

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE TURISMO

IOLENE DE SOUSA CONSTANTINO

**HOSPITALIDADE NA HOTELARIA: estudo em uma pousada a partir das
avaliações *Online* no *Tripadvisor***

São Luís
2018

IOLENE DE SOUSA CONSTANTINO

**HOSPITALIDADE NA HOTELARIA: estudo em uma pousada a partir das
avaliações *Online* no *Tripadvisor***

Monografia apresentada à Universidade Federal do
Maranhão como requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Me. Davi Alysson da Cruz Andrade.

São Luís

2018

Constantino, Iolene de Sousa.

HOSPITALIDADE NA HOTELARIA: estudo em uma pousada a partir das avaliações Online no Tripadvisor / Iolene de Sousa Constantino. - 2018.

51 f.

Orientador(a): Davi Alysson da Cruz Andrade.

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

1. Centro Histórico. 2. Hospitalidade. 3. Pousada. 4. TripAdvisor. I. Andrade, Davi Alysson da Cruz. II. Título.

IOLENE DE SOUSA CONSTANTINO

**HOSPITALIDADE NA HOTELARIA: estudo em uma pousada a partir das
avaliações *Online* no *Tripadvisor***

Trabalho de Conclusão do Curso de Hotelaria apresentado à banca de defesa do
Curso de Graduação de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão.

Aprovado em: _____ de _____ de _____ Nota: _____

Banca Examinadora:

Orientador: Prof. Me. Davi Alysson da Cruz Andrade
Universidade Federal do Maranhão-UFMA

Prof.^a Ma. Marilene Sabino Bezerra
Universidade Federal do Maranhão-UFMA

Prof. Dr. David Leonardo Bouças da Silva
Universidade Federal do Maranhão-UFMA

Dedico esta monografia primeiramente a Deus, minha família, orientador e a todos que cooperaram direta e indiretamente com esta pesquisa, aos professores e amigos que contribuíram com seu apoio nesta jornada rumo à formação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus em primeiro lugar, por ter me dado a vida e permitido chegar até aqui, sendo minha força nos momentos mais difíceis dessa caminhada, me dando sabedoria para concluir esse curso vencendo todos os obstáculos presentes durante toda essa minha jornada.

A minha família que me deu todo apoio para a realização deste sonho me condicionando para chegar até aqui passando por momentos difíceis comigo nas dificuldades do dia a dia, em especial a minha grande amiga e mãe Dona Maria das Dores, que se tornou meu pilar durante esses 6 anos de caminhada, trabalhando de sol a sol, sempre me incentivando desde criança a estudar, sonhando comigo a cada instante na consolidação desse sonho.

Ao meu pai seu José Domingos por sempre acreditar em mim desde criança por meio dos conselhos que muitas vezes nos levaram ao desentendimento mas que foram essenciais para essa conquista, na qual pude ver que todas as sugestões eram de fato importantes para o meu conhecimento sendo assim me mostrando que pela informação poderia conquistar o mundo e teria novas oportunidades na vida.

A minha filha Kayla Kesse que me mostrou o amor, onde por meio desse amor que me transformou e se tornou o meu maior incentivo para concretização desse trabalho.

Agradeço também ao meu esposo por sua paciência, amor, parceria e fidelidade, na qual foram importantíssimos na minha vida onde essa base sempre me ajudou, me fortalecendo pelo simples fato de estar ao meu lado, me incentivando a não desistir.

A todos os amigos do curso de Turismo que me possibilitaram viver experiências que me levaram a novas descobertas por meio da convivência com cada um deles, onde na qual pude desenvolver novos conhecimentos por meio dos diálogos ocorridos em sala de aula.

Agradeço em especial Dona Maria do Socorro, por nossas conversas e partilhas que foram de suma importância para o meu desenvolvimento que me possibilitaram a tirar minhas dúvidas sobre alguns trabalhos. E principalmente aos amigos que a UFMA me possibilitou a conhecer me apresentando cada um de forma única onde ficarão sempre na minha memória.

A todos os professores que direta ou indiretamente fizeram parte dessa história e que contribuíram para o meu crescimento intelectual e pessoal. Em especial ao prof. Davi Andrade por ter aceitado me orientar nesta reta final do curso, me ajudando em tudo o que foi possível para a conclusão desse trabalho. Enfim a todos que estiveram comigo nessa jornada e aqueles que colaboraram para que tudo isso fosse possível.

A persistência é o caminho do êxito.
(Charles Chaplin).

RESUMO

Esse estudo tem como objetivo geral analisar a hospitalidade de uma pousada localizada no centro histórico de São Luís-MA a partir das avaliações *Online* no *Tripadvisor* pelos hóspedes. E como objetivos específicos: identificar as principais dimensões da hospitalidade nas avaliações dos hóspedes; identificar os principais aspectos positivos e os negativos nestas avaliações; verificar se há diferença nas avaliações dos hóspedes de acordo com sua nacionalidade (brasileiros e estrangeiros). A pesquisa caracteriza-se como descritiva, com abordagem quantitativa e qualitativa. A coleta de dados foi realizada a partir das avaliações *Online* e organizadas num banco de dados. Foram coletadas e analisadas 30% (150) do total de avaliações (496). Os resultados revelam as dimensões “Recepção calorosa” e “Conforto”, são as mais citadas como aspectos positivos relacionados à hospitalidade, com 38% e 35% respectivamente. Quanto aos aspectos negativos relacionados à hospitalidade, a maior parte das avaliações reclamam de quesitos relacionados às dimensões “Conforto” e “Recepção calorosa”, com 45% e 27% das observações, respectivamente.

Palavras-chave: Hospitalidade. Pousada. Centro Histórico. TripAdvisor.

ABSTRACT

This study aims to analyze the hospitality of a pousada located in the historical center of São Luís-MA from the online evaluations on Tripadvisor by the guests. And as specific objectives: to identify the main dimensions of hospitality in guest evaluations; identify the main positive and negative aspects of these assessments; check if there is difference in the guest ratings according to their nationality (brazilian and foreign). The research is characterized as descriptive, with a quantitative and qualitative approach. Data collection was performed from the online evaluations and organized into a database. We collected and analyzed 30% (150) of the total evaluations (496). The results reveal the dimensions "Warm reception" and "Comfort" are the most cited as positive aspects related to hospitality, with 38% and 35% respectively. As for the negative aspects related to hospitality, most evaluations complain of related questions to "Comfort" and "Warm reception", with 45% and 27% of the observations, respectively.

Keywords: Hospitality; Pousada; Historic center; Tripadvisor

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Os tempos/espços da hospitalidade humana	19
Quadro 2 – Dimensões e variáveis do Construto Hospitalidade na Hotelaria.....	33
Quadro 3 – Amostra de notas atribuídas pelos hóspedes.....	37
Quadro 4 – Avaliações e dimensões da hospitalidade verificadas (aspectos positivos)	42
Quadro 5 – avaliações e dimensões da hospitalidade verificadas (aspectos negativos)	44
Figura 1 – Hospitalidade como recurso estratégico na hotelaria.....	32
Figura 2 – Avaliação de um usuário do site TripAdvisor.....	38

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Sexo.....	40
Gráfico 2 – Nacionalidade	40
Gráfico 3 – Dimensões positivas.....	41
Gráfico 4 – Dimensões negativas.....	43
Gráfico 5 – Notas atribuídas dos brasileiros.....	45
Gráfico 6 – Notas atribuídas dos estrangeiros.....	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA.....	18
2.1 Hospitalidade	18
2.2 Hospitalidade e turismo.....	22
2.3 Hospitalidade na hotelaria.....	29
2.4 TripAdvisor.....	35
3 MÉTODO.....	37
3.1 Universo e Amostra.....	37
3.2 Coleta de Dados.....	38
3.3 Análise dos Dados.....	39
4 RESULTADOS.....	40
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS.....	49

1 INTRODUÇÃO

O turismo, no mundo, diferente de outras décadas, tem se destacado por suas diversas vertentes. Hoje em dia, o setor se aprimorou e se aproximou cada vez mais do turista, vendo este como principal fator de crescimento deste mercado. Sendo assim, o mercado do turismo descobriu novas possibilidades e necessidades de atendimento ao público diversificado de pessoas que visitam outras localidades a trabalho ou a lazer.

Com a evolução do turismo, desde o século XIX, e o crescimento dos serviços de hospedagem e alimentação, surge a indústria da hospitalidade, que engloba desde os bens tangíveis, como hotéis, pousadas, resorts, restaurantes, meios de transportes, entre outros, até os intangíveis, que são os serviços prestados para proporcionar o bem-estar físico e psíquico do visitante, a realização de sonhos, de experiências.

A hospitalidade no setor de turismo é um componente essencial, pois, a hospedagem do viajante é uma oportunidade de mostrar a ele que, independentemente do local que esteja, longe de casa, ele será sempre bem recebido e terá suas necessidades atendidas, tornando o lugar agradável, a iniciar pelo local que decida se hospedar.

O “bem receber” está ligado com a preparação que a cidade tem para receber não só os turistas, mas também seus moradores. Estes podem vir a encontrar um bom acolhimento, um acolhimento improvisado ou até mesmo não o ter, levando em consideração que alguns estabelecimentos focam mais nos turistas. No turismo, a qualidade é o serviço aliado ao produto o que o torna um fator importante para determinar o êxito ou fracasso desses. A acolhida ao cliente, ou a arte do bem servir e receber depende, essencialmente, de pessoas bem preparadas.

A hospitalidade, de uma forma geral, pode estar associada a diversos aspectos, como: conforto, receptividade, sociabilidade, alimentação, lazer entre outras. Muitos estudiosos entendem que a hospitalidade, assim como a qualidade é subjetiva, sua percepção varia de pessoa para pessoa, e de cultura para cultura, mas é vital sua presença nos meios de hospedagem. Para Grinover (2007, p. 28), “[...] também são elementos constituintes da história da hospitalidade os negociantes, os viajantes, os turistas e, por que não, as ruas, as praças, os monumentos de uma cidade e a população que nela habita”.

A hospitalidade baseia-se na afetividade, reciprocidade e amizade dos anfitriões em relação ao viajante. Sendo assim, alguns princípios básicos que envolvem a prática da hospitalidade devem ser considerados, como: a cortesia, a segurança do ambiente, o contato com o viajante desde a sua chegada até sua partida e a coerência.

Haja vista que a hospitalidade em sua essência expressa as relações e interações humanas e seu significado transcende a ideia de mera atividade comercial, tendo em vista que estabelece relações de cordialidade, afetividade e reciprocidade, revela, assim, um processo de vínculo social.

