

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE BACHARELADO EM HOTELARIA

RAISSA KARINE SILVA FRANÇA

**HOSTEL, UMA EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA DE HOSPEDAGEM EM  
SÃO LUÍS-MA: Estudo de Caso no New Friends Hostel**

SÃO LUIS- MA

2018

RAISSA KARINE SILVA FRANÇA

**HOSTEL, UMA EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA DE HOSPEDAGEM EM  
SÃO LUÍS- MA: Estudo de Caso no New Friends Hostel**

Trabalho de conclusão apresentado ao curso de  
Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão  
como requisito para a obtenção do grau de  
bacharel em Hotelaria.

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

São Luís

2018

RAISSA KARINE SILVA FRANÇA

**HOSTEL, UMA EXPERIÊNCIA DIFERENCIADA DE HOSPEDAGEM EM  
SÃO LUÍS- MA: Estudo de Caso no New Friends Hostel**

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

Aprovada em: / /

BANCA EXAMINADORA:

---

Profa. **Ana Letícia Burity da Silva** (Orientadora)

Universidade Federal do Maranhão

---

Prof. **Davi Andrade**

Universidade Federal do Maranhão

---

Prof. **Ruan Tavares**

Universidade Federal do Maranhão

A Deus, pois sem ele eu nada seria.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, o meu Aba, onde encontro toda a minha fonte de energia, força e esperança. Que graças ao seu amor e misericórdia me ajudam a prosseguir dia após dia com fé e esperança por um futuro pleno de alegrias e conquistas.

Ao meu Salvador, Amado, e Amigo, Jesus, por me amar e me abençoar com muito mais do que eu mereço. Por dedicar a mim a sua atenção e compreensão, ouvindo dia após dia a minha voz, e com paciência me ensinando suas verdades e os mistérios do seu caminho, que me ajudam á crescer em amor e Espírito. Por colocar em meu caminho cada uma das pessoas que expresso minha gratidão e por calcular perfeitamente a minha vida para que todas as coisas aconteçam conforme a sua boa, perfeita e agradável vontade.

Aos meus pais, Jose Henrique França e Valdiza França pelo apoio incondicional em toda e qualquer decisão tomada por mim, pela preocupação com minha educação ao longo dos anos, que graças a eles finalizo mais uma etapa em minha vida. Em especial a minha mãe por todo seu incentivo e persistência que me ajudaram a nunca desistir de realizar o seu próprio sonho em ver uma filha formada.

As minhas irmãs, sobrinha e cunhado; Rita França, Rayana França, Rafisa Castro, e Wellison Nascimento por compartilharem comigo seus conhecimentos e por tudo o que cada um representa para mim.

A minha orientadora Ana Leticia Burity pela ajuda na elaboração e escolha do tema deste trabalho, compartilhando seus conhecimentos e buscando sempre tirar o melhor de mim.

Ao Junior e a Patrícia, que me constrangeram tamanha hospitalidade e ajuda com as informações do New Friends Hostel para a construção desta pesquisa.

A Girlyne Lima, por toda dedicação e força, durante a elaboração deste trabalho, onde juntas conquistamos nossa graduação.

Á minha querida amiga e discipuladora, Ana Luisa Lima, por suas orações, por sua amizade, e por todo apoio e animo.

Ao meu irmão na fé, Roberto Azevedo por todo conselho e incentivo ao longo da nossa amizade.

A cada uma de minhas amigas e amigos por suas mensagens positivas, pelas palavras de motivação, pelas súplicas em oração, e por cada uma das experiências vividas que sem dúvida contribuíram de forma relevante nesta jornada. Em especial Lorena Lima, Brenda Cunha, Marcia Helena, Thalia Costa, Samara Oliveira, Pedro Henrique, Gustavo Furtado, Gabriel Araújo, Isaac Pessoa, Beatriz Moura e Walquiria Belfort.

Aos meus professores, Marilene Sabino, Davi Andrade, Elaine Cristina, Elza Galvão; aos amigos e colegas de turma, Cristina Rodrigues, Judson Deckson, Géssica Santiago, Samara Pantoja, Herberth Bastos, Alessyane Madureira, Tharcyla Teixeira, Tarsso Lima, Nathima Thaise, por tornar tão agradável estes anos juntos nesta Universidade.

Ao Fabio por toda ajuda e amizade na coordenação do curso.

Aos rapazes da xerox, por serem sempre tão prestativos.

E a todos que contribuíram de forma direta ou indiretamente para a realização deste trabalho.

*Graças ao grande amor do Senhor é que não somos consumidos, pois as suas misericórdias são inesgotáveis. Renovam-se cada manhã; grande é a sua fidelidade! Digo a mim mesmo: A minha porção é o Senhor; portanto, nele porei a minha esperança.*

*Lamentações 3:22-24*

## RESUMO

O mercado de *hostels* tem mostrado um crescimento contínuo ao longo dos anos nos meios nacional e internacional, apesar de não receber uma classificação por parte do Ministério do Turismo do Brasil, este meio de hospedagem possui características próprias, oferecendo uma opção econômica e diferenciada para os viajantes que desejam se hospedar em um ambiente descontraído que ao mesmo tempo ofereça serviços de qualidade. Para aprofundar esta pesquisa, foi feito um estudo de caso sobre o New Friends Hostel, localizado em São Luís – Maranhão. Para isso, foi primeiramente necessário discorrer sobre teorias sobre a hospitalidade, hotelaria e inovação nos meios de hospedagem. Este trabalho apresenta um estudo de caso realizado em um empreendimento recentemente inaugurado em São Luís que hospeda pessoas de todas as nacionalidades, na qual buscou -se caracterizar o perfil dos hóspedes, identificando as oportunidades e benefícios que estes possuem ao escolherem este tipo de segmento. Trata-se de uma pesquisa do tipo analítica descritiva, com observação indireta, tendo como principais ferramentas as entrevistas diretas aplicadas a sete hóspedes de nacionalidade brasileira e proprietários do empreendimento. A coleta de campo foi realizada entre Dezembro e Janeiro de 2017/2018, apresentando como facilidades o total acesso ao estabelecimento para conversar com os hóspedes, que se mostraram dispostos a responder o questionário e principais entraves a não oportunidade de conversar com algum hóspede de outra nacionalidade.

Palavras-chave: *Hostel*, Inovação, Hospitalidade

## **ABSTRACT**

The hostel market has shown a continuous growth over the years in the national and international environment, although it does not receive a classification by the Ministry of Tourism of Brazil, this form of lodging has its own characteristics, offering an economic and differentiated option for the travelers who wish to stay in a relaxed atmosphere that at the same time offers quality services. To deepen this research, a case study was made on the New Friends Hostel, located in São Luís - Maranhão. For this, it was first necessary to discuss the theories about hospitality, hotel business and innovation in the means of lodging. This paper presents a case study carried out in a recently inaugurated project in São Luís that hosts people of all nationalities, in which the profile of the guests was characterized, identifying the opportunities and benefits they have when choosing this type of segment. It is a descriptive analytical research, with indirect observation, having as main tools the direct interview applied to seven Brazilian citizens guests and the owners of the enterprise. The field collection was applied between December and January 2017/2018, presenting as facilities the total access to the establishment to talk with the guests, who were willing to answer the questionnaire and main obstacles of not having the opportunity to talk with some guest from another nationality.

Keywords: Hostel, Innovation, Hospitality

## LISTA DE QUADROS

Quando 1 – Tempos/espços da hospitalidade humana .....	20
Quadro 2 – Classificação SBClass.....	27
Quadro 3 – Classificação Hostelling International .....	42
Quadro 4 – Classificação quanto à capacidade de leitos.....	43
Quadro 5 – Ranking de notas a partir da Booking.com.....	56
Quadro 6 – Sites de Reservas Online .....	59

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Hábito de se hospedar em Albergue da Juventude .....	63
Gráfico 2- Você conhece o <i>Hotelling International</i> ? .....	64
Gráfico 3- Benefícios que o hóspede adquire ao escolher um hostel .....	65

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Reportagem da Revista Gol por Simone Sartori .....	33
Figura 2 – Bar temático do Ô De Casa Hostel .....	34
Figura 3 – Castelo de Althena .....	38
Figura 4 – Selo do Hostelling Internacional.....	39
Figura 5 – Fachada do Reviver Hostel .....	46
Figura 6 – Fachada do Hostel Solar das Pedras.....	47
Figura 7 – Recepção do Hostel Solar das Pedras.....	48
Figura 8 – Fachada do Tanan Hostel .....	49
Figura 9 – Fachada do Hostel Hospedagem São Francisco .....	50
Figura 10 – Fachada do Águias Hostel.....	51
Figura 11 – Fachada do O Guarani Hostel.....	52
Figura 12 – Fachada do Mansão Expressar Hostel .....	53
Figura 13 – Fachada do New Friends Hostel .....	54
Figura 14 – Planta do New Friends Hostel .....	61
Figura 15 – Quartos do New Friends Hostel .....	62

## LISTA DE SIGLAS

ACM	– Associação Comercial do Maranhão
EMBRATUR	– Empresa Brasileira de Turismo
FBAJ	– Federação Brasileira de Albergues da Juventude
HI	– Hostelling International
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IYHF	– International Youth Hostel Federation (Federação Internacional de Albergues)
MTUR	– Ministério do Turismo
OMT	– Organização Mundial de Turismo
OMT	– Organização Mundial do Turismo
OTA's	– Online Travel Agencies
SBClass	– Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem
SETUR	– Secretaria de Turismo
UH's	– Unidades Habitacionais

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	15
<b>2. HOTELARIA E HOSPITALIDADE</b>	17
2.1. A evolução do mercado turístico e os meios de hospedagem	21
2.2. Novas tendências na Hotelaria	28
<b>3. HOSTEL: UMA INOVAÇÃO</b>	31
3.1. Hostelling Internacional - Albergue da Juventude	35
3.2. Os Hostels no Brasil	40
3.3. Albergues da Juventude em São Luís	45
3.3.1 Reviver Hostel	46
3.3.2. Hostel Solar das Pedras	47
3.3.3. Tanan Hostel	49
3.3.4. Hospedagem São Francisco	50
3.3.5. Águias Hostel	51
3.3.6. O Guarani Hostel	52
3.3.7. Mansão Expressar Hostel	53
3.3.8. New Friends Hostel	54
<b>4. NEW FRIENDS HOSTEL: Um estudo de caso</b>	56
4.1. METODOLOGIA	56
4.2. Universo e Amostra	58
4.3. Instrumento de coleta de dados	59
4.4. Coleta de Dados	61
4.5. Área analisada	63
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	69
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	71
<b>REFERÊNCIAS</b>	76
<b>APÊNDICE A</b>	78
<b>APÊNDICE B</b>	80
<b>ANEXO A</b>	85
<b>ANEXO B</b>	86
<b>ANEXO C</b>	87
<b>ANEXO D</b>	88

## 1. INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento mundial da hotelaria e turismo, ambos os setores têm estimulado o aumento da concorrência e da oferta de serviços no mercado hoteleiro. Um dos grandes destaques do panorama do setor de hospedagem é o segmento de *hostel*, onde cada dia cresce o número de pessoas que preferem este tipo de hospedaria. Nesse cenário, o mercado cresce de forma acelerada nos últimos anos no mundo. Segundo o Ministério do Turismo, com dados da *Hostelling International* (HI), o crescimento anual dos albergues filiados à rede é de 25% (vinte e cinco por cento) ao ano em todo o globo. Para o Brasil, a HI prevê crescimento anual de 10% (dez por cento).

Dentro do contexto de modernidade e serviços diferenciados, os *hostels* surgiram para criar algo até inovador ao mercado de hotelaria. Os albergues antes caracterizados como meio de hospedagem de estrutura e operação simples e de baixo custo, agora sofisticam suas estruturas, criando produtos exclusivos, baseados nos conceitos de *design* e luxo, na qual podem oferecer qualidade nos serviços prestados a preços competitivos no mercado, a fim de se adaptar aos anseios de novos consumidores, mais exigentes quanto à prestação de serviços.

O tema escolhido surgiu da percepção de explorar um segmento diferenciado dentro do mercado hoteleiro, tendo em vista o estudo de um hostel da cidade que é o objeto de estudo deste trabalho. O New Friends Hostel, localizado na da cidade de São Luís- MA.

O objetivo do trabalho é caracterizar o perfil dos hóspedes que preferem se hospedar neste tipo de segmento, identificar as oportunidades e os benefícios que estes possuem ao se hospedar em um albergue, analisar a estrutura ofertada no local, a partir da análise, será possível definir o conceito de hostel com base nos estudos acerca dos Albergues da Juventude.

O primeiro capítulo deste trabalho traz a Introdução, seguido pela abordagem de temas como a hospitalidade, os meios de hospedagem e as categorias de hotéis, base para o estudo sobre os hostels. Nesse capítulo também é tratada a questão da classificação da oferta hoteleira no Brasil. Os temas são de grande relevância a fim de contextualizar a dinâmica dos albergues da juventude, bem como as inovações implementadas na atualidade e a busca para identificar as estratégias utilizadas no mercado nacional de hostels.

O terceiro capítulo consiste em analisar o pioneirismo do tema da pesquisa, o Hostelling Internatinal, caracterizando suas origens, definições, entidades responsáveis, mercado, perfil e características da demanda foram alguns dos aspectos tratados. Esse capítulo teve o objetivo de fornecer a base teórica necessária para a realização das pesquisas de campo descritas no capítulo final, disponibilizando dados sobre empreendimentos disponíveis na cidade de São Luís.

O quarto capítulo se divide em três etapas que compreendem: a) a descrição aprofundada sobre o New Friends Hostel, o empreendimento pesquisado; b) a metodologia utilizada, um Estudo de Caso, com análise descritiva tendo como ferramentas as entrevistas com gestores e hóspedes do hostel citado, mediante sua disponibilidade em colaborar com este trabalho e c) a discussão sobre os dados obtidos em campo.

No final do trabalho são apresentadas algumas considerações e sugestões para os envolvidos no mercado de albergues no Brasil. Nesse último tópico, serão abordados os principais resultados e contribuições da pesquisa, as limitações encontradas durante o desenvolvimento da pesquisa e sugestões para produções acadêmicas futuras.

## 2. A HOTELARIA E A HOSPITALIDADE.

Considerado um importante produto hoteleiro, a hospitalidade constitui-se como um fator atrativo e decisivo para muitos viajantes, tendo como princípio básica a dádiva de gratuidade, que é dar sem esperar algo em troca, caracterizada pelo dom de ser hospitaleiro. Para Camargo (2004) a hospitalidade pode ser conceituada essencialmente pelo acolhimento voluntário a um recém-chegado. Na hotelaria é compreendida como a prestação gratuita ou não, de serviços á um estranho ou recém-chegado de outro território a uma determinada acomodação ou um lar.

Atualmente a hospitalidade denomina-se como um constante desafio para todo meio de hospedagem, em especial no atual mercado de trabalho hoteleiro, diante de tantas inovações e produtos comerciais de marketing utilizados para atrair cada vez mais um público alvo. Deste modo é muito difícil para um hotel atender a todas as necessidades e desejos de seus hóspedes, tais como aos valores, a estrutura física, o atendimento às expectativas dentre outros fatores.

Vista como uma das maiores e mais rápido crescimento no mundo, a indústria da hospitalidade está passando por uma forte globalização, podendo ser definida na hotelaria como uma ação espontânea para deixar mais a vontade um recém-chegado. Para Castelli (2006), a prática era considerada como um termo sagrado, mas com o decorrer do tempo foi se tornando um meio de negócio altamente rentável para os empreendimentos.

