresa hoteleira: um estudo de caso do Cristal Palace Inn**. 92fl. Lins, 2009.

JLL. **Relatório Jones Lang de mercado**. 2015. Disponível em: <<http://www.jll.com.br/brazil/pt-br/relatorios/104/hotelaria-em-numeros-2015>>. Acesso em: 09 set. 2017.

LAKATOS, Eva M. MARCONI, Marina de A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre P. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2012

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MIGUEL, Isabela Castello. **Uma análise do diferencial competitivo de hotéis associados a cadeias hoteleiras internacionais**. Dissertação apresentada à Fundação Getúlio Vargas para obtenção de título de MESTRE em Administração. 109 fl. Rio de Janeiro. 2001.

NETTO, Alexandre P. **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2010.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria: planejamento e gestão**. 2. ed. São Paulo: Print Hall, 2004.

POPP, Elisabeth Victória. et al. **Hotelaria e Hospitalidade**. São Paulo: IPSIS, 2007.

REGO, Luciana M. R. Moraes. **A busca pela implantação do padrão de qualidade dos serviços da agência de receptivo Sea and Air**. Monografia apresentada a Faculdade Atenas Maranhense, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Turismo. 45 fl. São Luís: 2006.

RIBEIRO, Karla C Campos. **Meios de Hospedagem**. e-tec Brasil. Cetam. 2011. TCU BRASIL. **Técnica de Observação Direta em Auditoria**, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Observacao\_direta.PDF> Acesso em: 15 out. 2017.

SANTI, Laura Umbelina. **O Segmento de Hotéis Econômicos: Uma Análise Sobre a Redução de Mão-de-obra**. IX Congresso Brasileiro de Custos – São Paulo. 2012.

SENAC. **Qualidade em comércio e serviços-casos e caminhos práticos**. São Paulo: Makron Books/Senac, 1992.

SILVA, Ana Letícia Burity. **Culinária Maranhense: a identidade alimentar na capital do Maranhão sob o olhar dos frequentadores das áreas turísticas**. São Luís: 2014.

OTTO, Gabriela. **Os novos tempos das classificações de hotéis**. São Paulo: 2011.

VENTURA, Rui. **Teoria e prática do Revenue management em hotelaria**. Makron Book. São Paulo: 2012.

ANEXOS



## ANEXO A – QUESTIONÁRIO



## Perfil do entrevistado:

- 1) Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino  
 2) Estado Civil: ( ) Solteiro ( ) Casado ( ) Divorciado  
 3) Satisfação em relação ao atendimento:  
 ( ) Muito satisfeito ( ) Satisfeito ( ) Pouco satisfeito  
 4) Avaliação dos serviços prestados  
 ( ) Excelente ( ) Bom ( ) Regular

5) Você usa regularmente frigobar, buffet, room service, transportes, lavanderia, internet nos apartamentos? Quais?

---



---

6) Indique 3 serviços que você considera essenciais para ficar em um hotel:

---



---



---

7) Indique 3 aspectos que você considera essenciais para ficar em um hotel:

---



---



---

8) Como classifica os serviços prestados no restaurante?

( ) Excelente ( ) Bom ( ) Regular

9) De modo geral como você classifica o hotel Nobile Inn?

( ) Excelente ( ) Bom ( ) Regular

10) Superação das expectativas dos clientes através dos serviços oferecidos

( ) Excelente ( ) Bom ( ) Regular

11) Indicação do hotel para outra pessoa

( ) Sim ( ) Não



ANEXO B – TERMO DE CONSENTIMENTO  
LIVRE E ESCLARECIDO  
TERMO DE  
CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



Eu, \_\_\_\_\_ Declaro, por meio deste termo, que concordei em participar na pesquisa de campo de campo referente ao trabalho de conclusão de curso de Bacharel em Hotelaria, pela acadêmica Cláudia Layssa Costa Ferreira, entitulado como **Os desafios da prestação de serviço em hotel de categoria econômica**: um estudo de caso no hotel Nobile Inn com ênfase no atendimento à tripulação aérea.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui também esclarecida de que os usos das informações por mim oferecidas estão submetidos às normas éticas destinadas à pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde.

Minha colaboração se fará ao descrever o cotidiano das atividades operacionais do hotel, além de oferecer suporte a metodologia utilizada através dos questionários aplicados. O acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pelo pesquisadora e sua orientadora.

Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

São Luís, \_\_\_\_\_ de Dezembro de 2017.

## ANEXOS C – FOTOS

**Figura 1- Fachada**



**Figura 2- Entrada**



**Figura 3- Recepção**



**Figura 4- Recepção**



**Figura 5 - Lobby Bar**



**Figura 6 - Lobby Bar**



**Figura 7 - Apartamento Duplo Twin**



**Figura 8 - Apartamento Duplo Casal**



**Figura 9 – Piscina**



**Figura 10 - Café da manhã**



**Figura 11- Salão Café da manhã**