Diante desse mercado crescente e promissor, a facilidade de encontrar lugares que permitam ao viajante sentir-se mais à vontade e identificar-se com o lugar, tornou-se algo que o mesmo pode fazer através da rede mundial de computadores. Hoje em dia, existem vários sites que oferecem esse tipo de serviço gratuitamente. Um desses sites é o TripAdvisor, foi fundado nos Estados Unidos, em fevereiro de 2000, por Stephen Kaufer, formado em Ciências da Computação pela *Harvard University*, com a missão de ajudar viajantes ao redor do mundo a planejar e ter a viagem fabricada.

O termo hospitalidade tem gerado amplas discussões acerca de suas definições e dos seus variados conceitos, autores e pesquisadores do assunto divergem em muitas questões no que tange à complexidade do tema. A hospitalidade em seus diversos aspectos retrata as interações humanas. Seu significado vai além da prestação de serviços no âmbito comercial, revela um processo de vínculo humano, estabelecendo relações de cordialidade, amizade, afeição e receptividade recíprocas. O sentido da hospitalidade é muito mais complexo que o bem receber ou ser hospitaleiro, consiste na aproximação de pessoas, costumes e culturas diferentes (CAMARGO, 2004; GRINOVER 2007; DIAS, 2002; CRUZ, 2002).

A hospitalidade praticada por meio da construção de relações de afeição e estima entre um determinado espaço e seus moradores, gera um sentimento de pertencimento, cria uma identidade cultural e agrega valor a esse espaço exercendo forte impacto naqueles que o visitam. Essa prática de hospitalidade com viés mais tradicional, em um contexto social é estruturada de forma mais simples, com gestos acolhedores, sorrisos, diálogos, calor humano e amizade, consiste no prazer de receber o outro, no prazer de proporcionar bem-estar, no prazer da partilha, no prazer do convívio.

A hospitalidade hoje em dia está bastante relacionada com a de qualidade em serviços, principalmente nos setores de Turismo e Hotelaria, onde ser hospitaleiro está relacionado com o acolhimento, nos aspectos profissionais e culturais. Utilizada como lente para planejar o acolhimento de moradores e turistas no espaço público, a hospitalidade propicia aos visitantes a sensação de ser bem-vindo.

De acordo com Castelli (2005), a Bíblia, no Antigo e no Novo Testamento, apresenta inúmeros textos que relatam acontecimentos envolvendo o ato de comer, de beber e de hospedar, contextos altamente favoráveis ao fomento da hospitalidade. A ideia de que, acolhendo o peregrino ou o viajante, se estaria acolhendo a própria divindade tem acompanhado a caminhada de muitos povos.

A ideia de hospitalidade fazia referência à imagem de hóspedes sendo recebidos e acolhidos, desde que pudessem pagar por isso Ashness, Lashley (apud LASHLEY, 2015). Entretanto, talvez como uma consequência involuntária, esta noção de hospitalidade abriu espaço para o estudo do relacionamento entre hóspede e anfitrião, em todos os domínios: privado, cultural e comercial (LASHLEY, 2008).

A partir dessa perspectiva, a hospitalidade pode ser entendida como uma característica fundamental, onipresente na vida humana e a hospitalidade, em si, indicaria a disposição das pessoas de serem genuinamente hospitaleiras, sem qualquer expectativa de recompensa ou de reciprocidade.

Uma pousada localizada no Centro histórico, foi escolhida para a presente pesquisa. É possível verificar a ausência de pesquisas que tenham feito uma análise aprofundada do assunto abordado anteriormente. Sendo assim, o problema da pesquisa abordado consiste em saber qual a contribuição dos atributos, dimensões da hospitalidade para a satisfação do consumidor, segundo as avaliações postadas no TripAdvisor por consumidores dos meios de hospedagem.

O site TripAdvisor foi escolhido como fonte de dados para a pesquisa por disponibilizar os dados requeridos e por sua fama, pois é a maior comunidade de troca de informações sobre viagens do mundo (TRIPADVISOR, 2017).

Esta pesquisa tem como objetivo principal analisar a percepção dos hóspedes sobre a hospitalidade numa pousada do Centro Histórico de São Luís a partir das avaliações no site *Tripadvisor*.

Os objetivos específicos são:

- a) identificar as principais dimensões da hospitalidade nas avaliações dos hóspedes;
- b) identificar os principais aspectos positivos e os negativos nestas avaliações;
- c) verificar se há diferença nas avaliações dos hóspedes de acordo com sua nacionalidade (brasileiros e estrangeiros).

A seguir, apresentamos os fundamentos teóricos para a pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica aqui exposta aborda primeiramente a hospitalidade, turismo, hospitalidade na hotelaria e Tripadvisor para, posteriormente, abordar os conceitos.

2.1 Hospitalidade

A palavra “hospitalidade” tem origem do latim *hospítalitate*, que significa “o ato de hospedar” ou a qualidade de quem é hospedeiro. Segundo Camargo (2004, p. 52): “hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat natural”.

O convívio social ou o viver em grupo é uma das necessidades fundamentais de todo ser humano. A hospitalidade, essência da vida em grupo, é uma necessidade natural, biológica e social. Os estudos de Maslow também colocam as necessidades sociais como fundamentais para as pessoas. O entendimento mais amplo a respeito da hospitalidade sugere, em primeiro lugar, que esta é, fundamentalmente, o relacionamento construído entre anfitrião e hóspede.

Ao longo dos tempos a hospitalidade se caracterizou como o ato de bem acolher, oferta de abrigo, segurança, alimentação e lugar de descanso para o estrangeiro. A atitude hospitaleira representava uma conduta virtuosa e um dever moral e ético. Tal atitude era retratada como regras de comportamento, onde a educação e a cortesia seriam exigências implícitas para acolher, proteger, entreter e alimentar.

Conhecer as raízes da história da hospitalidade contribuem para a compreensão dos costumes das diferentes épocas e seus fundamentos na cultura social.

Hoje o conceito de hospitalidade estende-se para além dos limites de hotéis, restaurantes, lojas e estabelecimentos de entretenimento. Isso implica a necessidade de recorrer a análises de caráter histórico, epistemológico e empírico das ações que são empreendidas na área da hospitalidade. (GRINOVER, 2002, p.27)

Segundo Castelli (2005, p. 147), o ato da hospitalidade implica não somente na abertura de espaços físicos, mas também a abertura de espaços emocionais e

intelectuais. Isso se traduz, na prática, no acatamento de sugestões e de ideias e também no amor que dedicamos a outras pessoas.

O convívio de pessoas na perspectiva da hospitalidade se evidencia por meio do relacionamento cordial, na preocupação com o bem-estar do outro, na boa receptividade, no diálogo amigável, ainda que sejam pessoas que não se conheçam, mas que estejam compartilhando do mesmo espaço de interação.

Enquanto modelo de prática cultural, a hospitalidade envolve recepcionar ou receber pessoas, hospedar e alimentar. Já a noção de eixo social se torna evidente quando a hospitalidade é categorizada enquanto instância social, surgindo então quatro categorias: doméstica, comercial, pública e virtual. A junção desses dois eixos forma uma base que gera novas abordagens para o estudo da hospitalidade.

A hospitalidade envolve: recepcionar ou receber pessoas, hospedar e alimentar. Já a noção de eixo social se torna evidente quando a hospitalidade é categorizada enquanto instância social, surgindo então quatro categorias: doméstica, comercial, pública e virtual.

Quadro 1 – Os tempos/espços da hospitalidade humana.

	Recepcionar	Hospedar	Alimentar	Entreter
Doméstica	Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual	Fornecer abrigo em casa	Oferecer refeições em casa	Receber para recepções de festas
Pública	Recepção em espaços públicos	Hospedagem proporcionada pela cidade	Gastronomia local	Espços públicos de eventos e lazer
Comercial	Serviços profissionais de recepção	Hotéis	A restauração	Eventos e lazer em espaços privados
Virtual	Mídias sociais e meios de comunicação	Sites e hospedeiros de sites	Mídia e sites de gastronomia	Entretenimento e jogo na mídia

Fonte: Adaptado de Camargo, 2004.

Camargo (2004) levanta a questão: quais são os tempos e espaços nos quais acontece a hospitalidade? Segundo o autor o processo de hospitalidade acontece por meio de práticas sociais relacionadas à duas variáveis: tempos da hospitalidade – quando se exercem as práticas sociais (receber, acolher, hospedar, alimentar e

entreter) e espaços da hospitalidade – onde as práticas sociais acontecem (o doméstico, público, o comercial e o virtual).

Pensando a hospitalidade, naturalmente somos levados a criar dois eixos de tempos/espaços para delimitação do campo de estudo: um eixo cultural, que leva em conta as ações abrangidas pela noção de hospitalidade, e um eixo social, que diz respeito aos modelos de interação social e consequentes instâncias físico-ambientais envolvidas (CAMARGO, 2004, p. 15).

Camargo (2004) descreve hospitalidade como:

[...] um conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social e cuja observância não se limita aos usos e costumes das sociedades ditas arcaicas ou primitivas. Continuaram a operar até hoje e se exprimem com toda a força nas sociedades contemporâneas (CAMARGO, 2004, p. 17).

Para o autor a observância dessas leis fortalece o vínculo humano e define o conceito de hospitalidade, porém, seu descumprimento remete à hostilidade, colocando-os como opostos e implicando que a hospitalidade sob esse aspecto deve ser interpretada como uma atitude positiva em qualquer código ético.

Camargo (2004) refere-se ao Ensaio sobre a dádiva e o dom de Marcel Mauss (1974), que discorre sobre antigos costumes da humanidade, tal como o ato de dar presentes, que ainda acontece atualmente, embora de maneira diferenciada, mas com seu sentido associado à premissa de Mauss de que dar-receber-retribuir fundamentava as relações sociais nas sociedades arcaicas. E afirma:

O contato humano não se estabelece como uma troca, como um contrato. Começa com uma dádiva que parte de alguém. A retribuição é uma nova dádiva que implica um novo receber e retribuir, gerando dons e contradons, num processo sem fim (CAMARGO, 2004, p. 16)

O autor destaca que a hospitalidade começa com uma dádiva e que nem toda dádiva está inserida dentro da hospitalidade, contudo toda ação de hospitalidade começa com uma dádiva. Sendo assim, a hospitalidade pode ser entendida como uma maneira de se relacionar baseada na atitude recíproca entre as pessoas. O autor ressalta que a retribuição da dádiva não finda o processo da hospitalidade humana, mas o enobrece, fortalecendo o tecido social que consolida o vínculo humano. Assim, a hospitalidade compreende tradição, princípios familiares e culturais, como um processo de agregação do ser humano à coletividade, nesse sentido entende-se que as relações de troca envolvem valores, sentimentos e consensos que resultam em reciprocidade. (CAMARGO, 2004).

Lashley e Morrison (2004, p.21) assinalam que “o entendimento mais amplo a respeito da hospitalidade sugere, em primeiro lugar, que é fundamental o relacionamento construído entre anfitrião e hóspede. Cuillé (apud CASTELLI, 2005, p.163), enfatiza que:

O sorriso é o primeiro gesto através do qual uma pessoa se demonstra acolhedora e interessada em se comunicar com o outro. Por isso, o sorriso cativa tanto e pode ser considerado o maior símbolo de hospitalidade.