Ainda para o autor acima citado, na hotelaria ela pode ser definida de diferentes formas e explicações, tais como na comunicação escrita, corporal, verbal e a visual. Ou seja, ela não pode ser expressa apenas como o bem receber, mas também por meio de estímulos, emoções, palavras, vontades e até mesmo na estrutura física do hotel.

Acredita-se que se houver algum tipo desinteresse da parte do hotel em manter os detalhes como limpeza, organização e manutenção da estrutura física do empreendimento, automaticamente o viajante entenderá

como um desleixo relacionado á sua hospitalidade. Do contrário quando ele percebe detalhes altamente criteriosos pensados especificamente para o seu bem estar, ele deduz que a sua hospitalidade estará sob os mesmos cuidados de atenção.

De forma análoga, na hotelaria, os traços arquitetônicos, os jardins, a sinalização, os uniformes, a expressão corporal do quadro funcional, a limpeza, o material promocional, a decoração e até á musica ambiental constituem a forma de comunicar a hospitalidade. (CASTELLI, 2006, p. 03)

Ao ser definida como um ato humano a hospitalidade pode ser acompanhada por um conjunto de atitudes, relacionadas á recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural exercidas em um contexto doméstico, público e profissional, e vistas ainda como um gesto de boas ações, não precisando especificamente de algum estudo profissional para exercer essa característica.

Para Camargo (2004), o objetivo do hospitaleiro deve ser agradar o visitante com o máximo de qualidade, mas não focado apenas em um produto comercial, mas sim na dádiva do querer receber bem as pessoas. Dencker (2004, p. 189) corrobora ao afirmar que:

“A hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber, e retribuir visitas ou presentes entre indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do dom. Todas as sociedades têm normas que regulam essas relações de troca entre as pessoas, o que parece demonstrar que, de alguma maneira, elas atendem a uma ou mais necessidades humanas básicas”.

As pessoas que viajam necessitam e esperam ser acolhidas e envolvidas, e nesse aspecto a hospitalidade torna-se um tema com valor para a economia moderna, já que as pessoas consomem e gastam nesses deslocamentos temporários em busca de diversão.

O ato de ser hospitaleiro, assim como a Hotelaria têm diferentes comportamentos, baseados principalmente nas influências de cada localidade

e grupo a qual se aplica. Deste modo, partindo do princípio citado por Camargo (2004), temos as seguintes escolas:

- Francesa: mostra interesse apenas pela hospitalidade doméstica e a hospitalidade pública, onde ambos estão focadas na matriz do dar-receber- retribuir e rejeita a hospitalidade comercial e;
- Americana: baseada na hospitalidade antiga que passa hoje para a comercial, não segue necessariamente o prazer em receber, mas sim, a hospitalidade como um produto comercial que segue a lei de satisfação do hóspede ou cliente, seguida por um contrato estabelecido por agências de viagens, operadoras, hotéis, restaurantes e outros.

Além desta divisão, existem dois eixos apontados por Denker (2003) entre o tempo e o espaço; um eixo cultural, caracterizado como as ações na hospitalidade, como o recepcionar ou receber pessoas, hospedar, alimentar e entreter e o eixo social caracterizado pelos modelos de interação social está dividido entre quatro categorias, a doméstica, a comercial, e a pública, e a virtual que será apresentada no Quadro 1.

O modelo cultural de recepcionar ou receber pessoas representa o melhor ato da hospitalidade. O eixo cultural no ato de hospedar é caracterizado pelo ato de oferecer um abrigo seguro ou descanso ao visitante, já no que diz respeito ao ato de alimentar é simplificado como uma forma de ofertar algum tipo de comida ou bebida, mesmo que um simples copo com água, isso é caracterizado um grande ato de hospitalidade. E finalizando o eixo cultural na questão de entreter, representada como o ato de proporcionar de alguma forma ao visitante, momentos felizes e agradáveis que possa marca-las por bons momentos vividos.

Camargo (2004) resume os quatro processos culturais citados como ações importantes para que ocorra a hospitalidade, na qual o primeiro deve ser o de receber, ou seja, acolher de forma amável os recém-chegados, com a intenção de que se sintam bem recebidos no local desejado. O hospedar que tem o objetivo de oferecer uma morada temporária, podendo ser doméstica ou comercial. O alimentar visa oferecer bons serviços de

alimentação e bebidas ao hóspede ou visitante, e o entreter busca oferecer bons momentos de lazer.

Quadro 1 – Tempos/espços da hospitalidade humana

	<b>Recepcionar</b>	<b>Hospedar</b>	<b>Alimentar</b>	<b>Entreter</b>
<b>Doméstica</b>	Receber pessoas em casa de forma intencional ou casual	Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas	Receber em casa para refeições e banquetes	Receber para recepções e festas
<b>Pública</b>	A recepção em espaços e órgãos públicos de livre acesso	A hospedagem proporcionada pela cidade e país, incluindo hospitais, casas de saúde, presídios.	A gastronomia local	Espaços públicos de lazer e eventos
<b>Comercial</b>	Os serviços profissionais de recepção	Hotéis; Hospitais e casas de saúde; Presídios	A restauração	Eventos e espetáculos; espaços privados de lazer.
<b>Virtual</b>	A net-etiqueta do enviar e receber mensagens por meios eletrônicos.	Sites e hospedeiros de sites	Programas na mídia e sites de gastronomia	Jogos e entretenimento.

Fonte: Adaptado de Dencker (2003).

A hospitalidade doméstica está relacionada ao acolher em casa, ou seja, no lar, que é o mais típico da hospitalidade. A comercial está ligada as relações de mercado, tais como uma compra de pacote de viagem, uma reserva em um hotel, e entre outros meios comerciais. Já a pública refere-se á estrutura urbana da cidade, em colocar melhorias de acesso á cidade, a infraestrutura, e também no lazer como um todo. A hospitalidade virtual é considerada uma proposta de investigação das relações de consumo através

da comunicação social no mundo contemporâneo. É difícil imaginar a comunicação no espaço virtual sem a hospitalidade como pano de fundo, no sentido de dar, retribuir e receber mensagens (NEVES, 2009, p. 8).

O autor acima citado fortalece a ideia do quanto importante é a troca de experiências para quem recebe e para quem está sendo recebido, ou seja, o anfitrião e o turista, onde podemos ressaltar dois principais tipos de hospitalidade neste aspecto, a hospitalidade comercial e a doméstica em que vivenciamos os encontros entre anfitrião e turista e seus processos de dar, receber e retribuir.

### 2.1. A evolução do mercado turístico e os meios de hospedagem

O mercado turístico é um cenário em constante transformação. Por esta razão diversos autores apresentam seus conceitos de tipologias de turismo e meios de hospedagem, que objetivam obter uma maior compreensão sobre estes mercados que por sua vez estão sempre se renovando.

Desde a origem da humanidade há relatos de deslocamentos em diferentes aspectos da história. No aspecto religioso, os primeiros relatos são conhecidos pela história da arca de Noé e também nos registros da viagem de Moisés juntamente a população de Israel para a terra prometida. Deslocamentos estes que ocorreram na viagem em busca da sobrevivência. (BARBOSA, 2002).

Ainda para o autor, na visão da antropologia, as viagens tiveram início na Idade da Pedra, quando os homens eram nômades e se deslocavam por outros propósitos, como em busca de alimentos, abrigo e instrumentos para caça. Após esse período começaram a surgir às primeiras viagens de caráter comercial. Esse fato deu-se na Idade do Ferro, quando o homem buscava encontrar metais e outras matérias primas. Já a Era moderna das viagens foi marcada quando a moeda foi criada pelos babilônios, cerca de 4.000 a.C,

pois foi quando os indivíduos podiam pagar pelo transporte e alojamento na Idade antiga. Fala-se muito que a população da Babilônia deu origem as primeiras atividades turísticas. Há também a influencia dos gregos no turismo, que viajavam a desejos dos deuses da mitologia e para a participação nos jogos olímpicos. Mas quando mencionamos cruzeiros, os egípcios foram os pioneiros, criando a modalidade de cruzeiros fluviais.

Ignarra (2001) escreveu sobre a origem do turismo, no Império Romano, dando origem ao turismo de saúde, praticado pela primeira vez quando a população se deslocava em busca das águas termiais. Esse momento representa o inicio do turismo de lazer, pois os romanos viajavam centenas de quilômetros por dia em busca dos templos. O turismo cultural teve origem na Idade Média, quando as famílias das classes sociais elevadas começaram a mandar seus filhos para estudar no exterior com o objetivo de obter diferentes experiências culturais, sociais e profissionais. Essas viagens eram chamadas de *Grand Tour* e onde era uma espécie de intercambio cultural.

Uma atividade depende de outras atividades, e o turismo se desenvolveu juntamente com as estradas, ferrovias e barcos a vapor. A partir do século XIX, as ferrovias permitiram viagens mais longas em períodos de menores tempos. O inglês Thomas Cook, em 1841, deu origem ao que seria hoje uma viagem guiada, ao organizar uma excursão de trem para mais de 550 pessoas entre duas cidades da Inglaterra. Como se esperou, a viagem foi bem sucedida e fez com que ele continuasse organizando viagens para grupos. Ignarra (2001) considera Cook como o inventor da primeira agência de viagens do mundo. Com os barcos a vapor, as viagens intercontinentais começaram a ser mais frequentes e periódicas, porém foi com a aviação que ocorreu a popularização da prática do turismo.

Segundo Barreto (2003), no século XIX as viagens internacionais de trem e de navio tornaram-se de grandes proporções. Com o surgimento dos automóveis o turismo sofreu um grande crescimento e os carros passaram a ser o principal meio de deslocamento, mas apenas ao termino da Primeira Guerra Mundial que o turismo tornou se uma prática possível para todas as

classes sociais e não somente um privilégio da elite. Após a Segunda Guerra Mundial o uso de aviões diminuiu o tempo de viagem entre as cidades, estados, países e continentes, proporcionando um maior desenvolvimento à atividade turística, tornando possível a muitas pessoas, conhecer novos lugares gastando menos tempo de viagem. No século XXI, com a globalização e o uso da *internet* a atividade turística expandiu-se mais ainda e se tornou uma atividade popular para todos.

O turismo é compreendido como um fenômeno social complexo por se tratar de motivações individuais que cada pessoa tem em fazê-lo se deslocar ao redor do mundo. Sua demanda está cada vez mais focada em ofertar produtos que possam atender de forma específica os anseios de seus clientes.

Os serviços turísticos não podem ser tocados, pois não se tratam de bens materiais, pois o serviço vendido oferece uma experiência, e não a possibilidade de troca após usufruir, por isso existe uma grande preocupação na excelência do atendimento aos turistas e visitantes. De acordo com Feijó (2001), o que vai determinar a qualidade do serviço é a experiência do cliente, na qual irá influenciar na opinião da pessoa que está usufruindo, é o que se denomina intangibilidade.

A oferta turística é formada pelos meios de hospedagem, de transportes, serviços de alimentação, receptivo local, entretenimento, atrativos turísticos, seguro-viagem, infraestrutura, saneamento básico, serviços de comunicação, segurança, serviços de saúde, entre outros, considerados produtos turísticos ativos no mercado. Também fazem parte da infraestrutura os meios de hospedagem que podem ser considerados hoteleiros ou extra-hoteleiros, onde o primeiro grupo é representado por hotéis, resorts, hotéis fazenda, SPA e outros, e no segundo caso, fazem parte de seu grupo os que podem ser albergues, pensões, casa de família e etc. (TAVARES, 2002).

A história dos meios de hospedagem é tão antiga quanto às próprias civilizações persa, grega e romana, com características específicas de cada cultura tendo como ponto em comum a hospedagem na casa de amigos, parente, ou até mesmo de estranhos, para descansar das viagens e se

alimentar sem custos. Nessas civilizações esse gesto era visto principalmente como um bom costume, um gesto de caridade e generosidade. Com o passar dos anos esse conceito foi sendo transformado em função da mudança das motivações das viagens, que atualmente incluem motivos de negócios, estudos e lazer. (ALDRIGUI, 2007)

A evolução dos meios de hospedagem deu-se juntamente com a evolução dos meios de transportes, assim como o turismo. Na Europa, os hotéis e as hospedarias começaram a se instalar perto das ferrovias de trem, aguardando ter passageiros do trem como hóspedes.

Contudo, com o desenvolvimento que trouxe o aumento da velocidade dos trens e melhorias nas estradas, as viagens tiveram seu tempo reduzido, fazendo assim com que os viajantes não tivessem necessidade de interromper a viagem para descansar em um hotel. A partir desse fator, os hotéis começaram a aumentar sua capacidade e se instalar perto dos grandes terminais, onde até hoje é possível vê-los nas grandes metrópoles. (ALDRIGUI, 2007)

O mercado hoteleiro mundial constantemente é afetado por influências externas, como exemplo, as já mencionadas. E com a globalização, essa realidade se intensificou, e as mudanças de comportamento dos consumidores e o avanço da tecnologia contribuíram para a modernização e ampliação da oferta hoteleira.

Os meios de hospedagens, pela sua importância para o turismo, são um dos equipamentos mais estudados. Segundo Aldrigui (2007), os hotéis, pela sua complexidade, alguns autores sugerem tipologias de meios de hospedagem, a fim de facilitar o estudo deste mercado e de seus componentes. Como este trabalho estuda um desses componentes, os albergues, torna-se necessário o esclarecimento sobre o assunto.

A OMT (2001) considera que os estudos sobre a tipologia dos meios de hospedagem podem ser focados nas seguintes vertentes: Tipo de estabelecimentos, tipos de exploração, tipo de produto ou tipo de comercialização.

Atualmente pode-se encontrar uma ampla tipologia dos meios de hospedagem, apesar de o hotel ser um equipamento clássico e um dos mais conhecidos diante de outros empreendimentos do ramo da hospedagem. Uma grande porcentagem de turistas que tem tido preferência em se hospedar em imóveis alugados, casa de amigos, parentes ou meios de hospedagem alternativos.

Como forma de classificar oficialmente os empreendimentos hoteleiros, no Brasil foi adotado o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), que classifica, no artigo 23 da Lei nº 11.771/2008, os meios de hospedagem como:

“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 aos usuários, denominado de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária” (BRASIL, 2010, p.8).

São definidas sete tipologias que o Mtur considera como turísticas para os meios de hospedagem existentes em território nacional: Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel. Para cada uma dessas categorias há ainda a subclassificação dada pela simbologia de estrelas, podendo variar de uma a cinco estrelas, dependendo dos serviços ofertados e estrutura de cada um dos estabelecimentos (BRASIL, 2010). Assim, o quadro 2 ilustra a classificação proposta pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem atual.

Como podemos perceber, no sistema acima apresentado não estão incluídos os albergues, que possuem estruturas diferentes das listadas. Visando expandir o estudo para outros meios de hospedagem, Aldrigui (2007) cria a definição de meios extra-hoteleiros e Giaretta (2003) de meios de hospedagem alternativos. Os meios de hospedagem extra-hoteleiros são aqueles onde existe oferta de hospedagem, mas possuem organização estrutural diferenciada. Segundo Giaretta (2003, p.64), essas organizações,

que ela nomeia como “meios de hospedagem alternativos”, tem como característica:

- A oferta de leitos nos destinos turísticos;
- Ser mais econômica que a hospedagem convencional, apresentando grande variação quanto sua prestação de serviços;
- É de propriedade de pequenos empreendedores e
- Conta com um leque composto de: albergue da juventude, camping, acampamentos, residências estudantis, alojamentos esportivos, quartos em residência da população local, pousadas, ônibus-leito, estabelecimentos religioso, alojamento de clubes de campo etc.