Gouirand (apud CASTELLI, 2005), classifica o sorriso como o sentimento do “eu estou feliz em vê-lo” ou recebê-lo. Em outras palavras, é querer mostrar para a pessoa o prazer que ela nos proporcionou ao ser vista. Segundo Lashley (2004), o contexto privado traz reflexões relacionadas ao significado de hospitalidade, hospedagem e hospitabilidade.

Apontando a hospitalidade no contexto doméstico como oferta de alimentos, bebidas e acomodação para pessoas que não são membros da casa, embora outras definições indiquem a troca comercial e mercadológica entre fornecedor e receptor de hospitalidade.

Segundo o autor, no ambiente doméstico, essa troca vai muito além da relação mercadológica, “A oferta de alimentos, bebidas e acomodação representa um ato de amizade, cria laços simbólicos e vínculos entre pessoas envolvidas na partilha da hospitalidade” (LASHLEY; MORRISON, 2004, p. 15).

De acordo com Goudbout (apud GRINOVER, 2002).

A hospitalidade é um dom do espaço, espaço da habitação, espaço para percorrer a pé ou para contemplação, sendo suas qualidades a superfície, a acessibilidade, o conforto, a estética, a historicidade. “Cidade hospitaleira”, “rua hospitaleira”, expressões da linguagem comum, ilustram bem a doação do espaço, a doação de proteção e segurança, além de abrigo e alimentação.

A conclusão de Gotman (apud CAMARGO, 2008) consolida a ideia de uma dupla noção de hospitalidade: a genuína, estruturada no sistema da dádiva, típica da hospitalidade doméstica e de certos setores da hospitalidade urbana, e de uma hospitalidade *fake*, encenada, com toda a pejoratividade sugerida pelo termo, a do receptivo turístico. Um jantar que alguém oferece em casa a amigos seria uma hospitalidade genuína, ainda que possa ser marcada por eventuais gestos de

hospitalidade *fake*, enquanto que o hotel seria o palco dessa hospitalidade *fake* com eventuais gestos da hospitalidade genuína.

O Antigo Testamento advoga o repartir costumeiro das refeições como um modo de distribuir o excesso aos pobres e necessitados. A prática da hospitalidade em ambientes onde era improvável que o hóspede pudesse pagar, o papel do anfitrião era fundamental. Na verdade, muitas das histórias bíblicas defendem a generosidade dos anfitriões em contextos onde não era possível esperar por reembolso Casselberry. Por exemplo, Abraão generosamente recebeu três estranhos que revelaram ser anjos Gênesis 18. Em outro ponto da narrativa, Ló retardou a destruição de Sodoma e Gomorra porque havia oferecido hospitalidade e proteção a dois visitantes, que mais tarde foram identificados como anjos Gênesis 19. Através das histórias dos israelitas, argumenta-se que com suas experiências de mobilidade e pelo fato de serem estranhos em terras estrangeiras, eles desenvolveram uma forte consciência sobre a necessidade de oferecer hospitalidade e de dar alimento, bebida e hospedagem aos estrangeiros e aos necessitados. (apud LASHLEY, 2015).

A partir desses comentários do autor e de passagens bíblicas observamos que a oferta de concessão de hospitalidade a estranhos era frequente e representava uma forma de honrar a Deus.

Telfer (apud LASHLEY, 2015) relata que a hospitabilidade é compreendida de acordo com alguns aspectos:

O interesse, a compaixão ou o desejo de agradar aos outros, que brota da amizade em geral e da benevolência ou da afeição por determinadas pessoas, em particular; o desejo de suprir as necessidades dos outros; o desejo de receber amigos ou de ajudar os que estão em dificuldade; o desejo de companhia ou de fazer amigos; o desejo de receber por prazer, que pode ser entendido como o desejo de entreter os outros, como um passatempo (TELFER apud LASHLEY, 2015, P. 85).

2.2 Hospitalidade e turismo

A hospitalidade atual está voltada também para os sentimentos de todos os envolvidos no meio turístico. A preocupação vai além da qualidade dos serviços e da preocupação com o conforto do turista. Ela busca a satisfação total do visitante.

Para ser hospitaleiro é preciso esmerar-se na excelência dos serviços prestados, educar a comunidade para receber os turistas, investir em infraestrutura

básica, porque a hospitalidade está desde o atendimento na compra dos pacotes, às condições de sinalização, estradas e até a higiene e segurança dos destinos, podendo ser espontânea ou artificial, esta última ocorre quando entidades públicas e/ou privadas, promovem a criação de infraestruturas forjando uma hospitalidade profissional e muitas vezes para uso exclusivos dos turistas.

Pode-se dizer que o bem receber compreende todos os esforços despendidos pelo poder público e a iniciativa privada para fazer de um local uma grande atração turística. É primordial receber os visitantes com atenção, demonstrar-lhes que o local tem interesse em sua presença e que está preparado para recebê-los.

Fica claro que a hospitalidade está diretamente ligada às necessidades e desejos das pessoas, ou seja, do desejo do visitante de “ser bem recebido”. A necessidade de rever os serviços prestados e colocar o cliente como peça fundamental do Sistema de Turismo, oferecendo a ele serviços diferenciados é imprescindível para conquistá-los, mas deve-se sempre levar em consideração os interesses da comunidade local evitando, assim, conflitos que possam vir causar a inviabilidade do destino turístico.

O treinamento do elemento humano faz parte da arte do bem servir e receber, e torna-se peça fundamental, considerando que o tratamento recebido pelo turista/hóspede é, em grande parte, o gerador de uma imagem positiva ou negativa da cidade, da região ou do país. (DALPIAZ et al, 2010).

Para Giacomini et al (2010, p. 3):

A hospitalidade no Turismo evidencia-se muito mais ampla do que primeiramente se imaginava, ela deverá estar presente em todas as atividades relacionadas com o turismo, desde a facilitação (ingresso, permanência, deslocamentos internos e saída dos visitantes), o desenvolvimento da infraestrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicações (terrestres, aéreos, marítimos, fluvial e telecomunicações), a educação e capacitação (formação de recursos humanos para o setor em níveis distintos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras).

A hospitalidade sempre foi e será parte integrante do turismo. Desde os primórdios, ser hospitaleiro, receber o turista é oferecer serviços e produtos com qualidade. Envolve um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes, a própria

cidade acolhedora e seus habitantes, que intrinsecamente relacionados proporcionam o bem-estar do visitante, satisfazendo suas necessidades.

A qualidade dos serviços prestados, não se resume em apenas dominar as técnicas de atendimento excelente, mas principalmente deve ser uma prática constante e todos os colaboradores devem estar capacitados, desta forma, estarão mais efetivamente satisfazendo sua clientela com a excelência dos serviços prestados. (DALPIAZ et al, 2010)

A hospitalidade pública refere-se à cidade, seus espaços e conseqüentemente aos mecanismos que se utiliza para promover qualidade de vida aos seus moradores e boa acolhida aos seus visitantes.

[...] a hospitalidade em si é um fenômeno muito mais amplo, que não se restringe à oferta, ao visitante, de abrigo e alimento, mas sim ao ato de acolher, considerado em toda sua amplitude. Envolvendo um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes que, intrinsecamente relacionados, proporcionem bem-estar ao hóspede (CRUZ, 2002, p. 39).

Cruz (2002) afirma que há uma hospitalidade preparada, treinada, planejada, à qual teoricamente se contrapõe uma hospitalidade voluntária e amadora. Aqueles que estão envolvidos na prestação de serviços aos turistas e que o fazem, portanto, como uma forma de trabalho remunerado não são voluntariamente hospitaleiros. Sua hospitalidade está associada a uma imposição do trabalho; trata-se de uma “hospitalidade profissional”. Também a hospitalidade pode ser voluntária ou involuntária, ou seja, nem sempre o anfitrião está recebendo o visitante de forma espontânea. Quando se trata de turismo, esse é um aspecto que não pode ser negligenciado.

Para Cruz (2002) como o turismo envolve deslocamento de pessoas e sua permanência temporária em locais que não são o de sua residência habitual, há uma intrínseca relação entre turismo e hospitalidade. Todo turista está sendo, de alguma forma, recebido nos lugares. O que diferencia a experiência entre um e outro turista no que se refere à hospitalidade é a forma como se dá o seu acolhimento.

A hospitalidade no turismo tem componentes de espontaneidade e de artificialidade que frequentemente se combinam. Por meio de estratégias privadas e de políticas públicas, os lugares podem preparar-se para serem hospitaleiros forjando, por exemplo, uma hospitalidade profissional, centrada na oferta de estruturas e na prestação de serviços voltados exclusiva ou quase exclusivamente para o atendimento do turista. Daí pode-se falar em hospitalidade turística. (CRUZ, 2002, p.44).

Cruz(2002) ressalta que “sentir-se em casa” em termos de hospitalidade turística significa ter no lugar em que se é “estrangeiro” a mesma sensação de

acolhimento que se tem na própria casa, o que significa, em primeiro plano, segurança, mas também conforto e bem-estar de modo geral. Considerando que o turismo tem o espaço como seu principal objeto de consumo, a qualidade do espaço ou dos ambientes de modo geral é de fundamental importância para a hospitalidade turística de um lugar.

O receber público envolve a infraestrutura do espaço público, tendo em vista que o visitante ou morador necessitam ser acolhidos da mesma forma, no sentido de terem suas necessidades supridas usufruindo de um espaço com serviços básicos que lhe proporcione bem-estar, conforto e satisfação, oportunizando a ele lazer, segurança, qualidade ambiental e mobilidade. Baptista (2002, p. 162) afirma que:

Acolher o outro como hóspede significa que aceitamos recebe-lo em nosso território, colocando à sua disposição o melhor do somos e possuímos. [...] a hospitalidade permite celebrar uma distância e uma proximidade, experiência imprescindível no processo de aprendizagem humana. Portanto, é urgente transformar os espaços urbanos em espaços de hospitalidade. Não uma hospitalidade convencional ou artificial, reduzida a um ritual de comércio e falsa cortesia, mas uma hospitalidade ancorada no carinho e na sensibilidade que só podem ser dados por outra pessoa.

Cruz (2002) destaca que além da cordialidade no contato entre anfitrião e visitante e das necessárias infraestruturas turísticas, a hospitalidade turística abarca, ainda, infraestruturas e serviços diversos.

De acordo com Castelli (2005) a hospitalidade é considerada, pois, um importante insumo do produto turístico de uma nação ou de uma região. Daí a importância de tornar empolgantes todas as ações que envolvem o processo da hospitalidade.

Castelli (2005) destaca que desde os primórdios, o homem foi fascinado por viagens, movido por necessidades e desejos dos mais variados, como férias, negócios, aventuras, saúde e religião. As viagens agregam valor às pessoas, tanto para os visitantes quanto para os visitados.