Conforme supracitado, a OMT (2001) considera também a tipologia por tipo de exploração, onde os equipamentos são estudados de acordo com o tipo de exploração econômica e financeira aplicado. Eles podem ser:

- Sociedade mercantil;
- Separação propriedade-exploração;
- Franquias e
- Regime de multipropriedade.

Sendo assim, percebe-se que as teorias giram em torno da organização dos meios de hospedagens mais tradicionais, conforme citado por Aldrigui (2007).

Quadro 2 – Classificação SBClass

<b>Hotel</b>
Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária.
<b>Resort Hotel</b>
Com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento.
<b>Hotel Fazenda</b>
Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo.
<b>Cama e Café</b>
Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento reside.
<b>Hotel Histórico</b>
Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.
<b>Pousada</b>
Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.
<b>Flat/ Apart</b>
Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.

Fonte: Brasil, 2017.

No entanto, nos últimos anos, o mercado de meios de hospedagens extra-hoteleiros, como os albergues, cresceu muito. Desta forma, cada vez mais eles se assemelham na sua estrutura de mercado com os meios de hospedagens clássicos, se segmentando cada vez mais, possibilitando a obtenção de mais ferramentas para seu estudo.

## 2.2. NOVAS TENDENCIAS NA HOTELARIA

A geração atual dos viajantes faz parte da classe dos novos hóspedes que desejam algo simples, com sustentabilidade, generosidade e o uso inteligente dos recursos disponíveis. Com tantas mudanças, inovações e concorrência, a hotelaria tradicional tem um grande desafio pela frente. É preciso garantir hospitalidade básica, mas de forma consistente, além de manter estrutura física impecável e a segurança física e virtual de seus hóspedes.

Para Oslo (2007, p 55), Uma inovação “é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas”.

A inovação pode ser vista como uma estratégia em meio á competitividade com outras empresas. Ela deve ser vista como um fator extremamente importante para qualquer meio organizacional, mantendo o intuito em manter atualizada diante á um mercado em constante transformação, além é claro de se tornar um diferencial para outros empreendimentos.

Klement & Yu (2007), afirma que o desenvolvimento de inovações em serviços não constituídas por ajustes em processos são relativamente mais rápidas porque tem características muito mais incrementadas do que radicais, desde que não tenha a necessidade de busca ou pesquisa de maiores conhecimentos científicos.

É necessário que os estabelecimentos estejam dispostos a procurar inovações que acrescentaram o diferencial em seu negócio. Mesmo que para algumas empresas identifiquem a dificuldade financeira, o mercado competitivo exige que pelo menos elas tenham criatividade em desenvolver formas de estratégias que busquem garantir o sucesso do produto.

Morrison (2012) diz que essas mudanças constantes nos desejos da demanda culminaram na criação de novos mercados, segmentos e oportunidades, onde o turismo em especial reagiu com uma gama de produtos customizados buscando atender às necessidades específicas do seu mercado alvo. O exemplo deste fenômeno são os hotéis de luxo, design, boutiques, entre outros, de nomenclaturas diversas, os quais se utilizam deste artifício para atingir um determinado segmento escolhido que se identifique à estrutura do empreendimento.

Schumpeter (1934) considera que as inovações podem ser de vários tipos, por exemplo, as inovações radicais podem provocar grandes mudanças no mundo, porém as inovações incrementais são constituídas como um contínuo processo de mudança. Elas podem ser:

- Introdução de um novo produto ou mudança qualitativa em produto existente;
- Inovação de processo que seja novidade para a indústria;
- Abertura de um novo mercado;
- Desenvolvimento de novas fontes de suprimento de matéria-prima ou outros insumos;
- Mudanças na organização industrial.

Baseado nos conceitos citados acima, Oslo (2007, p.57) propõe quatro tipos de inovações:

- Inovação de produto: É a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.
- Inovação de processo: É a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares.
- Inovação de marketing: É a implementação de um método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços.

- Inovação organizacional: É a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas.

O processo de inovação não pode ser separado do contexto competitivo e estratégico da organização, porque as empresas devem buscar vantagens competitivas e sustentáveis, sendo que elas podem ser alcançadas por meios de estratégias, como liderança de custo, diferenciação e enfoque. (POTER, 1989).

Com base em todos estes conceitos citados, acredita-se que os hostels como um modelo de negócio têm grandes possibilidades de crescimento. Pois apesar delas se caracterizarem como pequenas empresas que como qualquer outro empreendimento compartilha de dificuldades, a criatividade se tornou um fator determinante para a inovação no mercado.

### 3. HOSTEL: UMA INOVAÇÃO

Com o desenvolvimento do setor do turismo em todo mundo, o setor de hospedagem tem refletido igualmente no seu crescimento, devido ao crescente número de viajantes e turistas que chegam de todos os lugares e países do mundo. Esse aumento tem impulsionado na oferta, demanda e concorrência nos setores específicos de hospedagem e alimentação. (OMT, 2013).

Com o aumento da competitividade nos setores de hospedagem, criou-se uma nova estratégia de mercado para um setor já existente. O segmento de *hostel*, ou albergue, tem recebido a devida atenção como um novo meio de hospedagem que tem se desenvolvido devido sua simplicidade e hospitalidade para com os viajantes, fatores importantes que impulsionaram na inovação desse novo setor de hospedagem.

Considerado como uma tendência mundial e está se tornando sinônimo de hospedagem mais aconchegante e personalizada, ganhando bastante destaque no mercado brasileiro, principalmente nas grandes capitais dos pais como Rio de Janeiro e São Paulo que já possuem *hostels* de luxo e sofisticação, mas com preços acessíveis a padrões de economia mais baixos. (SARTORI, 2012).

Os albergues de modo geral, sempre que pronunciados, basicamente são vinculados á lugares desconfortáveis, cheios de pessoas geralmente jovens em busca de diversão e economia, por causa do seu antigo histórico. Porém nos últimos anos podemos ver uma mudança mundial em relação a esse novo produto hoteleiro. Temos hoje uma simples reformulação de albergue para o termo em inglês *hostel*, que tem trazido em si uma nova visão geral no modo de hospedagem.

Desde 2012, o Ministério do Turismo no Brasil (MTur) reconhece seis tipos de meios de hospedagem para fins de classificação oficial com estrelas: Resorts; Hotel; Hotel Histórico; Flats; Pousada e o Cama e Café (BRASIL, 2012).

O *hostel* apesar de não obter uma classificação oficial, não possuem impedimentos legais para funcionarem, entretanto eles também não podem ser classificados com estrelas. A diferença do albergue para os outros meios de hospedagem, é que no nele o hóspede aluga apenas a cama e o quarto é compartilhado com outras pessoas, enquanto que no hotel, pousada e outros, o cliente aluga a unidade habitacional, conhecida como UH. Esta diferença tem como objetivo proporcionar um maior convívio e interação entre as pessoas, razão pelo qual muitas pessoas preferem este tipo de hospedagem.

Os albergues têm sido o atual destino para aqueles que buscam conforto, qualidade, preços acessíveis, segurança, modernidade e experiências, como a convivência com outras pessoas e a simplicidade de um ambiente familiar. Motivo do qual esse novo conceito de meio de hospedagem tem sido alvo de mudança de público, que de modo geral sempre foram o de jovens ou mochileiros viajantes, agora tem sido a escolha de grupos familiares ou casais. O objetivo atual destes novos empreendimentos é deixar para trás a velha ideia de lugares bagunçados e desleixados para dar ideia a lugares sofisticados e modernos sem deixar de lado a fama de um ambiente acolhedor.

Em uma entrevista concedida à Revista Gol, diversos hóspedes compartilharam as motivações para se hospedarem em um albergue, onde podemos verificar que absolutamente tudo pode influenciar na hora dessa decisão, desde a história do imóvel, o custo baixo, o ambiente aconchegante, à localização, o clima do ambiente, que no caso não fala da temperatura mas sim, do clima tranquilo de estar com pessoas agradáveis (ver figura 1). Outro fator que pode influenciar na decisão de se hospedar, é pelo convívio com outras pessoas, do qual durante a entrevista, pessoas relatam o interesse em compartilhar e conhecer histórias, além é claro aproximação de pessoas que as tornam propícias a fazer amizades, que na opinião para muitos em um hotel se torna um pouco mais difícil. (REVISTA GOL, 2012).

Figura 1 – Reportagem da Revista Gol por Simone Sartori



Fonte: Revista Gol, 2012.

Sem dúvida o acolhimento e a hospitalidade são as principais características para um albergue da juventude, fator determinante para viajantes que se instalam lá, porém como Castelli (2006), cita elevar as expectativas dos visitantes é um verdadeiro desafio, por isso apenas a gentileza não tem se tornado o suficiente para os desejos de um público maior.

O público em geral para os usuários de *hostels* procuram acomodações com bons valores, conforto, segurança, e um ambiente que favoreça uma boa e intensa convivência social com outras pessoas durante seu período de estadia (ver Figura 2).

A mudança no perfil do público e a busca pela inovação e diferenciação dos serviços têm levado os *hostels* a diversificarem seus produtos, podendo até deixar de lado a proposta de coletividade e a filosofia da interação e convívio. Além dos quartos individuais e banheiros exclusivos, os empreendimentos passam a ter bares e organizar festas temáticas abertas ao público passante.

Figura 2 – Bar temático do Ô De Casa Hostel



Fonte: Ô De Casa Hostel, 2018

“Alguns estabelecimentos têm adotado outra estratégia de inovação marcante, transformando sua nomenclatura para hostel “boutique”, “design”, ou “galeria de arte”. A atenção a estas novas nomenclaturas ganham destaques pela parte estrutural, na construção, decoração e mobiliário do ambiente. (REVISTA GOL, 2012).

Podemos analisar que cada vez mais os brasileiros tem aderido este novo tipo de hospedagem, claro que priorizando o bem estar e conforto. Porém, essas hospedarias também têm outro público alvo, que são os estrangeiros, que no verão esta porcentagem aumenta cerca de 15%. Embora na Europa o conceito de *hostels* modernos seja comum, aqui no Brasil verificamos um número cada vez mais crescente. Os albergues estão modernos, sofisticados e cada vez mais profissionalizados, eles estão oferecendo serviços de hospedagem com ambientes muito bem decorados e quartos mobiliados, incluindo serviços diversos, como aulas de dança, surf, capoeira ou culinária. A ideia é alcançar todos os tipos de público para essa nova versão de albergues, sejam eles, brasileiros, estrangeiros ou jovens. (REVISTA HOTEL NEWS, 2015).

Repaginar o nome dos albergues para *hostels*, e investir na ideia de fazer os hóspedes se sentirem em casa com a qualidade de grandes hotéis e

preços excelentes foi uma grande inovação para o setor de hospedagem que impulsionou a nova cara para os albergues.

A Federação Brasileira de Albergues da Juventude, que é a entidade vinculada ao HI, à marca é referência em todo o mundo quando se fala em albergues da juventude, é a maior rede de hospedagem nesse segmento do planeta da qual surgiu de uma mistura á descoberta de culturas e pessoas com um turismo econômico e acessibilidade á todas as idades. (HI HOSTEL BRASIL), estima-se que existam hoje espalhados somente no Brasil cerca de 97 estabelecimentos credenciados e mais de 100 mil associados. (REVISTA GOL, 2012).

Percebe se que a rede do Hostelling Internacional veio para repaginar a cara dos novos albergues sejam eles nacionais ou internacionais, á marca trouxe um favoritismo por parte dos viajantes.

### 3. 1. Hostelling International – Albergue da Juventude

A *Hostelling International* (HI) é a única rede global de Associações de Albergues da Juventude, fundada desde o ano de 1909 no país da Alemanha, tem como objetivo formar uma rede de hospedagem para jovens. Com presença em alguns dos locais mais inspiradores do mundo. O HI é uma organização de associação sem fins lucrativos, com uma história de orgulho e uma filosofia ligada com seus princípios, Com mais de quatro milhões de associados em todo o mundo, é uma das maiores organizações de associação para jovens do planeta. A marca da rede mundial dos *hostels* é referência em todo o mundo quando se fala em albergues da juventude, ela (HOSTEL, 2017).

Giaretta, (2011), afirma que o segmento de *hostel* é um verdadeiro caso de sucesso entre os meios de hospedagem, pois eles conseguem se adaptar em qualquer uma das diferenças e realidades da qual ela está instalada. Com cerca de 3,7 milhões de associados, o HI é a maior rede de

hospedagem no segmento do planeta da qual surgiu de uma mistura á descoberta de culturas e pessoas com um turismo econômico e acessível a todas as idades.

A marca se tornou a maior rede de hospedagem do mundo, a forma mais prática, divertida, segura e barata de se viajar. Eles significam a possibilidade de descobrir novos lugares, conhecer novas culturas e fazer amizades.

Desde o ano em que foi inaugurada a organização possui mais de 4 mil albergues em 90 países, 300 mil leitos e 34 milhões de pernoites em todo o mundo, contribuindo com cerca de U\$\$ 1,5 bilhão por ano para a economia do turismo mundial. (HOSTEL, 2017).

A *Hostelling International* é uma entidade com normas de convivência, regulamento próprio, padrão internacional de atendimento e controle de qualidade em todos os empreendimentos vinculados. Ela obriga que todos os membros associados à rede tenham programas regulares e regimes de normas que foram estabelecidos e criados pelo próprio HI, passadas através de inspeções por uma equipe própria nos Albergues da Juventude da rede.

Os *hostels* são conduzidos por cinco pontos de partida básicos para verificar que os padrões de serviço ao cliente são satisfatórios, como: Segurança; Higiene; Conforto; Hospitalidade e Bom preço.

Esses padrões oferecem ao associado uma hospedagem segura e agradável durante a viagem, representando muito mais do que o Cama e Café, simbolizando um lugar para ficar e desfrutar de sua hospitalidade; conhecer pessoas do mundo todo e fazer amigos, se divertir tanto quanto ter conversas significativas, mergulhar em uma nova cultura e melhor apreciar as pessoas e o ambiente.

Segundo o Estatuto da Federação Internacional de Albergues da Juventude, a FBAJ (2017), a missão do *Hostelling International* é promover a educação de jovens de todas as nações, mas especialmente aqueles com recursos limitados, incentivando a busca por conhecer, gostar e cuidar de regiões rurais e valorizar a cultura de cidades grandes e pequenas de todas

as partes do mundo; e, para ajudar neste processo, oferecer albergues e quaisquer outros tipos de acomodação, sem distinção de raça, nacionalidade, cor, religião, sexo, classe ou opiniões políticas, desenvolvendo, assim, o entendimento mais abrangente das pessoas, seja em seu país ou em outros países. A filosofia do HI é que através da organização, jovens de todo o mundo conheçam outros países, cidades, culturas, costumes e que possam conviver, aprender, e respeitar as diferenças de cada povo, estimando o respeito pela convivência humana, podendo assim contribuir com a formação de bons cidadãos para a sociedade. Além disso, os albergues da juventude prezam pela solidariedade, pela amizade e, sobretudo pelo desejo de viajar.

O histórico dos albergues da juventude teve seu início em 26 de agosto de 1909, através do professor alemão Richard Schirrmann que em parte do seu tempo se dedicava a criar programas de convivência para seus alunos, com atividades pedagógicas que passou a organizar para grupos com jovens em pequenas viagens de estudos. Em uma dessas ocasiões, pela primeira vez ele idealizou a criação de algum meio de hospedagem ou acomodação barata para jovens, após ser surpreendido por uma tempestade, quando precisou se refugiar em uma escola ao longo de uma estrada e depois notar a falta de lugares seguros e confortáveis para ficar. (HOSTEL 2017)

Após três anos o professor Schirrmann recebeu apoio e doações consideráveis fazendo com que em 1912 abrisse o primeiro Albergue da Juventude- HOSTEL que funciona até hoje no recém -reconstruído castelo de Altena na Alemanha (ver Figura 3). Com o surgimento dos *hostels* o continente Europeu percebeu uma ótima oportunidade de crescimento socioeconômica cultural criando-se um novo produto de hospedagem. Nesta época houve uma verdadeira expansão do movimento alberguista que se expandira por todo o continente. Em 1927 na Suíça e na Polônia; em 1929 na Holanda; em 1930 na Inglaterra, Noruega e França; em 1931 na Irlanda, Bélgica e Escócia. (HOSTEL 2017).

Figura 3 – Castelo de Althena



Fonte: Experiencias.hostelapp , 2018.

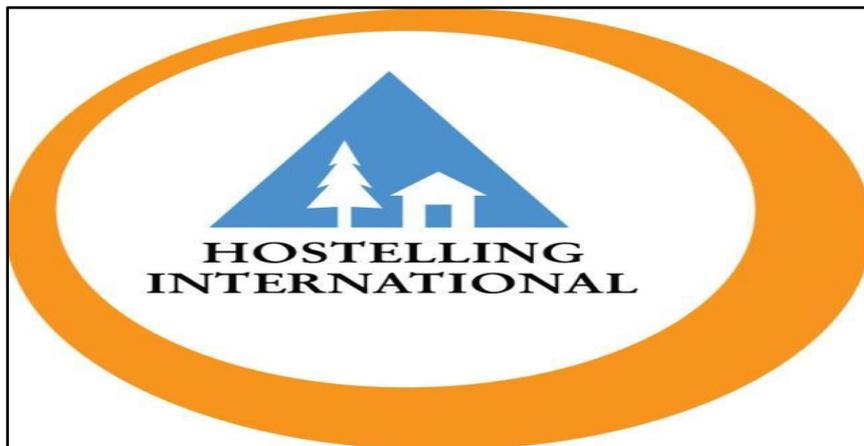
O fator econômico é o principal atrativo dos hostels e por oferecer serviços aliados a preços menores proporcionando as pessoas com rendas menores a oportunidade de viajar sem muitos gastos. Ma além deste fator, também existem outros que tem grande influencia na escolha deste tipo de hospedagem como o intercambio de culturas e um ambiente descontraídos.

Aproximadamente pelo ano de 1930 é que foi aderido esse novo estilo de hospedagem no continente Americano, mais especificamente nos Estados Unidos. Na América do Sul este novo estilo de hospedagem logo agradou a Argentina e o Uruguai os tornado precursores a implementar a ideia na década de 1950.(GIARETTA, 2005).

A *International Youth Hostelling Association* fundada em 1932, o agora *Hostelling International*, porém, devido a Segunda Guerra Mundial, grande parte dos albergues foi destruída. O movimento alberguista retomou suas atividades somente no fim da guerra, no ano de 1945 e passaram a ser restaurados. O movimento passou a se tornar uma formar de reconduzir os jovens da população europeia. Giaretta (2005) explica que no começo os albergues não possuíam funcionários efetivos, mas sim voluntários que somente a partir da década de 1970 começaram a dar espaço a profissionais capacitados da área, onde melhorias começaram a ser implementadas nos

empreendimentos de toda a rede. 1980 foi a década marcada pela sistematização do padrão mundial da marca *Youth Hostel*, que mais tarde passou a ser *Hostelling Internacional*, identificado a partir de um selo na recepção de empreendimentos (ver figura 4).

Figura 4 – Selo do Hostelling Internacional



Fonte: Hostel, 2018

Ainda no ano de 1980, a liderança do movimento alberguista começou a idealizar maneiras tecnológicas para facilitar a realização das reservas, criando um sistema de reservas globalizado para todos os associados. Então já na década de 1990 vieram diversos tipos de preocupações que pudessem trazer cada vez mais, comodidade, agilidade e eficiência para os turistas mochileiros. Neste mesmo período foi lançado o sistema de reservas *online*, a idealização de um plano de sustentabilidade com o meio ambiente, um desenvolvimento no marketing mundial, um melhor planejamento estratégico da rede e uma maior preocupação com a satisfação dos clientes. E então no ano de 2000 foi estabelecido um padrão de qualidade para todos os albergues integrantes da rede instituídos com o nome de *HI Hostels*.

### 3.2. Os *hostels* no Brasil

A implementação dos albergues da juventude no Brasil surgiu no quando educadores trouxeram a ideia após uma visita em um *hostel* na França. O primeiro albergue da juventude foi inaugurado no ano de 1965 com capacidade de trinta e seis (36) leitos na cidade do Rio de Janeiro e nomeado de “Residência Ramos” por causa do bairro em que se localizava, chamado de Ramos. Permanecendo aberto por oito anos até 1973. Durante esse período outros dois *hostels* funcionavam na cidade de São Paulo, um na capital e outro em Campos do Jordão, porém foram fechados pelo governo militar no qual alegaram que os albergues eram um local de reunião para universitários. (HOSTEL 2017).

1990 foi um ano marcante para o crescimento dos albergues da juventude e para o desenvolvimento turismo de mochileiros no Brasil, pois foi nesse mesmo período que o HI decidiu adequar todos os associados aos padrões de qualidade e aos novos meios tecnológicos que estavam sendo criados.

Sucedeu a elaboração da matriz de controle de qualidade dos albergues, a implementação do sistema de reservas *online*, o Manual de Abertura e Operação dos Albergues da Juventude, a oferta de cursos para a capacitação profissional dos colaboradores e a preocupação com a sustentabilidade e meio ambiente. Após isso foi no ano de 2000 chegaram ao Brasil às carteirinhas padronizadas dos sócios do HI começaram a ser utilizadas, juntamente com o acesso ao Sistema de Reservas *online* da rede. (HOSTEL, 2011).

O HI vem a ser uma entidade que oferece muitos benefícios para todos os membros, como em economizar pelo menos 10% em despesas de alojamento no HI Hostels em todo o mundo em comparação com os não membros. São mais de 90 albergues da rede espalhados pelo Brasil e a diária varia entre R\$ 20,00 a R\$ 45,00. A economia com o desconto obtido com a carteirinha de associado pode chegar a R\$12,00 por diária.

Baseado nos dados de Hostel (2017), o Brasil atualmente adquire cerca de mais de noventa e cinco (95) albergues credenciados a Federação Brasileira de Albergues da Juventude, espalhados pelo Brasil, em vários estados da Federação, situados em Estados como: Alagoas; Amazonas; Bahia; Ceará; Distrito Federal; Espírito Santo; Mato Grosso; Mato Grosso do Sul; Minas Gerais; Pará; Paraíba; Paraná; Pernambuco; Rio de Janeiro; Rio Grande do Norte; Rio Grande do Sul; Santa Catarina; São Paulo e Sergipe.

Cada Estado credenciado adotou os padrões, metas, e diretrizes de desenvolvimento da rede. A Classificação dos albergues da juventude no Brasil estabelecida pela FBAJ (Federação Brasileira de Albergues da Juventude) é feita no Brasil através do sistema de classificação privada, na qual o estabelecimento irá passar por uma vistoria durante o processo de credenciamento do albergue, juntamente com a rede oficial do *Hostelling International (HI Hostel)* onde existem três categorias diferentes de classificação que serão definidas por um sistema de pontuação que deverá ser alcançado durante o processo de vistoria. Os principais fatores avaliados serão o conforto, a estrutura física, o atendimento, a recepção, e a prestação de serviços. (GIARETTA, 2005, p.435).

Todo Albergue da Juventude deve oferecer boa comodidade aos usuários do sistema, assim como higiene, segurança e privacidade, cumprindo a carta do meio ambiente da IYHF- Federação Internacional de Albergues da Juventude- a qual estabelece critérios para o consumo e conservação dos recursos naturais, política de reciclagem, conservação e proteção do meio ambiente.

As categorias observadas pelas equipes de vistoria da rede HI representam pontuações do empreendimento, associadas à estrelas mediante o ponto obtido (ver quadro 3).

Quadro 3- Classificação *Hostelling International*

<b>Categoria</b>	<b>Pontos</b>	<b>Estrelas</b>
<b>Muito Bom</b>	380 a 476	★★★★★
<b>Bom</b>	285 a 379	★★★
<b>Regular</b>	95 a 284	★★

Fonte: Hostel, 2011.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro Empresa -Sebrae (2011) algumas exigências básicas que são estabelecidas em um *hostel* para que o mesmo possa fazer parte da rede de *Hostelling International*:

- O imóvel deve estar situado em município de interesse turístico, em local de fácil acesso, próximo a um ponto de parada de transporte coletivo;
- Poderá ser adaptado ou construído especificamente para uso permanente e exclusivo como albergue;
- O albergue deve oferecer, no mínimo, 40 leitos, acomodação para guias acompanhantes e motoristas, quartos de família e de casal;
- Deve ter um sistema organizado, higiene, limpeza, segurança, privacidade e conforto.

E deve oferecer estes serviços:

- Café da manhã servido pelo albergue;
- Roupa de cama e banho;
- Serviço de cofre;
- Serviço de guarda de bagagens;
- Ficha de Registro de Hóspedes e/ou livro;
- Lavanderia;
- Cozinha aberta para o alberguista;
- Mural com informações sobre o albergue, quadros de horários de transporte, etc.;
- Quadro de chaves;
- Recepção aberta 24 horas;
- Participar do sistema de reserva das Associações;
- Ter caixa de primeiros socorros e
- Fornecer informações turísticas da região

O que diferencia os hostels dos demais meios de hospedagem são os serviços simples que a maioria possui. Um dos diferenciais, que se tornou vantagem para os clientes, de albergue, é o serviço por deixar a cozinha aberta, lavanderia e outros serviços para deixar maiores facilidades de serviço para os hóspedes. O New Friends hostel também possui tais vantagens em seu estabelecimento, além de contar com uma simples lista de regras (Ver anexo C) e como todo meio de hospedagem uma Ficha de hóspede (Ver anexo B) para o controle de hóspedes cadastrados.

A respeito do tamanho e capacidade de leitos no local, Giaretta (2005) elaborou um quadro com a seguinte classificação (Quadro 4):

Quadro 4- Classificação quanto à capacidade de leitos.

<b>ALBERGUE</b>	<b>BRASIL</b>	<b>INTERNACIONAL</b>
<b>Pequeno Porte</b>	Ate 40 leitos	Até 100 leitos
<b>Médio Porte</b>	De 41 a 100 leitos	De 101 a 300 leitos
<b>Grande Porte</b>	Acima de 100 leitos	Acima de 300 leitos

Fonte: Giaretta (2005, p. 434).

A *Hostelling International* tem como principio da marca, ajudar os jovens de recursos limitados econômicos a desfrutar da natureza e das cidades de todo o mundo. Os albergues se encontram hoje em dia no coração do turismo internacional para todas as faixas etárias. A rede permite aos jovens de diferentes nacionalidades, culturas e condições sociais, encontrar-se em um ambiente informal, intercambiar experiências, aprender a conhecer a si mesmos e aos demais, e descobrir o lugar onde se encontram. (HOSTEL BRASIL, 2017).

Existe ainda uma preocupação pela sustentabilidade e se esforça por fomentar entre suas Associações, a consciência meio-ambiental e procura unir métodos de trabalho dentro do contexto ecológico, para que o movimento dos Albergues da Juventude desempenhem o papel que lhes corresponde na conservação do meio-ambiente. A fim de que possa realizar esse objetivo, a Federação dos Albergues da Juventude estabeleceu suas metas baseado em sete:

- **Conservação da energia:** controlando periodicamente o consumo de energia, visto que a produção é a causa principal da redução dos recursos naturais, do aquecimento global, da chuva ácida e das mudanças climáticas, fazendo todo o possível para se consumir um mínimo de energia, utilizando fontes renováveis de energia, sempre que possível, e apoiando a realização de projetos tendentes a este fim;
- **Reciclagem:** Usar, sempre que as circunstâncias econômicas lhes permitirem, produtos total ou parcialmente reciclados. A separação de desperdícios tais como papel, plástico, pilhas, garrafas e latas, demonstram aos jovens e demais usuários dos albergues da juventude, de uma forma muito visível, o cuidado com a utilização dos recursos de nosso planeta. Tomar-se-ão medidas para garantir a qualidade da água, para que se desperdice o mínimo possível e para minimizar os vazamentos;
- **Contaminação:** A adoção de meios razoáveis, entre os que se conta com a ajuda das autoridades locais e outros organismos, para reduzir ao mínimo a contaminação. A eliminação de desperdícios, incluindo a cesta de lixo, devendo ser eficaz e aceitável do ponto de vista ecológico;
- **Transporte:** O fomento do uso dos transportes públicos sempre que estejam disponíveis. Como alternativa, se aconselhará aos alberguistas que compartilhem seu automóvel. Todos os albergues da juventude devem fornecer informações detalhadas sobre os transportes públicos da área, incentivando-se que explorem os atrativos dos arredores empregando o transporte público, a bicicleta ou a pé. Com o fim de facilitar esse objetivo, os albergues devem proporcionar estacionamento prolongado sempre que seja possível;
- **Natureza:** Apoio a formação de reservas naturais, parques nacionais e outras zonas criadas, com o fim específico de oferecer tanto um habitat para os animais e para as plantas como um lugar para o descanso das pessoas. As Associações devem dedicar parte do terreno de seus albergues a “jardim selvagem”, sempre que o lugar o permita no que possam cultivar uma variedade de plantas ou algumas ervas específicas cuja função seja alimentar a determinadas espécies de animais e insetos.
- **Educação Ambiental:** As Associações devem considerar a criação de meios específicos para a provisão de educação ambiental nos albergues da juventude que sejam aptos para tal. Os albergues podem

ser lugares idôneos para a obtenção de material didático sobre o meio-ambiente;

- **Consumo:** As Associações devem ter em conta os fatores ambientais na hora de realizar qualquer compra. Existe toda uma gama de produtos que dizem ser ecológicos; as circunstâncias locais serão as que determinem a maior ou menor transcendência desses produtos. As Associações devem manter-se a par das últimas pesquisas nesse âmbito por tratar-se de uma área que muda com muita rapidez.

Sempre que for possível, se deverá utilizar: papel reciclado, alimentos produzidos no local, procedentes talvez do próprio jardim do albergue, materiais para a construção apropriados que deverão incluir materiais fabricados localmente ou reciclados sempre que isso seja viável economicamente, e quantidades mínimas de produtos de limpeza químicos, a fim de proteger a saúde e garantir a higiene.