Canton (2002) ressalta que os meios de hospitalidade de uma cidade, embora totalmente independentes pela diversidade de seus produtos e serviços, evidenciam um padrão e uma referência de atendimento. Pela definição tradicional, o produto é

algo tangível, sendo uma combinação de matérias- primas, processos de produção e custos, ao passo que serviço é algo intangível.

Kotler (apud CANTON, 2002) defende com muita propriedade esses conceitos:

Os produtos vão além de bens tangíveis. Os serviços incorporam os produtos. Os produtos incluem objetos físicos, serviços, pessoas, locais, organizações, ideias ou combinações desses elementos. Serviços são produtos que consistem em atividades, benefícios ou satisfações que são ofertados para a venda.

Segundo Grinover (2007) a hospitalidade supõe acolhida; é uma das leis superiores da humanidade, é uma lei universal. O ato de acolher é consentir a inserção do outro no próprio espaço, sob algumas condições.

Grinover (2007) aponta que hospitalidade representa um fenômeno que envolve uma organização de lugares coletivos, assim como, a observação das regras para uso desses lugares. Segundo o autor, uma cidade hospitaleira é identificada por meio de três dimensões fundamentais: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade, apoiadas em medidas geográficas e temporais. A acessibilidade tem como princípio; assegurar a todos os cidadãos o acesso a equipamentos e serviços, transportes públicos, trabalho, etc.

Essa dimensão além de possibilitar acesso à atividades e serviços, promove a igualdade de oportunidades aos usuários urbanos. Dividida em dois grupos a acessibilidade pode ser física tangível; refere-se ao sistema de transporte, infraestrutura viária e localização de espaços e serviços urbanos (segurança, saneamento básico, saúde, educação, trabalho e lazer). Já a acessibilidade intangível ou virtual está relacionada à cultura, à informação, ao lazer, propiciando assim, uma aproximação entre seus habitantes, gerando uma interação social por meio da cidadania (GRINOVER, 2007).

Grinover (2007) afirma que a legibilidade representa a qualidade visual de uma cidade, identificada por meio da imagem ambiental que os visitantes e principalmente seus moradores, fazem dela. A cidade é percebida por meio de aspectos culturais e arquitetônicos, estabelecendo uma comunicação entre sua estrutura física e a sensibilidade do cidadão, gerando fluência emotiva a partir de novas sensações e/ou lembranças de vivências passadas.

Para Grinover a identidade é móvel, está em constante transformação, contudo, sempre relacionada às suas origens. É simultaneamente o passado vivido e o futuro

desejado por seus atores. “A única possibilidade de construir a hospitalidade pressupõe a capacidade de conhecer a cidade como ela é, sobretudo de reconhecê-la como realidade.” (GRINOVER, 2007).

Para Grinover (2007) o sentimento de pertencimento é essencial para a hospitalidade, na qual o anseio de pertencer a um grupo, a uma cidade, tem promovido movimentos sociais e ações culturais.

O que torna uma cidade bonita e hospitaleira é a sua capacidade de expressar um microcosmo social e arquitetônico ordenado, no qual cada edifício, por suas qualidades, mostra não só sua própria importância, mas também a própria importância de quem encomendou e que ali vive (GRINOVER, 2007, p. 86).

Grinover(2007) ressalta que a partir do momento em que o grupo humano escolhe um determinado lugar e nele se estabelece, inicia-se um processo de interação mútua, mediante o qual aquilo que se poderia denominar hábitat natural começa a transformar-se. Cada forma espacial, conseqüentemente, é o produto de uma estrutura social específica em sua interação dinâmica com um determinado meio ambiente.

A cidade em que vivemos é lugar de memória, de encontros, de sonhos. É também lugar de lutas, de solidão, espaço de desigualdade e diferenças. Constitui o cenário e os bastidores onde transcorre a vida cotidiana em buscas e contradições. Em outros momentos a cidade é palco das trocas que seguem ritos e códigos, manifestações de vivências que podem ser contempladas com curiosidade e admiração por parte de turistas e moradores.

A cidade que nos abriga, oferece espaços de descanso e possibilidade de alimentação, que permite circular em segurança por seu território é uma cidade hospitaleira. A cidade que conta suas histórias, que se reconstrói a cada dia, vibra, respira e pulsa como seus habitantes e que tenham identidade, também é uma cidade hospitaleira. Antes mesmo que as pessoas, é o próprio espaço público que nos recebe e transmite a atmosfera do lugar. (GRINOVER, 2007, Pág. 17)

Segundo Matheus (2002) as cidades precisam estar aptas para integrar seus moradores, sejam eles transitórios ou não, assegurando-lhes bem-estar social. A autora defende que a ausência de políticas apropriadas em setores significativos como habitação e transporte, evidencia fenômenos negativos na vida urbana.

O Turismo é um fenômeno complexo e deve ser olhado de uma maneira interdisciplinar, que desafia cada vez mais, nos dias de hoje, não somente àqueles que o têm como seu objeto de estudo, mas também às instituições, entidades, e ao mercado que o envolve (PLENTS, 2008). Para Santos (2010, p. 12):

Turismo compreende um sistema de serviços com finalidade única e exclusiva de planejamento, promoção e excursão de viagem. Mas é preciso que se tenha infraestrutura adequada para atender ao desejo e/ou necessidade da pessoa que adquiriu o serviço, a saber: a recepção, hospedagem, consumo e atendimento às pessoas e/ou grupos oriundos de suas localidades residenciais.

No ano de 1994, foi formulado, pela Organização Mundial do Turismo (OMT), um conceito acerca dessa atividade que se tornou referência na elaboração de estatísticas internacionais. Segundo ela o turismo compreende “as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (OMT, 2001, p. 38).

Como uma atividade humana, o turismo precisa levar em consideração uma estrutura organizacional mínima, a partir das necessidades ou conveniências expressas pelas maneiras de fazê-lo acontecer. Santos (2010, p. 15), acrescenta:

Assim sendo, toda uma estrutura deve ser planejada para atender à atividade turística, visto que compreende instalações de equipamentos, transporte, rede de água e esgoto, energia elétrica, comunicação, etc., e quem desfrutará dessa atividade será o ser humano, que é complexo e possui necessidades e desejos.

Diferente do praticado no século XIX e até a década de 1930, a pós modernidade transformou o turista atual. O que realmente importa agora é estar longe só para poder escapar do cotidiano, já que quase todos os lugares são parecidos e inóspitos. “Por isso o turista sente saudades de casa, porque não encontra lugares, somente não-lugares” (AVILA NETO, 2000, p.18).

Sendo assim, deve-se considerar o turismo moderno, como uma maneira de optar por mudanças de pensamentos e de atitudes no que se refere ao “ser”, isso, além da relação do “ter” do turismo pós-modernismo, agregando valores econômicos e humanos.

Tudo isso depende da forma como o turismo vem se desenvolvendo, e isso implica a evolução do turista também. Dessa forma, é necessário pessoas diferentes e lugares que possuam características singulares e diferenciadas como opção de desvincular o turista de sua rotina diária. Para Monteiro (2006):

Turismo deve envolver lazer, recreação, ócio, aprendizado e conscientização (pensamento) constantes, muito mais tempo livre, diminuição e até o fim dos padrões e das viagens de negócios – porque não? –, da sazonalidade incentivada pelo trabalho, enfim, deve envolver o viajar turisticamente.... Não deve ser apenas uma fuga momentânea da rotina, embora muitos assim o considerem nos seus momentos de folga.

Nas últimas décadas, o turismo teve seus estudos mais intensificados, em decorrência de sua diversidade e complexidade. Existem algumas classificações que separam o turismo conforme alguns critérios, como por exemplo, o turismo de negócios, turismo religioso, o ecoturismo, entre outros.

Todavia, há uma corrente de pensadores que pretendem buscar uma melhor conceituação a respeito do fenômeno turístico enquanto atividade social e dinâmica por meio de um melhor embasamento teórico, fundamentado em novas ideias com relação ao conhecimento atual sobre o turismo e sua relação com outros tipos de viagens (MONTEIRO, 2006).

As tipificações de turismo existem pelas várias formas de se considerarem as razões que influenciam as pessoas a ingressarem em viagens com intuito turístico. Dentre as razões, incluem-se a “diversidade de modos de educação, da desigualdade de níveis pessoais, grupais e do próprio poder aquisitivo, além da diversificação etária, das oportunidades e das necessidades atendíveis” (ANDRADE, 2002, p.60).

2.3 Hospitalidade na hotelaria

Camargo (2004) afirma que oferecer uma dádiva ou hospitalidade é sacrificar algo que se tem em favor do donatário ou do hóspede. Agradar ao hóspede implica abrir mão de algo que se tem em favor dele. Esse algo pode ou não implicar dispêndio de dinheiro. Pode ser apenas um cafezinho já passado. Pode ser apenas tempo, moeda tão cara na vida moderna.

Castelli (2005) ressalta para que aconteça a prática do turismo, é necessário que haja estruturas de apoio adequadas, como estabelecimentos que ofereçam hospedagem e alimentação. Quando se fala em turismo, pensa-se em acolhida, e, sem uma boa acolhida, não existe turista satisfeito, conclui o autor. Portanto, é da qualidade da acolhida que depende o encantamento do viajante. Da boa acolhida não

somente por parte dos meios de hospedagem, mas também por parte de toda a comunidade que integra o núcleo receptor.

O viajante ao chegar ao hotel, paga não somente por um apartamento confortável, mas também pela boa acolhida e pela boa hospitalidade. Na perspectiva de Gouirand (apud CASTELLI, 2005, p. 51) o acolhimento, ato imbricado à hospitalidade passa, então, a ser “incontestavelmente, um dos componentes da troca comercial, presente também na venda de um apartamento de hotel ou de uma refeição”.

A hospitalidade passou a representar, para muitos profissionais da hotelaria moderna, a atenção dispensada às pessoas durante a sua estada no hotel. Nesse caso, é preciso ter o cuidado de não reduzi-la a um mero ato mecânico.

Gouirand (apud CASTELLI, 2005) lembra que os hoteleiros que continuam considerando o viajante um estranho e que têm como única obrigação prestar-lhe serviços tecnicamente perfeitos não são verdadeiros hoteleiros. Os verdadeiros hoteleiros são hospitaleiros, sabem estabelecer, além de laços comerciais, elos humanos, quase familiares, entre eles e os clientes resgatando, dessa forma, a noção histórica de hospitalidade.

Ao chegar ao hotel, em seu país ou fora dele, o viajante tem necessidade de atenção, zelo, cuidado, proteção e carinho. Deseja que todos os colaboradores do hotel se ocupem dele, a começar pelas boas vindas dadas pelo capitão-porteiro, quando da sua chegada. Em seguida, os cuidados em relação à bagagem, ao automóvel, à condução do viajante até a recepção, aos registros e ao encaminhamento para o apartamento.