### 3. 3. Os Albergues da Juventude em São Luis/Ma

O surgimento do alberguismo em São Luis surgiu no ano de 1987 onde foi registrado pela primeira vez pelos jornais O Estado do Maranhão e O Imparcial a inauguração do primeiro Albergue da Juventude, localizado na Rua 14 de Julho, 93 – Centro Histórico, chamado “O Cortiço”. O empreendimento funcionava em um casarão colonial reformado e possuía 80 leitos, 30 femininos e 50 masculinos. A diária custava cerca de 70 a 150 cruzados, já incluso café da manhã. Mais tarde este mesmo albergue passou a se chamar Maratur, por causa da Empresa Maranhense de Turismo, porém não há registros de quanto tempo funcionou este albergue. (LUZO, 2013). (Ver Anexo A)

O setor hostels em São Luis/MA permanece em crescimento no mercado turístico hoteleiro, mediante á procura nos canais de venda, que se tornaram ferramentas essenciais para oferecer seus serviços. Todos os estabelecimentos citados abaixo fazem uso destes canais ou OTA's (*Online Travel Agencies*) que serão melhor abordadas mais a frente neste trabalho.

### 3. 3.1. Reviver Hostel

Localizado na Rua Nazaré 200 Projeto Reviver em São Luís/ MA, o Reviver Hostel dispõe de recepção 24 horas, oferece churrasqueira e jardim, terraço ao ar livre, Wi-Fi gratuito e disponível para todos os hóspedes, o café da manhã continental ou *à la carte* pode ser apreciado na propriedade. (Ver Figura 5).

Figura 5 - Fachada do Reviver Hostel



Fonte: Booking, 2018

Esta acomodação está a 1 minuto de caminhada da praia. Localizado a 500 metros do Centro Histórico da cidade. A propriedade fica perto de atrações famosas como o Mercado Central, a Prefeitura de São Luís e o Palácio do Leão. (BOOKING.COM, 2018).

Todos os 9 quartos oferecem conveniências como geladeiras e micro-ondas, e varandas ou pátios. Os hóspedes também encontrarão cooktops, ventiladores portáteis e chuveiros. Os banheiros são compartilhados. (EXPEDIA, 2018).

Seus principais canais de venda e OTA's são a Booking, o TripAdvisor, o HostelWorld, o Trivago, e o Expedia.

### 3. 3.2. Hostel Solar das Pedras

Situado em um imóvel colonial português construído no século XIX, no ano de 1840, localiza-se no Centro Histórico de São Luís. O sobrado com grossas paredes de pedra e cal está tombado pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN. (SOLAR DAS PEDRAS.COM.BR, 2017). (Ver figura 6)

Figura 6 – Fachada Hostel Solar das Pedras



Fonte: Tripadvisor, 2018.

Possui 42 (quarenta e dois) leitos, distribuídos em 4 (quatro) quartos para casal/individual com banheiros privativos, 1 (um) para família (casal e dois filhos menores de dez anos) com banheiro privativo, 6 (seis) quartos coletivos para 4 (quatro) pessoas e 1 (um) quarto coletivo para 6 (seis) pessoas, sem banheiros privativos, todos os quartos são equipados com armários individuais e ventiladores de teto, não possuindo água aquecida, sendo um ambiente simples mas limpo, agradável e seguro. O hostel oferece serviços como os de recepção 24hs, quarto para família com banheiro privativo, café da manhã incluído na diária, cozinha disponível aos hóspedes, lavanderia manual acessível, Informações turísticas na recepção, telefone público nacional e internacional, área WI-FI gratuita, *lockers* na recepção para guarda de valores, e armários individuais nos quartos para bagagem. (SOLAR DAS PEDRAS.COM.BR, 2017).

Seguindo as normas do Hostelling International O imóvel foi totalmente restaurado, reformado, e adaptado em suas instalações e mobiliário, mas mantendo ainda suas características originais, conservando o antigo sem abrir mão do conforto moderno. Localizado em uma região privilegiada, bem no coração do Centro Histórico da ilha de São Luís - Rua da Palma, 127, Centro. (SOLAR DAS PEDRAS.COM.BR, 2017).

O Hostel Solar das Pedras é o único meio de hospedagem, do tipo analisado para esta pesquisa, em São Luis/Ma que já foi vinculado á marca do Hostelling International. A ideia inicial deste trabalho era estudar este hostel, porém não obtivemos nenhum tipo de colaboração por parte do empreendimento, portanto não sabemos por que razão o vínculo com a marca com o HI foi cancelada. Porém, eles mantiveram o selo da marca no hall de entrada do estabelecimento (Figura 7).

Figura 7 – Recepção do Hostel Solar das Pedras



Fonte: Hostel Solar das Pedras, 2018.

Seus principais canais de venda e OTA's são o Booking. com, o TripAdvisor, o Trivago, a Decolar, e o próprio site.

### 3. 3.3. Tanan Hostel

Localizados no bairro do Renascença, região nobre da cidade de São Luis/ MA, O Tanan Hostel está no ramo de turismo desde 1980, trazendo pessoas para conhecer o potencial do Maranhão. Com a disponibilidade de uma bela casa, em um lugar muito bem localizado e onde já funciona uma agência de turismo, surgiu à ideia de fazer uma hospedaria no estilo, onde as pessoas pudessem sentir-se “em casa” quando viessem à Ilha do Amor e curtir o reggae, o São João, o tambor de crioula, os Lençóis Maranhenses, a histórica Alcântara, a pacata cidade de São José de Ribamar e as rendeiras da Raposa. (ver Figura 8).

Figura 8 – Fachada Tanan Hostel



Fonte: Booking, 2018.

O nome Tanan, de origem germânico, a qual quem possui esse nome são pessoas simpáticas, diplomatas, acolhedoras e agregadoras. (TANAN HOSTEL, 2018)

Dispondo de terraço, o Tanan Hostel está situado a 3 km do centro histórico. Esta propriedade está situada a uma curta distância de atrações como o shopping Tropical. A acomodação dispõe de recepção 24 horas e cozinha compartilhada. Todos os quartos do albergue incluem guarda-roupa.

Alguns quartos dispõem de cozinha compacta com micro-ondas. Todas as unidades contam com geladeira e servir café da manhã continental. O hostel possui seis quartos, sendo que um é feminino com 2 (duas) camas beliche, um é masculino com 2 (duas) camas beliche, outros três quartos misto possuindo o total de 7 (sete) camas beliche e finalizando um quarto cama casal e uma cama de solteiro. Casais particularmente gostam da localização e deram nota 8,5 para viagem a dois. (BOOKING.COM, 2018).

Seus principais canais de venda e OTA's são o Booking.com; o Hostel World; o Tripadvisor; o Reserve Hotel Online;, o Taguatur Online e o seu próprio site.

### 3. 3.4. Hostel Hospedagem São Francisco

Localizado no bairro do São Francisco em São Luis/MA, é recomendado pela Booking.com pelo seu ótimo preço, boa qualidade e relacionamento atendentes/cliente em São Luís. (Ver figura 9).

Figura 9 – Fachada do Hostel Hospedagem São Francisco



Fonte: Booking, 2018.

Esta acomodação fica a 15 minutos a pé da praia Ponta D'areia e a 1,5 km do centro histórico da cidade. Para melhor comodidade dos hospedes, o

estabelecimento dispõe de uma tv plana a cabo nos quartos, *Wi Fi* e estacionamento privativo disponíveis no local. (BOOKING.COM, 2018).

O estabelecimento oferece 9 quartos para não fumantes distribuídos em 4 camas casal, 4 camas solteiro e 14 beliches solteiro. O hostel oferece serviços como os de recepção 24hs, quartos para família com banheiro privativo, acessibilidade para cadeirantes e cozinha disponível aos hóspedes. Seus principais canais de venda e OTA's são o Booking.com; o Hoteis.com; o TripAdvisor; o HotelsCan, e o próprio site.

### 3. 3.5. Águias Hostel

Localizado na Rua 7 de setembro, bem no centro da cidade de São Luis, conta com os serviços de recepção 24 horas e wifi gratuito. (Ver figura 10).

Figura 10 – Fachada Águias Hostel



Fonte: Booking.com, 2018.

Todos os quartos têm vista para a cidade, ar-condicionado e decoração simples. Há uma sala de TV e uma cozinha, ambas de uso comum. Esta pousada aceita animais de estimação e fica a 12 km do Aeroporto de São Luís e a 6 km da estação rodoviária. A Praia Grande fica a 15 minutos a pé. (BOOKING.COM, 2018).

Seus principais canais de venda e OTA's são o Booking.com; o TripAdvisor; o Trivago; o HostelWorld; o Kayak; o HotelsCan e o próprio site.

### 3. 3.6. O Guarani Hostel

Situado em São Luís no bairro do Recanto Vinhais, O Guarani Hostel oferece uma das melhores estruturas de hostel na capital maranhense. (BOOKING.COM, 2018). (Ver Figura 11).

Figura 11 – Fachada O Guarani Hostel



Fonte: Booking, 2018.

Possuindo área de lazer com piscina, jardim e churrasqueira, bar, wifi gratuito, guarda roupa, ar condicionado e banheiro privativos em todos os quartos, lounge compartilhado e café da manhã como cortesia da casa. As acomodações dispõem de quartos mistos, feminino e masculino com beliches e tomadas individuais, dispondo ainda de uma suíte com cama casal. (GUARANI HOSTEL, 2018)

Os quartos do albergue dispõem de varanda com vista da piscina e uma equipe de recepção 24 horas preparada com a língua inglesa e

espanhola. A propriedade é para não fumantes e está localizada a 4 km do centro histórico. (BOOKING.COM,2018)

Seus principais canais de venda e OTA's são o Booking.com; o Trivago; o TripAdvisor e o próprio site.

### 3. 3.7. Mansão Expressar Hostel

Localizado em São Luís, esta acomodação fica a 8 minutos a pé da praia e a 6 km do Centro Histórico. (Ver Figura 12).

Figura 12- Fachada do Mansão Expressar Hostel



Fonte: Booking.com, 2018.

A Mansão Expressar Hostel oferece instalações para esportes aquáticos, na qual a propriedade dispõe de piscina ao ar livre, churrasqueira e jardim. A acomodação oferece serviço de traslado e aluguel de carros. Todos os quartos do albergue dispõem de terraço, e Wi-Fi gratuito e disponível para todos os hóspedes, enquanto alguns quartos incluem uma varanda. Todas as unidades dispõem de guarda-roupa. Além disso, é possível jogar bilhar no local e fazer trilhas a pé nos arredores. Casais particularmente gostam da localização e deram nota 8,4 para viagem a dois.

Seus principais canais de venda e OTA's são a Booking.com; o Trivago; o Expedia; o TripAdvisor e o Hoteis.com.

### 3. 3.8. New Friends Hostel

De acordo com os dados coletados durante a pesquisa o hostel foi inaugurado em São Luís- MA, o New Friends Hostel tem uma maneira diferente de atender, não como um hotel habitual na cidade, o objetivo é fazer com que o hóspede se sinta em casa, tanto quanto possível. (Ver Figura 13).

Figura 13 – Fachada do New Friends Hostel



Fonte: Booking.com, 2018.

O hostel oferece 4 acomodações, sendo que 3 compartilhados com 3 camas beliche e 1 com cama casal mais cama solteira, todos com ar-condicionado entre outras comodidades desta propriedade estão uma piscina ao ar livre, um jardim e um terraço. A propriedade está situada a 6 km do centro histórico e a 2,1 km da praia. Há uma grande sala para os convidados para conhecer uns aos outros, eles podem obter um livro da nossa pequena biblioteca para ler, jogos de tabuleiro para jogar juntos ou simplesmente assistir na tv a cabo. Há também uma piscina com uma pequena cascata e uma área para fazer o seu próprio churrasco. (BOOKING.COM, 2018).

O *hostel* oferece serviços como os de recepção 24hs, quarto para família com banheiro coletivo, café da manhã incluído na diária, cozinha

disponível aos hóspedes, lavanderia manual acessível no *hostel*, Informações turísticas na recepção, telefone público nacional e internacional, área WI-FI gratuita, *lockers* na recepção para guarda de valores, e armários individuais nos quartos para bagagem. (NEW FRIENDS HOSTEL, 2018).

Seus principais canais de venda e OTA's são a Booking, a Decolar, o Hostel World, o TripAdvisor, o Hoteis.com, o Hostel Bookers, o Trivago, o World Packers, o Expedia e o seu próprio site. No capítulo que se segue abordará mais informações sobre este local.

#### 4. NEW FRIENDS HOSTEL: Um Estudo de Caso

O presente Estudo de Caso realizado no New Friends Hostel teve como motivação principal o fato de ser um estabelecimento recém-inaugurado em São Luis, com menos de um ano de existência, alcançou o topo do Ranking do canal de venda da Booking.com (ver quadro 5).

Quadro 5 - Ranking de notas a partir da Booking.com

HOSTEL	NOTA
New Friends Hostel	9,4
Tanan Hostel	9,2
Mansão Expressar Hostel	8,3
Hospedagem São Francisco	7,9
Reviver Hostel	7,9
Águias Hostel	7,8
Hostel Solar das Pedras	7,5
O Guarani Hostel	Sem Nota

Fonte: Booking, 2018.

A pesquisa teve grande importância, pois havia a necessidade de retratar os hostels como empreendimentos turísticos de hospedagem, mostrando o quão são lucrativos e bem vistos pelo público a que se destina. Durante a pesquisa foi possível verificar existe um público bastante satisfeito com o oferecimento de serviços no meio hoteleiro

##### 4.1. Metodologia

Tendo em vista que a pesquisa buscou como objetivo principal discutir como se dá o funcionamento, a hospitalidade e os benefícios oferecidos pelos hostels, Dentro deste contexto, buscou-se investigar e

analisar as práticas de hospitalidade do empreendimento, além de apresentar a visão dos hóspedes, dos gestores e seus diferenciais como meios de hospedagem.

A divisão da pesquisa dá-se em duas etapas: a primeira foi à pesquisa bibliográfica, caracterizada por Gil (2014, p. 50) como uma pesquisa desenvolvida “[...] a partir de material já elaborado [...] A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”, assim foram utilizados diversos materiais caracterizados pela pesquisa bibliográfica, apoiado em artigos científicos, livros, revistas, conteúdos disponíveis somente *online* e no acervo documental do curso de Hotelaria a serem analisadas insistentemente ao assunto.

A segunda etapa foi constituída pelo Estudo de Caso que Gil (2014, p. 57) define como “profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado”, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados.

#### 4.2. Universo e Amostra

O universo da pesquisa foi constituído pelos hóspedes presentes no dia da entrevista e pelos gestores do New Friends Hostel. Na amostra, que por acessibilidade que de acordo com Gil (2014, p. 94) “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo [...]”, assim, a pesquisa teve acesso á exatamente 07 hóspedes e os 02 gestores do estabelecimento.

Foi aplicada uma entrevista com perguntas abertas, pois se tinha o objetivo de colher o máximo de informações possíveis, deixando o hóspede livre para responder abertamente (Ver anexo B), através de uma gravação de áudio feita no próprio celular da pesquisadora. Optou -se pelo anonimato dos entrevistados proporcionando a total abertura para que eles pudessem discorrer sobre o assunto com liberdade e sem constrangimentos.

A primeira abordagem com os proprietários foi feita em dezembro de 2017 através de uma breve apresentação, na qual estabeleceu-se um vínculo inicial que possibilitasse um melhor acesso às informações coletadas posteriormente na forma de entrevistas e questionários, aplicados no dia 14 de janeiro de 2018.

#### 4.3. Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados consiste em uma ferramenta que o pesquisador utiliza para alcançar informações necessárias e essenciais para a análise (DENCKER, 1998).

Para a obtenção de informações que pudessem nos fazer compreender a organização do New Friends Hostel, optou-se por meio de coleta questionários, direcionados para dois grupos distintos de personagens: hóspedes e gestores, que nos proporcionaram uma visão mais ampla do objeto estudado.

O ponto de vista dos hóspedes foi captado por meio de questionários, conforme o apêndice B, pois segundo Gil (2014, p. 121) configura uma “[...] técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas às pessoas com propósito de obter informações [...]”. Visando a obtenção de informações necessárias para alcançar os objetivos propostos, foi criado um questionário estruturado com perguntas abertas (conforme o apêndice A), direcionado aos gestores, respondido pela proprietária do estabelecimento. Pensando na possibilidade de entrevistar um hóspede de outro país, a mesma ferramenta de coleta também foi criada em inglês (conforme o apêndice C). Após a entrevista foi possível tirar fotos do empreendimento, com a autorização pelos gestores. (Ver anexo D).

Sete hóspedes do hostel foram arguidos no dia 08 de janeiro de 2018. Responderam ao questionário os hóspedes que estavam disponíveis na sala e na área da piscina do empreendimento no momento da coleta de dados.

#### 4.4. Coleta de Dados

A Booking.com foi escolhida como norteadora para dar informações e indicações, para futuros hóspedes de diversos estabelecimentos cadastrados na área da rede hoteleira, por representar um dos sites mais utilizados para realização de reservas *online* para meios de hospedagem. Verificou-se que do ranking dos hostels mais indicados em São Luis-MA, o New Friends Hostel está no topo da lista, sendo que de todos, ele é o mais novo em tempo de funcionamento, tendo menos de um ano de existência. E pensando nesse diferencial, o mesmo se tornou o objeto de estudo desta pesquisa.

Percebeu-se que a adoção da Booking.com colaborou para elevar o número de hóspedes em diferentes temporadas do hostel, além de possibilitar a atualização de seu site ([www.newfriendshostel.com.br](http://www.newfriendshostel.com.br)) e a inclusão do mesmo nas OTA's (Online Travel Agencies). Um investimento mensal que auxiliou na divulgação do mesmo, influenciando nas tarifas, tornando-as mais atraentes para a clientela. O New Friends Hostel pode ser encontrado nas seguintes agências. (Ver Quadro 6).

Quadro 6- Sites para Reservas Online

<b>Booking.com</b>	<b>Decolar</b>	<b>Hostel World</b>
<b>TripAdvisor</b>	Hoteis.com	Hostel Bookers
<b>Trivago</b>	World Packers	Expedia

Fonte: Booking.com, 2108.

Brito (2017) define esta ferramenta como empresas *online*, onde sites permitem que consumidores reservem serviços relacionados com viagens diretamente via internet, como grandes vitrines para seus negócios, aumentando suas vendas a partir da exposição de suas marcas associadas à velocidade nos procedimentos de pagamento instantâneo e confirmação de reservas.

As OTA's também servem para qualificar os meios de hospedagem mais populares segundo o ponto de vista de seus clientes, o que serve de norteador para hóspedes em potencial, que fazem uso das notas e comentários sobre o empreendimento antes de efetuar sua reserva.

A pesquisa tem também como referência o site Booking.com que atualmente conta com 52 empreendimentos hoteleiros de São Luís (MA) cadastrados em sua página da internet e estão disponíveis para venda *online*. O site foi o escolhido, pois quando se trata de buscas por acomodação ele é sempre lembrado pelos hóspedes que frequentam os hotéis, pelo menos de São Luís, segundo conversa com o setor de gerenciamento do hotel uma boa parte da receita do hotel vem do site da Booking .com.

Todos os dias, mais de 1.500.000 diárias são reservadas pela Booking.com. O site e os aplicativos da Booking.com atraem visitantes, tanto do mercado de turismo de lazer quanto de negócios, no mundo todo. O site e os aplicativos móveis da Booking.com estão disponíveis em mais de 40 idiomas, com 1.468.308 de acomodações, e cobrem 121.023 destinos em 227 países e territórios no mundo todo. (BOOKING.COM).

O Estudo de Caso foi realizado no período de dezembro e janeiro de 2017 e 2018. A princípio foi feita apenas uma visita ao estabelecimento para fazer uma observação do local e do fluxo de ocupação no hostel e claro para a aplicação dos questionários, no primeiro momento nos hóspedes e posteriormente seguido pelos gestores do empreendimento. A visita foi realizada no período da manhã no horário do café da manhã, nas áreas da sala de convivência e piscina, por representar um horário de maior acesso aos hóspedes, visto que os mesmos estariam em outras atividades no turno vespertino, havendo um número menor de clientes durante a tarde.

Ao abordar os entrevistados a pesquisadora se identificava como estudante do Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão e solicitava gentilmente a colaboração para responderem os questionários.

Não houve nenhum tipo de resistência por parte dos hóspedes ao colaborar com a coleta de dados, todos se mostraram solícitos a responderem

bem como mostrar a satisfação por estarem hospedados no estabelecimento escolhido como objeto de estudo desta pesquisa. As coletas de dados duravam cerca de no máximo 5 minutos com cada colaborador.

#### 4.5. Área Analisada

De acordo com os dados captados na entrevista, inaugurado em outubro de 2017, o New Friends Hostel abriu a partir de uma experiência vivida em uma viagem, na qual os donos do estabelecimento se hospedaram em um hostel em Portugal. Formados em arquitetura e odontologia, o casal, sem experiência, se viram bastante animados por essa vivencia. Juntos decidiram abrir um hostel em Portugal, porém em meio a uma necessidade financeira, decidiram abrir na cidade de São Luis.

Quando os gestores retornaram da viagem, um deles havia perdido o emprego, e o outro havia sido reduzido das suas atividades trabalhistas, então, ambos decidiram pesquisar sobre a ideia que haviam tido. Eles possuíam uma casa que estava fechada, (Ver figura 14), havia dois anos e inspirados com o hostel que estavam hospedados, decidiram por em prática a ideia.

Figura 14- Planta do New Friends Hostel



Fonte: Arquivo New Friends Hostel, 2017.

Assim que o casal voltou de Portugal, estava acontecendo na cidade um encontro de empreendedorismo no Sebrae, onde se reúne vários empresários com a intenção de trocar experiências, a fim de desenvolver negócios, e o Encontro de Turismo, que busca desenvolver o setor de turismo, que foi o que os ajudou a abrir o negócio.

O local conta com 4 quartos, 3 sendo compartilhados com 6 camas e um com cama casal e cama solteiro(Ver figura, 15). O empreendimento conta uma estrutura com piscina, churrasqueira e lavanderia, em uma localização excelente na cidade, próximo de shoppings, praias e restaurantes. Hoje o hostel aparece no ranking da Booking.com como o melhor avaliado pelo site, segundo a opinião dos hóspedes.

Figura 15 – Quartos do New Friends Hostel



Fonte: Arquivo New Friends Hostel, 2017.

Inspirados no hostel que se hospedaram durante sua viagem, os gestores priorizaram oferecer comodidade, hospitalidade, e conforto. Algo que ficou marcante durante sua estadia em Portugal. Além da extrema economia que vivenciou nesse período, eles buscaram ao máximo fazer uma réplica dos pontos mais elogiados por ele, adequando-os aos espaços do local

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa empírica, seguido da discussão dos dados coletados. Primeiramente descrevendo os resultados da pesquisa com os hóspedes e em seguida os resultados dos gestores do New Friends Hostel.

Para verificar a visão dos usuários do estabelecimento a respeito do hostel como meio de hospedagem, foram feitas entrevistas com 07 (sete) hóspedes.

Durante a pesquisa foi questionado aos usuários do New Friends Hostel se eles costumam se hospedar em albergues e qual seria a frequência (ver Gráfico 1).

Gráfico 1: Hábito de Hospedar-se em Albergues da Juventude.



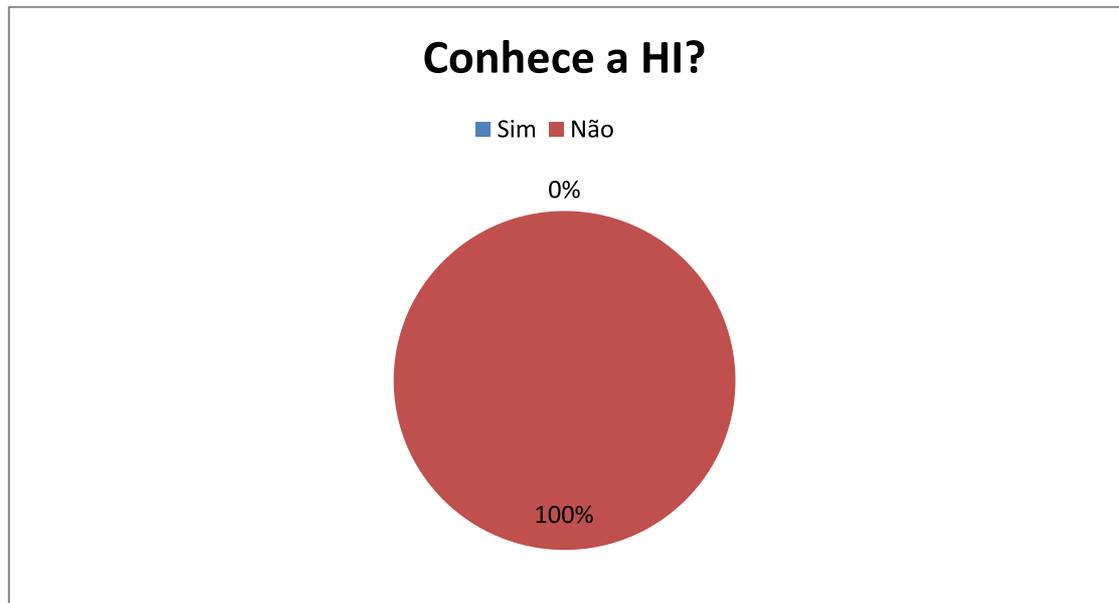
Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

Dos entrevistados 06 informaram que esta era a primeira vez, mas que pretendiam voltar a se hospedar neste tipo de hospedaria e apenas 01

informou que já havia tido essa experiência, e que esta era a sua segunda vez neste tipo de empreendimento.

Foi questionado também aos entrevistados se eles conheciam a associação do Hostelling Internacional, e todos responderam que não conheciam e nunca ouviram falar. Ver gráfico 2.

Gráfico 2: Você conhece a Hostelling Internacional?



Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

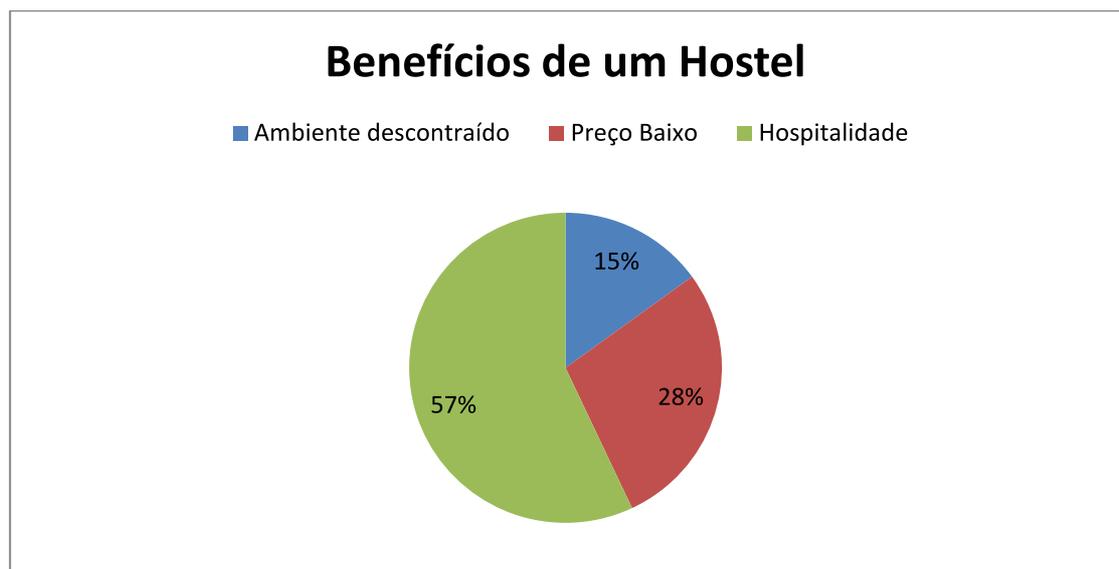
Para esta questão, é possível relatar que apesar do HI ter um grande referencial em hostels de nível nacional e internacional. O New Friends Hostel não possui nenhum vínculo, porém não deixa de oferecer um serviço que agrada a todos segundo a opinião dos hóspedes. Como um dos principais benefícios do HI, eles oferecem a todos os membros cadastrados, a economia em desconto de pelo menos 10% em despesas de alojamento no HI Hostels em todo o mundo em comparação com os não membros. E a diária varia entre R\$ 20,00 a R\$ 45,00. A economia com o desconto obtido com a carteirinha de associado pode chegar a R\$12,00 por diária.

Parte das pessoas que nunca estiveram em um meio de hospedagem deste tipo possui algum preconceito em relação aos albergues. Porém, o público dos hostels tem aumentado e tomado grande dimensão.

Aos hóspedes foi questionado qual foi o principal motivo da viagem, e todos os entrevistados responderam que vieram para fazer exames admissionais na qual foram chamados para assumir uma vaga de um concurso ao qual foram chamados.

A fim de obter respostas que demonstrasse quais os benefícios deste meio de hospedagem, todos revelaram que se deve ao ambiente descontraído, o preço baixo e a hospitalidade. (Ver Gráfico 3).

Gráfico 3: Que benefícios o hóspede adquire ao escolher um Hostel?



Fonte: dados coletados em campo, 2018.

Alguns chegaram a dizer que estavam se sentindo em casa. Em uma entrevista concedida à Revista Gol, diversos hóspedes compartilharam as motivações para se hospedarem em um albergue, onde podemos verificar que absolutamente tudo pode influenciar na hora dessa decisão, desde a história do imóvel, o custo baixo, o ambiente aconchegante, à localização, o clima do clima tranquilo de estar com pessoas agradáveis

Sobre a busca para descobrir se suas necessidades são atendidas e como são suas experiências quando se hospedam. Percebe-se que os hostels agradam e atendem bem as necessidades de seus usuários, apesar de ainda estarem ainda em um processo de crescimento. Estes empreendimentos tendem a crescer e se firmar com o tempo, como foi possível observar na pesquisa. A experiência de estar em um albergue pela primeira vez, em sua maioria, supera as expectativas, pois cem por cento dos entrevistados estavam plenamente satisfeitos com os serviços oferecidos.