A partir de uma pesquisa na literatura referente às bases históricas e sociológicas da hospitalidade, King (apud MULLINS, 2009) afirma que esta possui quatro características:

- É uma relação entre indivíduos que atuam como administradores do setor hoteleiro e hóspedes;
- Essa relação pode ser comercial ou privada (social);
- A chave para a hospitalidade bem sucedida, tanto na área comercial quanto privada, exige o conhecimento daquilo que agrada ao hóspede;
- A hospitalidade é um processo que inclui a chegada, a acomodação confortável, o atendimento dos desejos do hospede e sua partida ao final da estada.

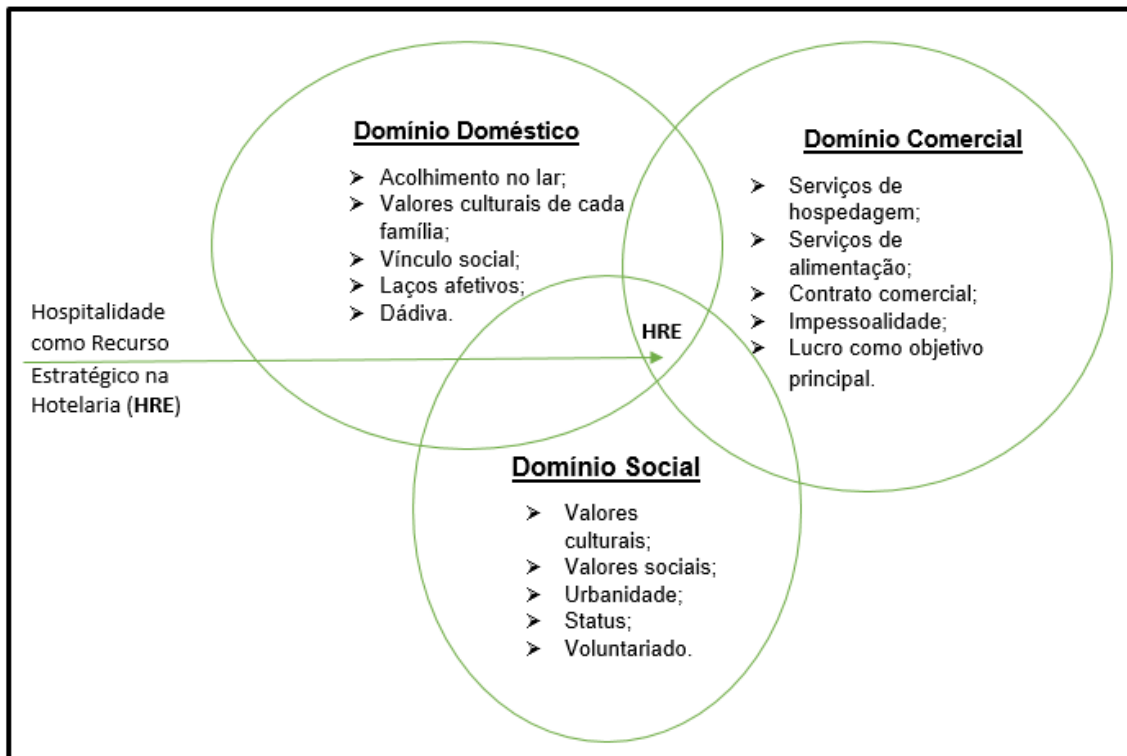
King entende que a hospitalidade comercial possui vários aspectos centrais que devem ser incluídos em um modelo de hospitalidade que, por sua vez, inclua administrador- empregado e hóspede-cliente envolvidos em contatos face a face.

Para Lashley (2015) a oferta de alimentos, bebidas e acomodação representa um ato de amizade, cria laços simbólicos e vínculos entre as pessoas envolvidas na partilha da hospitalidade. A redação das treze perguntas consideradas 'confiáveis' pode ser encontrada em Blain e Lashley (2014). Essas chamadas 'declarações de atitude' são conjuntos de práticas relacionadas a três grandes temas e diretamente associadas ao outro, ou seja, à consideração do hóspede e não do eu (anfitrião). Os três temas são os seguintes: o desejo de que o hóspede esteja sempre em primeiro lugar, antes até de si mesmo; o anseio de fazer os seus hóspedes felizes; a vontade de fazer com que seus hóspedes se sintam especiais.

Castelli (2005) ressalta que a hospitalidade revestiu-se, pois, de diferentes formas ou tipos de hospedagem, necessárias para se adaptar aos usos, costumes e às necessidades da vida social e econômica de cada momento histórico, como tem sido o caso das últimas décadas, com a explosão do turismo em massa. A hotelaria, na sociedade moderna, encontra dificuldades de ser plenamente entendida, sem a profunda compreensão do que a hospitalidade significou para os homens desde os seus primórdios (CASTELLI, 2005).

Andrade e Polo (2016) mostram os domínios/dimensões da hospitalidade, de acordo com Lashley (2000) e Camargo (2004), e suas características, indicaram que a hospitalidade como um recurso estratégico (HRE) valioso, raro e de difícil imitação que se dá quando a dimensão comercial praticada nos meios de hospedagem adquire características das outras dimensões, como os valores culturais, da dimensão social, e o laço afetivo, da dimensão doméstica.

Figura 1 – Hospitalidade como recurso estratégico na hotelaria.



Fonte: Andrade e Polo (2016).

Andrade e Polo (2016) propõem as dimensões e variáveis que formam o construto hospitalidade na hotelaria, tendo definido seis dimensões para a hospitalidade: personalização, recepção calorosa, relacionamento especial, autenticidade, conforto, justiça de preço (quadro 2).

Pinto (2017) estudou a hospitalidade no setor de restaurantes, em São Luís. A autora apresenta seis dimensões que representam a hospitalidade nos restaurantes do Centro Histórico de São Luís: sabores, justiça de preço, personalização, autenticidade, recepção calorosa e conforto.

Cordeiro (2018) abordou a hospitalidade no mercado central de São Luís. A autora aponta seis dimensões que representam a hospitalidade no Mercado Central: recepção calorosa, conforto, restauração, acessibilidade, variedade de produtos, autenticidade.

Esses estudos nos mostram que a hospitalidade mesmo em seu âmbito comercial com objetivo no lucro, pode ser realizada com base nas relações de

afetividade, reciprocidade e amizade, possibilitando ao hóspede um bom acolhimento permeado por ações autênticas de hospitalidade.

Quadro 2: Dimensões e variáveis do Construto Hospitalidade na Hotelaria

Dimensões	Variáveis
Personalização	1. Os funcionários do hotel sabem meu nome
	2. Os funcionários do hotel me tratam com absoluto respeito
	3. O hotel faz com que me sinta uma pessoa importante
	4. O hotel permite que continue no quarto um pouco além do horário previsto para a saída (late-check-out)*
	5. Tenho solicitações especiais atendidas enquanto estou no hotel
Recepção calorosa	6. O hotel permite que eu utilize o quarto antes do horário previsto para o início da diária (early check-in) *
	7. Tenho um acolhimento caloroso desde a chegada ao hotel
	8. Sou acompanhado até o quarto depois do check-in, quando chego ao hotel*
	9. Sou presenteado com uma cortesia de boas-vindas (por exemplo: bebida, frutas, doces) *.
	10. Os funcionários do hotel me ajudam com a bagagem
Relacionamento especial	11. Construir um bom relacionamento com o hóspede parece ser mais importante que ganhar dinheiro
	12. Recebo caloroso “até logo” depois do check-out, quando vou embora do hotel*
	13. O hotel oferece opções para me entreter
	14. Sou tratado mais como um amigo que como um cliente
Autenticidade	15. Os funcionários do hotel conversam comigo olhando nos olhos
	16. Os funcionários do hotel oferecem um sorriso autêntico todo o tempo
	17. O comportamento hospitaleiro dos funcionários parece ser espontâneo, independentemente de qualquer controle ou incentivo.
	18. O comportamento hospitaleiro dos funcionários parece estar motivado pela vontade genuína de agradar e cuidar dos hóspedes e não para impressioná-los de forma artificial
Conforto	19. O hotel garante que todos os aspectos do quarto estão em boas condições
	20. Senti-me como se estivesse em casa durante a estadia no hotel
	21. Os funcionários do hotel se asseguraram de que o quarto estava confortável para mim
	22. O hotel garante a segurança de todos os hóspedes
	23. O hotel garante o cuidado no preparo das minhas refeições
Justiça de Preço	24. Eu tenho confiança de que o preço pago pela hospedagem é aceitável*
	25. Comparando o preço deste meio de hospedagem com outros similares no mercado, considero o preço justo*
	26. Considerando os serviços oferecidos pelo meio de hospedagem durante a minha estadia posso dizer que o preço é justo*

Fonte: Andrade e Polo (2016)

Segundo Cuillé (apud CASTELLI, 2005), a prática da hospitalidade envolve quatro princípios básicos:

- a) Segurança - o viajante, ao ser acolhido, almeja encontrar um abrigo seguro para poder repousar;
- b) Cortesia - o viajante deseja ser tratado com amabilidade e cordialidade para poder sentir-se à vontade, como se estivesse em sua própria casa;
- c) Contato - desde a sua chegada até a sua saída, o visitante deseja receber toda a atenção;
- d) Coerência - o viajante, ao ser acolhido, almeja encontrar ambientes e serviços coerentes durante toda a sua estada. Nessa linha de pensamento, se um hotel for cinco estrelas, não pode prestar serviços ou oferecer ambientes que não condizem com a categoria do estabelecimento buscando a harmonização de todos os serviços.

Para uma boa carta de hospitalidade, alguns parâmetros devem estar contidos; são eles: a necessidade da acolhida é universal. Todos os homens necessitam uns dos outros; a hospitalidade consiste em tratar o visitante como um amigo; o sorriso é um gesto que representa o prazer em receber alguém; a cortesia se manifesta por meio da boa aparência, da educação, da amabilidade e da presteza; a melhor maneira de se acolher alguém é querer acolhe-lo (GOUIRAND apud CASTELLI, 2005).

A pousada Portas da Amazônia está há 12 anos no mercado e nasceu da restauração arquitetônica de um casarão colonial do século XVIII, localizado no centro histórico da cidade. Possui uma decoração rústica com cipó, vime, bambu, palha, artesanato e pedras, além do mobiliário antigo que faz o diferencial no ambiente. À noite as luminárias encantam os corredores da pousada, iluminando desde o jardim até a pizzaria que funciona todas as noites e serve massas típicas italianas.

A Pousada Portas da Amazônia, conta com 36 apartamentos divididos em 02 categorias: CONFORT e MASTER, e distribuídos em 3 pisos. Sendo, o térreo, adaptado para pessoas com dificuldade locomotora. Todos os apartamentos são equipados com TV, ar-condicionado SPLIT, camas box, chuveiro com ducha quente, frigobar, telefone e WI-fi.

A restauração foi feita respeitando as estruturas originais, sendo que o local foi decorado utilizando vegetação e materiais da região, valorizando toda a pousada proporcionando uma experiência relaxante e inesquecível. Os apartamentos da pousada foram restaurados mantendo o equilíbrio e o espaço da estrutura original e o seu estilo colonial, a Pousada Portas da Amazônia, vem passando por processos de

melhoria contínua, tanto no atendimento quanto na estrutura de seus apartamentos e áreas comuns.

A Portas da Amazônia se funde com a cidade, refletindo a rusticidade, o calor e a história em cada aspecto desde a fachada em estilo colonial, as grandes paredes de pedra internas e o jardim interno.

2.4 TripAdvisor

O TripAdvisor, maior site de viagens do mundo, permite que os viajantes aproveitem cada viagem ao máximo. Com mais de 661 milhões de avaliações e opiniões sobre a maior seleção de perfis de viagem do mundo (aproximadamente 7,7 milhões de acomodações, companhias aéreas, experiências e restaurantes), o TripAdvisor oferece a sabedoria de outros viajantes para ajudar as pessoas a decidir onde ficar, qual voo pegar, o que fazer e onde comer.

Além disso, o TripAdvisor compara preços em mais de 200 sites de reserva de hotéis para que os viajantes encontrem o menor preço para a acomodação ideal. Os sites com a marca do TripAdvisor estão disponíveis em 49 mercados. Juntos, eles formam a maior comunidade de viagens do mundo, com 456 milhões de visitantes únicos mensais em busca de aproveitar cada viagem ao máximo (TRIPADVISOR, 2018).

O site TripAdvisor foi fundado nos Estados Unidos, em fevereiro de 2000, por Stephen Kaufer, formado em Ciências da Computação pela *Harvard University*, com a missão de ajudar viajantes ao redor do mundo a planejar e ter a viagem fabricada. O TripAdvisor traz dicas de milhões de viajantes e inúmeros recursos de planejamento, além de contar com *links* para as ferramentas de reserva que pesquisam centenas de *sites* para encontrar os melhores preços de hotéis.

O TripAdvisor tem assumido ao longo dos anos um destaque cada vez mais crescente não só na perspectiva do consumidor, mas também, na unidade hoteleira. A consulta nas plataformas online para a escolha sobre qual será o próximo hotel a eleger, tem vindo a tornar-se uma rotina entre utilizadores. O TripAdvisor é uma das plataformas online mais populares entre os consumidores.

Aplicativos como o TripAdvisor são muito úteis tanto para turistas quanto para gestores, uma vez que se tratam de mecanismos que promovem a parceria e a fidelidade. O TripAdvisor.com é um site de dicas sobre viagens no mundo inteiro. Nele,

o cliente cria um perfil com *login* e senha e, com esse acesso, pode opinar sobre cidades e locais que já visitou. Além disso, o turista tem à sua disposição links de agências *online*, através dos quais ele pode efetuar sua reserva

Autointitulado como “o maior site de viagens do mundo”, o TripAdvisor é um portal com dicas e comentários de viagens no mundo inteiro. Segundo a descrição no site, nele o viajante pode encontrar “as dicas mais confiáveis do mundo”. As dicas são sobre “onde ficar, onde comer e o que fazer no destino escolhido”. Há, ainda, um fórum de viagens, em que se pode tirar dúvidas sobre o destino com alguém que já o tenha visitado (PERINOTTO et al, 2018).

De acordo com Almeida (2018), as redes sociais, como o TripAdvisor, têm-se estabelecido como uma ferramenta de compartilhamento de informações úteis, geradas pelos próprios consumidores, que permitem o acesso rápido a um grande volume de informações sobre a satisfação dos consumidores, merecendo ser objeto da atenção dos pesquisadores.

Munar e Jacobsen (apud CORRÊA e HANSEN, 2014) ressaltam que os avanços na internet e as mídias sociais estão mudando o modo como as informações sobre viagens de lazer e suas experiências são disseminadas. Plataformas de mídia social têm permitido que o turista digitalize e compartilhe amplamente conhecimento online - emoções, momentos e experiências. Contribuições são extraídas de comentários publicados em sites e comunidades virtuais e estão sendo criadas formas que permitem maior interação social.

Na visão de Jeacle e Carter (apud CORRÊA e HANSEN, 2014) alguns desses sites de avaliação transformaram-se em pontos obrigatórios de passagem, apresentando opinião a partir de um domínio particular. As recomendações online e os blogs pessoais desempenham a função das recomendações boca-a-boca de antigamente.

3 MÉTODO

Este capítulo busca detalhar os aspectos metodológicos da investigação que foram utilizados para que se alcançasse o objetivo geral traçado.

O trabalho consiste em um estudo qualitativo, de caráter descritivo-exploratório. Foi realizado no período de Setembro a Novembro de 2018, a partir das seguintes etapas: (1) pesquisa bibliográfica, (2) coleta de dados secundários (avaliações) no portal Tripadvisor, (3) categorização dos dados e (4) análises.

3.1 Universo e Amostra

O universo da pesquisa compreende os hóspedes que avaliaram a pousada no site *Tripadvisor*. A amostra, não probabilística, considerou 30% (150) do total de avaliações 496, e a mesma proporção para cada nota atribuída (quadro 3).

Quadro 3- Amostra de notas atribuídas pelos hóspedes

AVALIAÇÃO	TOTAL	AMOSTRA (30%)
Excelente	81	25
Muito bom	190	57
Razoável	127	38
Ruim	50	15
Horrível	48	15
TOTAL	496	150

Fonte: A autora.

As coletas das avaliações foram organizadas num banco de dados, para fazer as análises. Para análise dos comentários, foram estipulados os seguintes critérios a serem considerados:

- a) Avaliações em língua portuguesa e estrangeira, considerando as últimas avaliações no período de 2015 a 2018;
- b) Avaliações pontuadas como “Excelente”, “Muito bom”, “Razoável”, “Ruim”, “Horrível”;
- c) Sexo dos avaliadores;

d) Nota atribuídas, de 1(péssimo) a 5 (excelente).

3.2 Coleta de Dados

Os dados utilizados na pesquisa foram coletados do *site Tripadvisor*, considerando as últimas e amostra previamente definida. Na figura 2 apresentamos o *print* com um exemplo de avaliação feita no site.

Figura 2 - Avaliação de um usuário do site TripAdvisor.



Fonte: dados da pesquisa (2018).

É possível identificar o usuário que realizou a avaliação, a nota que indica sua satisfação geral com meio de hospedagem (obrigatória), o título da avaliação, a descrição detalhada da avaliação, a pontuação relacionada aos atributos pré-determinados do serviço (não é obrigatório responder esses itens), e a data em que ocorreu a hospedagem.

A nota 1 indica que o consumidor classifica o serviço como “Péssimo”, a nota 2 como “Ruim”, a nota 3 como “Razoável”, a nota 4 como “Muito bom” e a nota 5 como “Excelente”. Há ainda, a opção para que outros usuários do *site* agradeçam a quem postou a avaliação. No site são permitidas tanto avaliações positivas, quanto negativas. Nem todas informações encontradas nas avaliações foram utilizadas na presente pesquisa, tornando-se necessário extrair apenas as informações relevantes.

3.3 Análise dos Dados

Para análise dos dados foi utilizado o software Microsoft Excel. Inicialmente foi elaborado um banco de dados com número de pessoas que comentaram enumerados de 1 a 150 relatos. As variáveis observadas foram:

- a) data do comentário;
- b) sexo;
- c) nacionalidade;
- d) nota;
- e) texto da avaliação;

A partir do texto da avaliação foram identificadas as dimensões da hospitalidade (ANDRADE & POLO, 2016) apontadas pelo hóspede, seja como um aspecto positivo ou negativo. Logo, utilizou-se da análise de conteúdo como método para definição das dimensões.

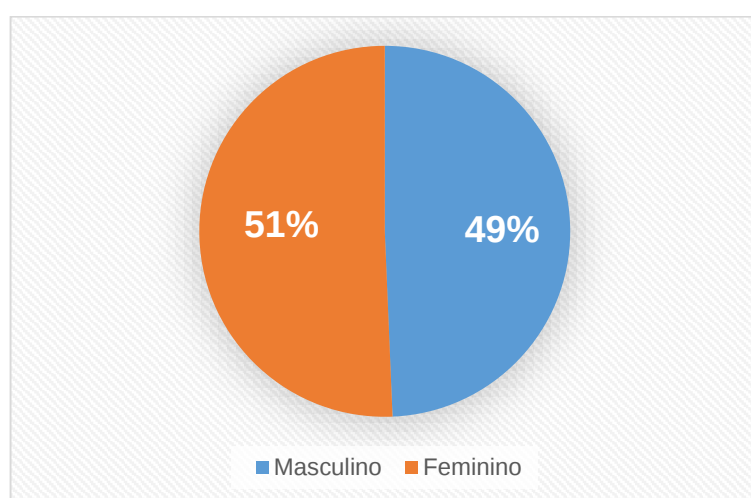
A frequência da identificação de cada dimensão é apresentada em forma de gráficos e porcentagem.

4 RESULTADOS

Neste capítulo apresentamos os resultados da pesquisa. Primeiramente descrevemos o perfil dos hóspedes.

Foram extraídos 150 comentários do TripAdvisor entre o período de 2018 a 2015, verificou-se que 51% dos comentários dos hóspedes são do sexo feminino e 49% do sexo masculino, como apresentado no gráfico1.

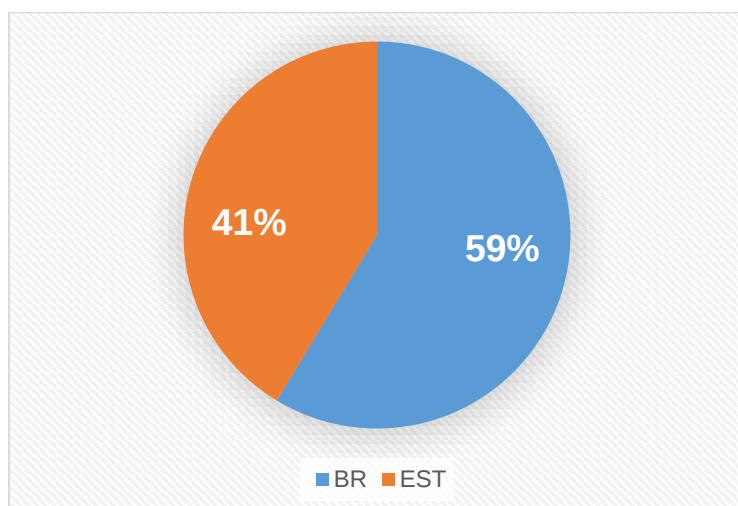
Gráfico 1 – Sexo



Fonte: A autora.