Com a finalidade de verificar a visão dos gestores á respeito dos hostels, foi feita uma entrevista com os donos do New Friends Hostel. Durante a pesquisa primeiramente foi perguntado, como surgiu à ideia de abrir um hostel em São Luis e a resposta que se teve foi a seguinte:

“[...] A gente estava em Portugal, eu tava fazendo doutorado em Portugal e a gente ficou hospedado em uma casa que a proprietária alugava os quartos para turista e aí...esse aqui se empolgou muito lá”, “Olha essa casa, é sensacional de alugar os quartos e tal.” e aí, quando a gente voltou, a gente voltou com essa ideia, só que lá, e não aqui. O projeto inicial, era para ir para lá. E aí quando a gente voltou... Até hoje a gente pensa em ir pra lá um dia. Aí quando a gente voltou eu perdi o emprego, ele também foi reduzido no emprego dele e aí a situação apertou e a casa tava fechada a dois anos, e a gente pensou, vamos transformar a casa, vamos montar um hostels inspirado naquela casa que a gente tinha ficado em Portugal.[...]”(DADOS COLETADOS EM CAMPO, 2018).

Aos entrevistados foram questionados quais os principais diferenciais dos hostels, com o objetivo de saber quais os principais atrativos destes empreendimentos na opinião deles. A resposta unanime de inicio foi de ser o fator econômico, no caso o preço como principal diferencial, pois os albergues têm como suas características oferecer uma boa hospedagem aliada a preços baixos, e claro a hospitalidade e o ambiente descontraído.

“[...] E também em Portugal a gente passou o que? Quarenta dias... ? quarenta e cinco dias? Somando tudo dava quase uns três meses. A gente percebeu que a gente teve bastante economia com relação a alimentação, entendeu? Porque a gente sempre comia na casa mesmo entendeu? Então eu achei mesmo assim... economia ao

extremo. Muito bom mesmo. [...]”.(DADOS COLETADOS EM CAMPO, 2018).

Um dos grandes atrativos dos hostels é a possibilidade de conhecer novas pessoas e fazer novas amizades, pois possui um ambiente harmonioso e sem formalidades. (ARAÚJO, 2005).

Outra vantagem desses estabelecimentos é o fato da integração e bom convívio entre as pessoas, da troca de informação e conhecimento de muitas outras culturas.

Foi perguntado aos gestores se eles conheciam a marca do *Hostelling Internacional*, e se eles teriam interesse em se um vincular a marca e ambos responderam que já ouviram falar, mas que por enquanto não tinham nenhum interesse, pois como nenhum hóspede chegou a questioná-los sobre o HI, eles não viam motivo para se cadastrar neste momento.

Percebe se que em relação a isso, os estabelecimentos da cidade voltados para este meio de hospedagem ainda estão crescendo, porém isso não o faz ser menosprezados muito menos desqualificados em termos de qualidades, pois verificou se que até o final da pesquisa, não ouve nenhum tipo de relação por parte dos hóspedes. Podemos verificar que após o Grupo Solare assumir o trade turístico em São Luis, ouve um fortalecimento da demanda associada ao turismo de negócios/eventos na capital maranhense. Em particular dentro do setor da hotelaria, eles contribuíram para o recente processo de expansão da infra-estrutura. (PLANO MAIOR DE SÃO LUIS, 2010).

Na percepção dos gestores seus atrativos, vantagens e desvantagens como empreendimentos turísticos, que possuem a idade de 33 e 37 anos, formados em arquitetura e odontologia. Ambos trabalham juntos por todo o albergue, seja pela limpeza e organização pelo espaço, na recepção do empreendimento, nas reservas e no atendimento. Até o dia da aplicação da entrevista não haviam funcionários no estabelecimento, apenas um amigo que havia chegado há apenas dois dias para ajudar e um Worldpackers que chegaria em uma semana. O Worldpackers é uma plataforma que conecta

pessoas com os hostels espalhados por todo o mundo com o objetivo de permitir que se viaje trabalhando em troca de acomodação.

Observa-se que os albergues estão se tornando mais conhecidos e cada vez mais possuem mais atrativos que são capazes de agradar não somente o público ao qual se destinam, mas também, a uma grande parte da demanda turística. É importante ressaltar que essas empresas têm potencial capaz de gerar lucros e de se manterem competitivas nos mercados de hospedagem onde são inseridas. Castelli, 2006, afirma que para as organizações se manterem vivas e encantar os clientes, elas precisam ser competitivas. Isso significa oferecer bens e serviços melhores que os concorrentes para satisfazer e encantar o cliente. Dessa forma, realizarão excelentes vendas e, com isso, obterão lucro. É necessário, porém, que sejam mais bem divulgadas na sociedade para que se acabe com preconceitos, tornando os albergues uma opção mais reconhecida de hospedagem.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como finalidade principal discutir sobre a estrutura, os benefícios e hospitalidade dos hostels como empreendimentos de hospedagem. Havia a necessidade de verificar e apresentar ao campo acadêmico e a demanda turística, informações a respeito dos albergues em São Luís, seus maiores atrativos, bem como identificar seus diferenciais competitivos no mercado hoteleiro.

Atualmente os hostels possuem uma boa posição no mercado de hospedagem, principalmente o internacional, o ideal seria que fossem mais conhecidos como meios de hospedagem. Fora do país, na Europa, por exemplo, há muitos anos estes empreendimentos são reconhecidos e considerados essenciais, porém no Brasil ainda existe certa resistência das pessoas que pela falta de conhecimento acabam tendo uma visão preconceituosa.

O público dos albergues tem crescido e se diversificado cada vez mais, porém, ainda hoje, a maior parte dos usuários deste tipo de hospedagem são os jovens e estudantes, pois são atraídos pelos preços menores e serviços de qualidade, que atendem bem suas necessidades, aliados a um ambiente descontraído que oferece a interação entre pessoas e culturas.

O ambiente descontraído e multicultural dos hostels é com certeza o principal atrativo, além do preço baixo das diárias, comparado às diárias praticadas em outros meios de hospedagem. O intenso intercâmbio cultural que ocorre dentro dos albergues certamente torna as viagens mais interessantes aos que lá se hospedam.

Em relação á pesquisa realizada, identificou se que os hóspedes do New Friens Hostel estão muito satisfeitos com este meio de hospedagem, com os serviços que são oferecidos e afirmam que seus maiores atrativos são os preços baixos, a ótima estrutura, a hospitalidade e o ambiente descontraído que oferecem.

Esta pesquisa contribuiu com maior conhecimento á cerca do tema abordado, uma vez que existem poucas e raras publicações relacionadas aos hostels, sua estrutura, funcionamento e singularidades. Verifica-se que há grande necessidade de outros trabalhos publicados que abordem este tema para que estes empreendimentos de hospedagem se tornem mais conhecidos e cresçam no mercado.

Verifica -se que a maior contribuição, e talvez, a mais importante desta pesquisa, foi para o Curso de Hotelaria e profissionais que desejam atuar nesta área, pois compreender este ambiente, conhecer seu histórico, singularidades que trazem uma visão mais abrangente a cerca deste assunto, contribuindo também para que este público tome conhecimento das possibilidades que estes empreendimentos podem oferecer, uma vez que sua rentabilidade e lucratividade são fatos comprovados.

Considerando que o local pesquisado tratou-se de uma casa de tamanho normal que fora foi adaptada para atender a um público específico, podemos verificar que para abrir um negócio no meio de hospedagem não é necessário de um espaço de proporções extraordinárias, como acontece com os grandes meio de hospedagem convencionais. Deste modo, percebe-se que hotelaria é hospitaleira inclusive com seus novos empreendedores /investidores.

## REFERÊNCIAS

- ALDRIGUI, Mariana. **Meios de Hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2007.
- ARAÚJO, Michele Silva. **Credenciamento dos albergues da juventude na cidade de Salvador, localizados na Barra e no Centro Histórico**, 2005.
- Associação Brasileira dos Albergues da Juventude. **[Histórico e Filosofia]**. Disponível em:  
BARBOSA, Ycarim Melgaco. **História das viagens e do turismo**. São Paulo, Aleph, 2002.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. Ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.
- BRASIL. Plano Nacional do Turismo 2013-2016. Brasília, Ministério do Turismo, 2013. Disponível em:  
<[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/noticias/todas\\_noticias/Noticias\\_download/PNT\\_2013-2016.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/PNT_2013-2016.pdf)> Acesso em: 20 de setembro de 2017.
- BRITO. Thamyres Felix Leal de. Online Travel Agencies Otas e Marketing Digital ha Hotelaria: estudo de caso do Praia Mar Hotel, 2017.
- CAMARGO, Luis Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- CASTELLI, Geraldo. **Gestão Hoteleira**. São Paulo. Saraiva, 2006.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Hospitalidades: Cenários e oportunidades**. São Paulo, 2003.
- FBAJ- FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ALBERGUES DA JUVENTUDE. Guia Nova Versão, 2017.
- FEIJO, Fernando Carrazedo. **Marketing do Turismo: Aumente sua bagagem**. Santos: SENAC, 2001.
- GIARETTA. Maria Jose. **Hospedagem Alternativa**. In: Trigo, L,G,G, etal(orgs). **Análises Regionais e Globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005, p 422-436.

GIL. Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2014.

HI INTERNATIONAL. Disponível em: < <http://www.hihostels.com>>. Acesso em: 11 out. 2017

HI. Hostelling Internacional. **Quem Somos**. Disponível em: <<http://www.albergues.com.br/sitenovo/quemsomosteste.php>> Acesso em 10 de Nov. 2017.

HOSTEL. **Conceitos e Histórico**. Disponível em: <<http://www.hihostels.com>>. Acesso em: 10 de Nov. 2017.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Thompson, 2002

KLEMENT, C. F. F.; YU, A.S.O. Inovação em serviços: Análise Multcasos em uma Organização Hoteleira. In: V simpósio de excelência em gestão e tecnologia, 208, Resende. V SEGet, 2008.

LUZO, Tamyres Correia. **Hospitalidade e Benefícios em Albergues da Juventude: Um estudo de caso no Hostel Solar das Pedras em São Luis-MA**, 2013.

MANUAL DE OSLO. **Proposta de diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**. 3. Ed. 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem**: Entenda as categorias. Disponível em:

MTUR. **Artigo 23 da Lei Geral do Turismo nº 11.771/2008**. Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br>>. Acesso em: 04 de Jan. 2018.

Neves. R. M. **Consumo do tempo Livre**: Perspectiva Interdisciplinar da comunicação e da hospitalidade virtual. In: Congresso de Ciências da Comunicação. 32. 2009, Natal. Anais. Curitiba: Ed. 2009.

OMT, **Organização mundial do turismo do Turismo**: introdução ao Turismo. São Paulo: Roca, 2001.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **El turismo internacional mantendrá un crecimiento fuerte em 2013**. Disponível em: <http://media.unwto.org/es/pressrelease/2013-01-29/el-turismo-internacional-mantemdea-un-crecimiento-fuerte-en-2013>. Acesso em: 02 de dezembro de

2017. BRITO, Thamyres Felix Leal de. **Online Travel Agencies Otas e Marketing Digital na Hotelaria: Estudo de Caso do Praia Mar Hotel**, 2017.

POTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**. Rio de Janeiro: Campis, 1989.

Revista Hotel News. O novo conceito de hostel e seu público.

Revista Gol. **A nova cara dos Albergues**. Edição 125. Agosto, 2012.

SETUR/MA. **Plano de Desenvolvimento do Cluster de Turismo de São Luís**. São Luís: Sociedade Portuguesa de inovação, 2010.

SCHUMPETER, J. **The Theory of Economic Development**. Harvard University Press, Cambridge, 1934.

TAVARES, Adriana de Menezes. **City Tour**. São Paulo: Aleph, 2022

<https://experiencias.hostelapp.com.br>. Acessado em: 15 de Maio de 2018.

<https://www.trivago.com.br/> Acessado em: 20 de Junho de 2018.

<https://www.booking.com/index.pt-br.html>: Acessado em: 15 de Maio de 2018.

[https:// http://ajsolardaspedras.com.br/site/](https://http://ajsolardaspedras.com.br/site/): : 15 de Maio de 2018.

<https://tananhostel.com.br/>: : 15 de Maio de 2018.

[newfriendshostel.com.br/](http://newfriendshostel.com.br/) : : 15 de Maio de 2018.

[odecasahostel.com/](http://odecasahostel.com/): 15 de Maio de 2018.

<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTURclassificacao/mtursite/Entenda?tipo=7>>. Acessado em 4 Ago 2017.

<http://www.hostel.org.br/pg.php?hi=historico>>. Acessado em: 6 Jan de 2018.  
A NOVA CARA DOS ALBERGUES. **Por Simone Sartori**. Disponível em: 20 de Janeiro de 2017

<http://motterhome.wordpress.com/2012/09/11/a-cara-dos-albergues-por-simone-sartori/>>. Acesso em 05 de Dez. 2017

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/opiniaophp?get\\_op=258](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/opiniaophp?get_op=258). Acessado em 05 de Fev de 2018. O NOVO CONCEITO DE HOSTEL E SEU PÚBLICO.

**Por Patricia Azeredo Coutinho.** Disponível em: 22 de Abril de 2015.

## APÊNDICES



## **APENDICE A - Roteiro de entrevista proposta ao proprietário do New Friends Hostel**

Instrumento de Coleta de dados- Roteiro de entrevista:

Este questionário faz parte de uma Pesquisa Acadêmica da Disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e tem como objetivo estudar o *New Friends Hostel*. Sua opinião é muito importante para a realização deste trabalho. Observa-se que não é preciso a sua identificação. Portanto, contamos com sua colaboração para responder a entrevista abaixo.

1. Gênero: (        ) Masculino (        ) Feminino
2. Qual sua idade?
3. Qual sua formação?
4. Você possui experiência na área da hotelaria?
5. Qual a diferença entre albergue e hostel?
5. Como surgiu a ideia do *New Friends Hostel*?
7. Você conhece o HI- *Hostelling International*?
8. Caso sua resposta acima seja sim, você pretende se tornar membro da rede?
9. Qual o número de UH's?

10. Qual a taxa média de ocupação mensal do *hostel*?
11. Qual a média de dias que seu hóspede fica no *hostel*?
12. Qual o valor da diária em média?
13. Como é a estrutura física do *hostel*?
14. Como é a estrutura organizacional? Qual o número de funcionários?
15. Quais os benefícios e as oportunidades que os hóspedes possuem ao se hospedar no *New Friends Hostel*? Possui convênios e/ou parcerias com outras empresas?
16. Qual o perfil dos hóspedes que se hospedam aqui?



## **APENDICE B – Roteiro de entrevista proposta aos hóspedes do *New Friends Hostel***

Instrumento de Coleta de dados- Roteiro de entrevista com hóspedes os hóspedes do Solar das Pedras.

Prezado (a) Senhor (a):

Esta entrevista faz parte de uma Pesquisa Acadêmica da Disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e tem como objetivo estudar o Hostel Solar das Pedras. Sua opinião é muito importante para a realização deste trabalho. Observa-se que não é preciso a sua identificação. Portanto, contamos com sua colaboração para responder a entrevista abaixo.

1. Gênero: (            ) Masculino (            ) Feminino
2. Qual sua idade?
3. Qual sua formação?
4. Qual seu país/estado de origem?
5. Você costuma se hospedar em *hostel*? Com que frequência?
6. Você é associado á rede *Hostelling International*?
7. Por qual motivo você escolheu o *Hostel* Solar das Pedras?
8. Quais os benefícios que um hóspede possui ao se hospedar em um *hostel*?
9. Qual o motivo de sua viagem?

**10.** Você encontra alguma diferença entre albergue e *hostel*?

Data:



## **APÊNDICE C- Roteiro de entrevista proposta com os hóspedes na língua Inglesa**

Data Collection Instrument- An interview script with guests of Solar das Pedras guests.