Em relação a nacionalidade, constatou-se através dos comentários na plataforma TripAdvisor, a maioria dos hóspedes são brasileiros (gráfico 2).

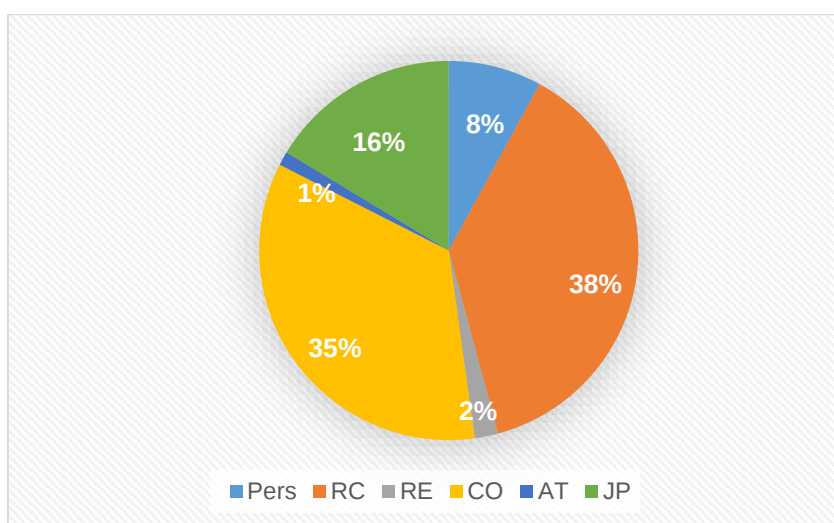
Gráfico 2 – Nacionalidade



Fonte: A autora.

Quanto às dimensões da hospitalidade analisadas de modo geral nos comentários no site *Tripadvisor*, constatou-se que as dimensões “Recepção calorosa” e “Conforto”, são as mais citadas como aspectos positivos relacionados à hospitalidade, com 38% e 35% respectivamente. A dimensão “Justiça de preço” foi verificada em 16% das avaliações. 8% apontam a “Personalização” nos serviços. Apenas 2% indicam a dimensão “Relacionamento especial” e 1% apontam a dimensão “Autenticidade” (gráfico 3).

Gráfico 3 – Dimensões positivas



Fonte: A autora.

No quadro 4, apresenta-se cinco exemplos (de 150 comentários, vamos apresentar apenas cinco neste trabalho, para exemplificar) de avaliações e as respectivas dimensões verificadas como aspectos positivos relacionados à hospitalidade na pousada. Nos comentários está negrito o que cada trecho do comentário representa em relação as dimensões da hospitalidade.

Quadro 4: Avaliações e dimensões da hospitalidade verificadas (aspectos positivos)

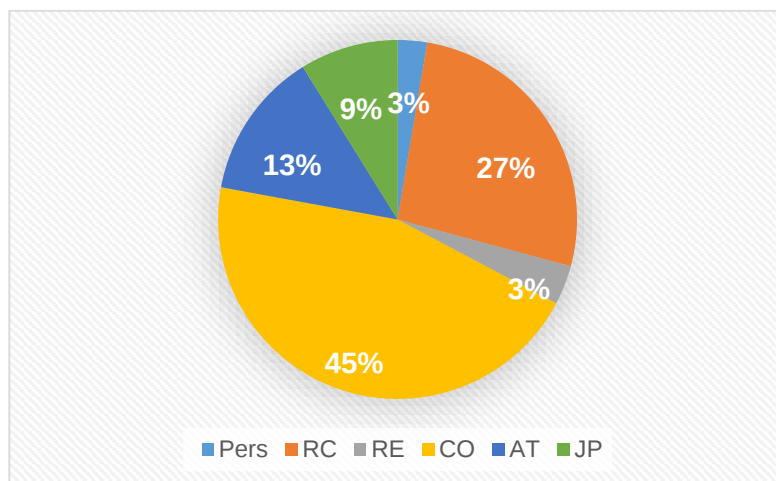
Comentário	Dimensões identificadas
“Contratei um pacote para São Luis e foi a agência de viagens (Natur turismo) que escolheu essa pousada para uma diária na chegada e outra na saída da cidade (num intervalo de uma semana). Chegamos de madrugada e fomos muito bem recebidos, eu e meu filho adolescente. O quarto era simples, com uma tv de tubo ainda mas às duas e meia da manhã a cama limpinha (mesmo com roupa de cama já bem antiquinha), o ar condicionado bom e o silêncio foram ótimos. A localização é privilegiada permitindo o acesso a todo o centro histórico com muita facilidade e rapidez. É praticamente ao lado do Cafefinho da Tia Dica e da Escola Senac (opções de restaurantes super recomendados), O café da manhã é bom, bem servido, com alguma demora em reposição de alguns itens mas nada que comprometa. Antes de partir para conhecer o centro histórico, pude perceber os detalhes. É um casarão antigo, tombado, muito charmoso com decoração muito bem transada. O wifi funciona razoavelmente mas é assim em toda a região. Uma semana depois, voltamos para essa mesma pousada e o atendente, super gentil, nos deu um up e fomos para uma suite charmosa, com tv moderna e decoração que até meu filho adolescente reparou e achou bacana. Sim, quando tem shows na pracinha próxima, tem barulho mas nada que comprometa a hospedagem, afinal é um point do lugar. Enfim, recomendo! Ótimo custo-benefício!” (set/2018)	Recepção calorosa; Conforto; Personalização; Justiça de preço.
“ todo.. su ubicacion ... muy buena, cerca hay lugares para comer muy lindos, la zona ideal para ir a cualquier lugar, la ambientacion, lleno de rincones llenos de encanto , las habitaciones, amplias, la atencion, buena, se presentaron algunos inconvenientes pero fueron solucionados”. (jul/2017)	Recepção calorosa; Conforto; Justiça de preço.
“Simplesmente amei a hospedagem, a pousada tem uma nova área que vale a pena se hospedar, preço acessível, os quartos são novinhos em folha, super limpos e com cama confortável. Vale a pena pelo ar condicionado e o wi fi, ambos super potentes! Achei o café da manhã bem ok e variado, nada de super especial, mas bem gostoso. Vale também pela localização. Apesar de um local um pouco perigoso devido à segurança, o centro histórico é lindo e fervilha cultura, boa gastronomia e ainda tem lojinhas para comprar lembrancinhas para todos os lados.” (jul/2016)	Recepção calorosa; Conforto; Justiça de preço.

“a suíte que me hospedei (tripla master) é excelente e silenciosa, diferente do que dizem de outras suítes. Apenas a porta do banheiro não tinha tranca, mas os recepcionistas, o café da manhã e o apartamento eram ótimos, tendo em vista o preço e a excelente localização (pra quem visita com interesse cultural).” (fev/2016)	Recepção calorosa; Conforto; Justiça de preço.
Pousada aconchegante, com quartos amplos, confortáveis e um delicioso café da manhã. Já estive três vezes no estabelecimento e a cada vez me surpreendo com a qualidade no atendimento. Sem contar que a capital São Luís é linda e apaixonante, quero voltar mais vezes. (fev/2017)	Recepção calorosa; Conforto

Fonte: organizado pela autora

Quanto aos aspectos negativos relacionados à hospitalidade, a maior parte das avaliações reclamam de quesitos relacionados às dimensões “Conforto” e “Recepção calorosa”, com 45% e 27% das observações respectivamente. 13% das observações negativas estão relacionadas à dimensão “Autenticidade”, 9% à “Justiça de preço”, 3% à dimensão Personalização e 3% à dimensão “Relacionamento especial”. Pode-se observar que pelos comentários os hóspedes estrangeiros são os mais exigentes em relação à limpeza, que se encaixa na dimensão “conforto” e a recepção não foi amigável, que se adapta à dimensão “recepção calorosa”. (gráfico 4)

Gráfico 4 – Dimensões negativas



Fonte: A autora.

No quadro 5, apresenta-se cinco exemplos (de 150 comentários, vamos apresentar apenas cinco neste trabalho, para exemplificar) de avaliações e as respectivas dimensões verificadas como aspectos negativos relacionados à hospitalidade na pousada. Nos comentários está negrito o que cada trecho do comentário representa em relação as dimensões da hospitalidade.

Quadro 5: avaliações e dimensões da hospitalidade verificadas (aspectos negativos)

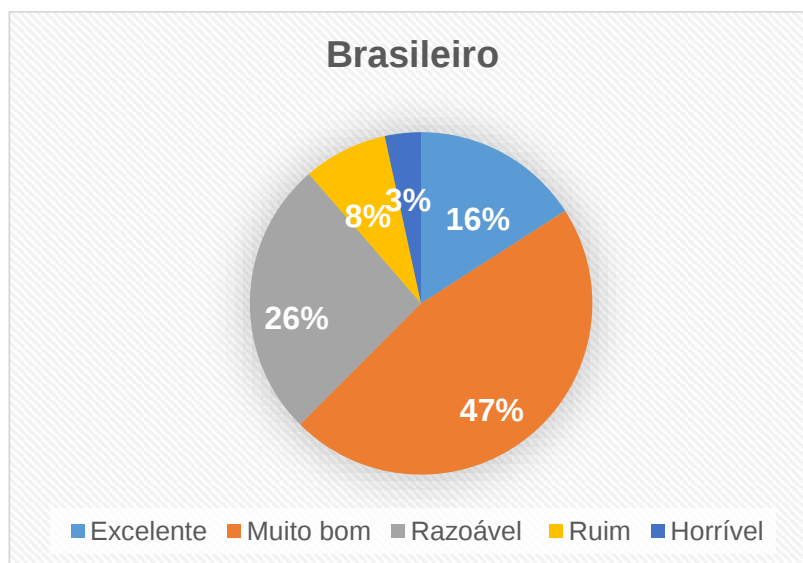
Comentário	Dimensões identificadas
“De facto o local é pitoresco mas decadente. A limpeza deixa muito a desejar, ficando mesmo receosa em relação às condições de higiene. As toalhas e lençóis dão medo, estão cheios de manchas e deixaram de ser brancos há muito tempo. Pedi que trocassem por uns mais brancos e de facto trocaram, mas por uns menos manchados, porque brancos não têm, tudo tem um aspecto muito usado e surrado. A casa de banho corresponde ao resto, a água do duche na maioria das vezes está fria e tudo está encardido. Existem zonas do quarto que por certo há muito que não são limpas. As cortinas estão velhas e surradas. O ar condicionado tem aspecto de não ter manutenção desde sempre. O café da manhã é fraco, o pão nem sempre é fresco, a manteiga não está nas melhores condições de conservação e é difícil encontrar uma chávena que não esteja encardida. A safa é o café e alguns dos bolos. Alguns dos funcionários são de facto simpáticos, salvando a honra do convento.” (dez/2017)	Conforto
“A Pousada Portas da Amazônia é um daqueles hotéis que padece de abandono por parte dos proprietários: situada em um belo prédio colonial com uma posição excepcional, bem no Centro Histórico de São Luís, tinha tudo para ser um excelente local de hospedagem. Infelizmente, tudo está mal conservado, a higiene das roupas de cama e banho deixa a desejar, e o café da manhã é péssimo.” (ago/2017)	Conforto; Recepção calorosa.
horrible experience, the hotel is so so noisy! you can choose between the rooms facing the street (too noisy), or the ones in the back (either the loud music from the restaurant or the club next door). either way you will not sleep!! perfect location if you don't need to rest. (mai/2017)	Recepção calorosa; Conforto; Justiça de preço.
A pousada deixou bastante a desejar: O ar condicionado não funcionava e por isso	Recepção calorosa;

tivemos que mudar de quarto três vezes, os recepcionistas não foram legais e o café da manhã é BEM simples. Ainda assim, a pousada é um belo casarão e em uma boa localização no centro histórico. (dez/2016)	Conforto.
Quarto com gotejamento que quando batia no piso de madeira fazia um barulho muito chato, chuveiro péssimo é um atendimento mal feito pelos recepcionistas. A pousada fica em uma área no Centro histórico em que os carros não entram, péssimo para pegar o uber ou táxi. O ponto máximo do péssimo atendimento deixo como a pizzaria anexa a pousada, deplorável! Encerravam por volta das 23h, mas as 22h já fingiam não nos enxergar, chegamos a tentar outras duas vezes e fomos ignorados pelos atendentes , nota zero. (jul/2018)	Recepção calorosa; Conforto; Autenticidade.