Dear Sir / Madam,

This interview is part of an Academic Survey of the Discipline Course Completion Course, of the Hospitality Course of the Federal University of Maranhão (UFMA) and aims to study the Hostel Solar das Pedras. Your opinion is very important to the accomplishment of this work. It is noted that their identification is not necessary. Therefore, we rely on your input to respond to the interview below.

1. Gender: (        ) Male (        ) Female
2. How old are you?
3. What is your background?
4. What is your country / state of origin?
5. Do you usually stay in hostel? How often?
6. Are you a member of the Hostelling International network?
7. Why did you choose Hostel Solar das Pedras?
8. What are the benefits a guest has when staying at a hostel?
9. What is the purpose of your trip?
10. Do you find any differences between hostel and hostel?

Date:

**ANEXOS**



Universidade Federal do Maranhão.  
 Departamento de Turismo e Hotelaria- DETUH.  
 Curso de Bacharelado em Hotelaria.



São Luís, 07 de maio de 2018.

**CARTA DE APRESENTAÇÃO:**

A quem interessar possa,

Apresentamos a acadêmica **RAISSA KARINE SILVA FRANÇA**, aluna devidamente matriculada do nono período do curso de Hotelaria da UFMA que tem como tema de seu Trabalho de Conclusão de Curso- TCC, o tema “ Marketing Cultural como estratégia para captação financeira e fortalecimento da imagem do Boi Brilho da Ilha”. O objetivo do estudo é analisar o endomarketing praticado no hotel analisado. Na oportunidade, solicitamos autorização para realização da pesquisa através da coleta de dados entrevista.

Queremos informar que o caráter ético desta pesquisa assegura a preservação da identidade das pessoas participantes. Uma das metas para a realização deste estudo é o comprometimento do pesquisador (a) em possibilitar, aos participantes, um retorno dos resultados da pesquisa. Solicitamos ainda a permissão para a divulgação desses resultados e suas respectivas conclusões, em forma de pesquisa, preservando sigilo e ética, conforme termo de consentimento livre que será assinado pelo participante. Esclarecemos que tal autorização é uma pré-condição.

Agradecemos vossa compreensão e colaboração no processo de desenvolvimento desta futura profissional e da iniciação à pesquisa científica em nossa região. Em caso de dúvida você pode procurar a coordenação de Hotelaria da UFMA pelo telefone: (98) 3272-8419.

Atenciosamente,

.....

**PROFA. MA. Ana Letícia Burity da Silva**

**Professora Orientadora.**

Coordenadora do curso de Hotelaria – UFMA.



Universidade Federal do Maranhão.  
 Departamento de Turismo e Hotelaria-  
 DETUH.



Curso de Bacharelado em Hotelaria.

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu \_\_\_\_\_ portador do  
 RG. Nº \_\_\_\_\_, CPF: \_\_\_\_\_ aceito participar da pesquisa intitulada  
 “Marketing Cultural como estratégia para captação financeira e fortalecimento da imagem do  
 Boi Brilho da Ilha”.“ **desenvolvida pela acadêmica/pesquisadora RAISSA KARINE SILVA  
 FRANÇA** e permito que obtenha fotografia, filmagem ou gravação de minha pessoa para fins  
 de pesquisa científica. Tenho conhecimento sobre a pesquisa e seus procedimentos  
 metodológicos.

Autorizo que o material e informações obtidas possam ser publicados em aulas, seminários,  
 congressos, palestras ou periódicos científicos. Porém, não deve ser identificado por nome em  
 qualquer uma das vias de publicação ou uso.

As fotografias, filmagens e gravações de voz ficarão sob a propriedade do pesquisador  
 pertinente ao estudo e, sob a guarda dos mesmos.

São Luís, .....de ..... de 2018.

---

Nome completo do pesquisado



Universidade Federal do Maranhão.  
 Departamento de Turismo e Hotelaria-  
 DETUH.



Curso de Bacharelado em Hotelaria

**CONSENTIMENTO PARA FOTOGRAFIAS, FILMAGEM E GRAVAÇÕES DE VOZ**

Eu \_\_\_\_\_, portador do  
 RG. Nº \_\_\_\_\_, CPF: \_\_\_\_\_ permito que o pesquisador  
 abaixo relacionados obtenham fotografia, filmagem ou gravação de minha pessoa para fins de  
 pesquisa, científico e educacional.

Concordo que o material e informações obtidas relacionadas possam ser publicados em aulas,  
 seminários, congressos, palestras ou periódicos científicos. Porém, não deve ser identificado por nome  
 em qualquer uma das vias de publicação ou uso.

As fotografias, filmagens e gravações de voz ficarão sob a propriedade do pesquisador  
 pertinente ao estudo e, sob a guarda do mesmo.

---

ASSINATURA

Acadêmico/Pesquisador: \_\_\_\_\_

Professor Orientador: \_\_\_\_\_

Data e Local onde será realizada a pesquisa

ANEXO A – “O Cortiço” primeiro albergue da juventude em São Luís.

Alto do presidente da Embraer João Dória, várias entidades se fizeram presentes

# Albergue da Juventude é inaugurado na cidade

Um típico casarão no estilo colonial português - tombado pelo município de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - foi adaptado e situado no centro histórico de São Luís, junto à região do comércio e ao terminal hidroviário de onde saem diariamente os barcos que levam à cidade de Alcântara - e o primeiro albergue com que jovens alberguistas de saúde o país podem contar, desde hoje, na capital do Maranhão.

Neste edifício histórico de propriedade da Empresa Maranhense de Turismo (MARATUR), o presidente da Embraer, João Dória Jr. inaugura hoje, às 11 horas, o Albergue da Juventude "O Cortiço".

Com o apoio financeiro da Embraer, o prédio que abriga o novo albergue foi completamente reformado, com novas instalações e reformas nas áreas externas originando, levando em conta as instalações de uma construção secular, e o espaço interno foi totalmente adaptado ao programa de albergues.

"O Cortiço" - nome que homenageia uma das mais conhecidas obras do escritor maranhense Aluísio de Azevedo - dispõe de todas as instalações a um tempo funcionais e confortáveis: 80 leitos (30 femininos e 50 masculinos), ampla sala de estar, sala de refeições, além de lavanderia e cozinha à disposição dos hóspedes. O Albergue oferece café da manhã e aluga roupas de cama e banho.

Situado no coração de São Luís, o albergue fica a apenas quatro quilômetros da Praia da Ponta da Areia e quinze quilômetros do Aeroporto de Itaipava e do terminal rodoviário de São Luís, o que facilita a des-



"O Cortiço" fica localizada num prédio tombado pelo IPHAN

Fica na Rua M de João, inaugurado às 11h

**O Estado do Maranhão**  
São Luís-MA, 24 de dezembro de 1987 - quinta-feira

**IMPARCIAL**

São Luís, 26 de setembro de 1987 - sábado

# Albergue, uma solução barata para quem viaja

... de estar comum para facilitar o convívio, oferecer condições para os alberguistas prepararem suas próprias refeições, podem ter lunchboxes com refeições rápidas, outros serviços opcionais. Quando a administração Sávina disse: "car a cargo dos 'pais' alberguistas".

## Quem pode usar?

... de saúde obter da mesa da alberguista.

**COMO UTILIZAR?**  
Utilizar um albergue na cidade de Prazer é o mais simples. O

... de estar comum para facilitar o convívio, oferecer condições para os alberguistas prepararem suas próprias refeições, podem ter lunchboxes com refeições rápidas, outros serviços opcionais. Quando a administração Sávina disse: "car a cargo dos 'pais' alberguistas".

**COMO UTILIZAR?**  
Utilizar um albergue na cidade de Prazer é o mais simples. O

## ANEXO B – Ficha Cadastral do New Friends Hostel

FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDE – FNRH

RAZÃO SOCIAL: PATRICIA DOVAL CALADO MOREIRA

NOME FANTASIA: NEW FRIENDS HOSTEL

ENDEREÇO: AV. SAMBAQUIS, QD. 08, CASA 29 - CALHAU

ESTADO: MA MUNICÍPIO: SÃO LUÍS

Ministério do  
Turismo



CNPJ: 28.640.403/0001-14

CADASTUR:

CEP: 65.071-390 TELEFONE: 98 – 3089 - 5761

E-MAIL: [newfriendshostel@gmail.com](mailto:newfriendshostel@gmail.com)

### Condições Gerais:

- Todos os campos são de preenchimento obrigatório;
- A FRNH deve ser preenchida por pessoa;
- Esta ficha é uma ferramenta para agilizar seu check in e deve ser preenchida quando da existência de uma reserva já confirmada no hotel. Não é válida com confirmação de reserva por parte do hotel;
- Check in: a partir das 14:00h e Check out: até as 12:00h;

NOME COMPLETO – FULL NAME		E-MAIL		TELEFONE - PHONE	CELULAR - CELL PHONE
PROFISSÃO – OCCUPATION		NACIONALIDADE - NACIONALITY		DATA NASC – BIRTH DATE	GÊNERO – GENDER
DOCUMENTO DE IDENTIDADE – ID			NÚMERO CPF:		
NÚMERO RG:		ORGÃO EXPEDIDOR:		Passport number (para estrangeiros):	
RESIDÊNCIA PERMANENTE – PERMANENT ADDRESS		CIDADE - CITY	ESTADO – STATE	PAÍS – COUNTRY	
Bairro:		CEP:			
ÚLTIMA PROCEDÊNCIA – ARRIVING FROM			PRÓXIMO DESTINO – NEXT DESTINATION		
MOTIVO DA VIAGEM – PURPOSE OF TRIP					
<input type="checkbox"/> LAZER – FÉRIAS <input type="checkbox"/> NEGÓCIOS <input type="checkbox"/> CONGRESSO <input type="checkbox"/> OUTROS <input type="checkbox"/> LESURE – VACATION <input type="checkbox"/> BUSINESS <input type="checkbox"/> CONVENTION <input type="checkbox"/> OTHER					
MEIO DE TRANSPORTE – ARRIVING BY			NÚMERO DE HÓSPEDES/ NUMBER OF GUESTS: (    )		
<input type="checkbox"/> CARRO <input type="checkbox"/> ÔNIBUS <input type="checkbox"/> MOTO <input type="checkbox"/> OUTROS <input type="checkbox"/> CAR <input type="checkbox"/> BUS <input type="checkbox"/> MOTOCYCLE <input type="checkbox"/> OTHER					
DATA DE ENTRADA – CHECK IN a partir das 14:00h			DATA DE SAÍDA – CHECK OUT até as 12:00h		
Como conheceu a pousada? How have you heard about us?			OBSERVAÇÕES – NOTES:		
Placa do carro: PLATE CAR:					

Para crianças de até 12 anos hospedada no mesmo apartamento dos pais ou responsáveis, solicitamos inserir os dados abaixo. A partir dos 13 anos preencher Ficha de Hóspede individual:

**Criança 01:**

NOME: \_\_\_\_\_

SEXO: M / F      DATA de NASCIMENTO: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Criança 02:**

NOME: \_\_\_\_\_

SEXO: M / F      DATA de NASCIMENTO: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Por determinação da Lei Federal nº 8069/1990, não permitimos a hospedagem de menores de 18 anos, salvo se acompanhado por seus pais ou responsáveis. Os menores de 18 anos deverão apresentar no momento do check in documento com foto que comprove a sua identidade e filiação, ainda que estejam acompanhados pelos pais.

NOME do RESPONSÁVEL: \_\_\_\_\_

Assinatura eletrônica:

## ANEXO C - Regras de convivência do New Friends Hostel



### REGRAS DO HOSTEL

Prezando pela boa convivência solicitamos que as seguintes regras sejam lidas e ao final do documento assinadas.

- X - O Checkin se inicia à partir das 14h e o checkout é feito até às 12h. Caso o hóspede deseje entrar antes do horário de Checkin ou sair após o horário de checkout é cobrada uma taxa de R\$10,00 referente ao valor do day use, que dá direito ao hóspede usar as áreas comuns do hostel e guardar a bagagem em um dos armários até as 22h.
- X - O cadeado para o trancamento das gavetas e dos armários é de responsabilidade do hóspede, porém se o hóspede solicitar o aluguel de um cadeado do hostel o valor referente ao aluguel é de R\$5,00, caso no final da estadia o cadeado não seja devolvido na recepção juntamente com a chave será cobrada uma multa no valor de R\$20,00 além do valor do aluguel.
- X - O uso da piscina é permitido até às 23h, assim como barulho nas áreas externas e internas.
- X - Os visitantes são muito bem vindos no hostel, porém a permanência é autorizada somente até as 22h. Após esse horário encerram as visitas e o day use.
- X - O uso do ar condicionado nos quartos compartilhados se inicia às 20h e se encerra às 9h. O ar somente permanecerá ligado se houver hóspede usando o quarto no momento.
- X - Aos pais, pedimos que tomem cuidado com as crianças na beliche de cima e na piscina, que possui diferentes níveis de profundidade.
- X - A cozinha é para uso de todos, por isso depois de usar algo, limpe para que o próximo possa usar também.
- X - O café da manhã é servido de 7h às 10h, se possuir alguma alergia ou restrição informe na recepção no ato do Checkin.
- X - Se for realizar o checkout durante a madrugada deixe tudo preparado antes de dormir, para assim não acordar os outros hóspedes com quem divide o quarto.
- X - Não é permitido dormir sem roupa.
- X - O New Friends Hostel possui uma cozinha completamente equipada para o seu uso, portanto a cozinha do Hostel é de uso exclusivo de funcionários.
- X - Não é permitido o consumo de bebidas em garrafas de vidro nas áreas próximas a piscina.

---

Assinatura

## ANEXO D – Fotos do New Friends Hostel

### Logomarca New Friends Hostel



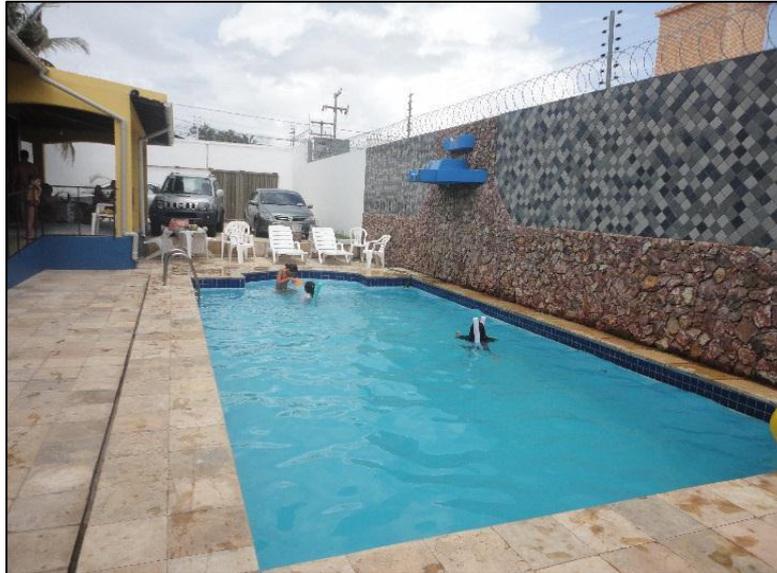
FONTE: Acervo da pesquisadora

### Recepção- New Friends Hostels



Fonte: Acervo da pesquisadora

**Piscina do New Friends Hostel**



Fonte: Acervo da pesquisadora

**Pesquisadora, junto dos gestores.**



Fonte: Acervo da pesquisadora

### Hóspedes do New Friends Hostel



Fonte: New Friends, 2018