Fonte: organizado pela autora

Quanto as notas atribuídas dos brasileiros (gráfico 5) analisadas, de modo geral, nos comentários no site *Tripadvisor*, constatou-se que, 16% avaliaram como Excelente, 47% consideraram Muito bom, 26% apontam como Razoável os serviços, 8% e 3% consideram o serviço Ruim e Horrível respectivamente.

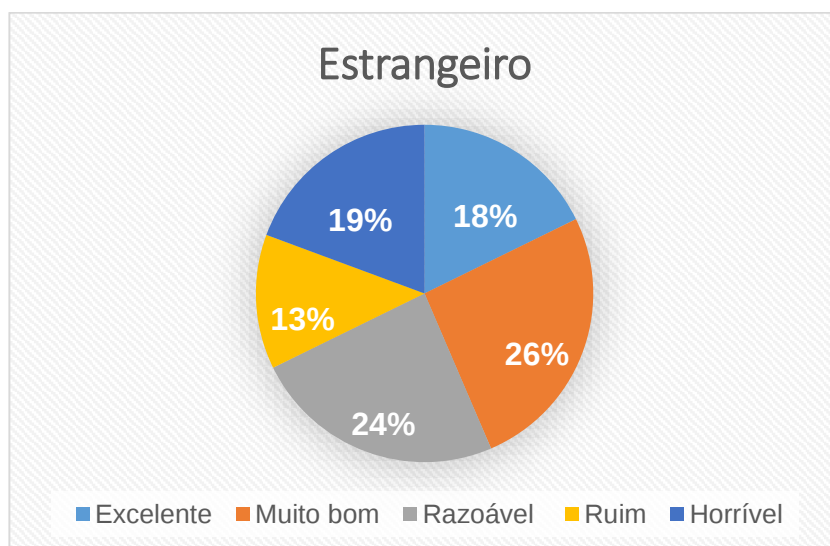
Gráfico 5 – Notas atribuídas dos brasileiros



Fonte: A autora.

Quanto as notas atribuídas dos estrangeiros (gráfico 6) analisadas de modo geral nos comentários no site *Tripadvisor*, constatou-se que, 18% consideram os serviços Excelentes; 26% pontam como Muito bom; 24% avaliam como Razoável; 13% consideram Ruim e 19% consideram Horrível.

Gráfico 6 – Notas atribuídas dos estrangeiros



Fonte: A autora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou analisar a percepção dos hóspedes sobre a hospitalidade numa pousada do Centro Histórico de São Luís a partir das avaliações no site *Tripadvisor*.

A partir das avaliações dos hóspedes foram identificados elogios e/ou críticas relacionadas às dimensões da hospitalidade na hotelaria propostas por Andrade e Polo (2016): Personalização, Recepção Calorosa, Relacionamento especial, Autenticidade, Conforto e Justiça de Preço.

Verifica-se que nas dimensões positivas da hospitalidade analisadas de modo geral nos comentários no site *Tripadvisor*, constatou-se que as dimensões “Recepção calorosa” e “Conforto”, são as mais citadas como aspectos positivos relacionados à hospitalidade, com 38% e 35% respectivamente. A dimensão “Justiça de preço” foi verificada em 16% das avaliações. 8% apontam a “Personalização” nos serviços. Apenas 2% indicam a dimensão “Relacionamento especial” e 1% apontam a dimensão “Autenticidade”. Quanto aos aspectos negativos relacionados à hospitalidade, a maior parte das avaliações reclamam de quesitos relacionados às dimensões “Conforto” e “Recepção calorosa”, com 45% e 27% das observações respectivamente. 13% das observações negativas estão relacionadas à dimensão “Autenticidade”, 9% à “Justiça de preço”, 3% à dimensão Personalização e 3% à dimensão “Relacionamento especial”.

Diante dos resultados da pesquisa, constatou-se que a pousada Portas da Amazônia, localizada no centro histórico de São Luís-MA, apresenta um bom nível de hospitalidade conforme a percepção dos hóspedes da pousada que utilizaram o *Tripadvisor*, por outro lado houve divergências nos comentários de acordo com o período das postagens, uma grande parte dos estrangeiros são exigentes em relação a limpeza (conforto) e atendimento(recepção calorosa) de acordo com os comentários coletados no *Tripadvisor*. Verifica-se que os estrangeiros e brasileiros têm percepções diferentes por isso para o brasileiro as dimensões “Conforto” e “Recepção calorosa” foram avaliados de forma positiva enquanto para o estrangeiro foram avaliados de forma negativa, considera-se também o espaço/ tempo, ou seja o estrangeiro e brasileiro foram atendidos por diferentes recepcionista e foram para a pousada em épocas distintas. O desafio está na capacidade de encantar os consumidores, visando superar as diversas exigências e expectativas.

Por meio do estudo, ainda ficou evidente a importância de contar com um quadro de funcionários qualificados e engajados, englobando os que atuam no contato direto com o público até os chefes de cozinha e os que organizam o café da manhã, porque somente com o trabalho e dedicação das pessoas a excelência será alcançada, algo que exige empenho e compromisso da parte de todos.

Por fim, vale mencionar que a pesquisa apresentou limitações em relação à amostra, pois se limitou a um grupo de respostas. Seria interessante observar se há mudança nos tipos de reclamações com o passar do tempo.

Acredita-se que a proposta de avaliar a hospitalidade da pousada localizada no centro histórico a partir da percepção dos hóspedes divulgado em mídias sociais e sites como o *Tripadvisor* tenha sido obtida de forma satisfatória. Logo, entende-se que as novas tecnologias são muito úteis e podem trazer importantes benefícios para o turismo. Esse estudo confirma que as reclamações podem auxiliar tanto os turistas que buscam informações compartilhadas na internet como os gestores que visam melhorar cada vez mais seus empreendimentos. Com investimentos pautados na capacitação dos profissionais da pousada, poderá crescer ainda mais em excelência e qualidade de seus serviços. Por fim, além de servir de motivação para novas pesquisas sobre um tema pouco explorado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, G. S. **Qualidade do serviço dos meios de hospedagem Capixabas e a satisfação do consumidor segundo as avaliações do site TripAdvisor**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Espírito Santo, 2018. Disponível em: < <http://repositorio.ufes.br/jspui/handle/10/8914> >. Acesso em: 31 out de 2018.

ANDRADE, Davi Alysson da Cruz; POLO, Edison Fernandes. A hospitalidade na hotelaria à luz da teoria da Resource-Based View: dimensões e variáveis para pesquisa empírica. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 2016. **Anais eletrônicos...** São Paulo: ANPTUR, 2016. Disponível em: < <https://www.anptur.org.br/anais/anais/v.12/DHT1/537.pdf> >. Acesso em: 15 out de 2018.

ANDRADE, José Vicente. **Fundamentos e dimensões**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

AVILA NETO, Wenceslau. Quando viajar não é partir – uma reflexão sobre turistas, viajantes e viajados. São Paulo. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Turismo e Hotelaria. Senac, 2000.

BAPTISTA, Isabel. **Hospitalidade e eleição intersubjectiva**: sobre o espírito que guarda os lugares. Revista Hospitalidade. São Paulo, ano V, n. 2, p. 5-14, jul.- dez. 2008.

BAPTISTA, Isabel. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002. cap. 10, p. 157-163.

CANTON, Antonia Marisa. Os eventos no contexto da hospitalidade: um produto e um serviço diferencial. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002. cap. 6, p. 83-96.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. A pesquisa em hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano V, n. 2, p. 15-51, jul.- dez. 2008. Disponível em: <<https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/151>> Acesso em: 17 nov de 2018.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade**: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2005.

CORDEIRO, Carmen Solange Silva. **A hospitalidade no mercado central de São Luís**: percepções de moradores e dos comerciantes. 2018. 61 f. Monografia (Graduação) - Curso de Hotelaria, Departamento de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

CORRÊA, Cynthia; HANSEN, Deborah Rondello. Qualidade de serviços em restaurantes de São Paulo premiados pelo TripAdvisor: Análise do Conteúdo Gerado pelo Usuário. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XI, n. 2, p. 271 - 290, dez. 2014. Disponível em: < <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/viewFile/558/577> >

Acesso em 18 de nov de 2018.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002. cap. 3, p. 39-56.

DALPIAZ, Roni et al. **A hospitalidade no turismo: o bem receber**. Caxias do Sul, 2010. Disponível em: < http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf >. Acesso em: 03 nov de 2018.

GIACOMINI, Deisi M; DALPIAZ, Roni C. C; DAGOSTINI, Aline; GIUSTINA, Maria da G. de S. D. **A hospitalidade no turismo: o bem receber**. Disponível em: <http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf>. Acesso em: 11 nov de 2018.

GRINOVER, Lúcio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

GRINOVER, Lúcio. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002. cap. 2, p. 25-38.

GUERRIER, Yvonne. **Comportamento Organizacional Em Hotéis E Restaurantes – Uma Perspectiva Internacional**. São Paulo: Futura, 2000.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.

LASHLEY, Conrad. Hospitalidade e hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 12, n. esp., maio 2015. Disponível em: < <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/566/623> >. Acesso em: 05 out de 2018.

MATHEUS, Zilda Maria da. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002. cap. 4, p. 57-68.

MONTEIRO, Marcelo da Graça. **As Relações entre Hospitalidade e Turismo: Análises e Perspectivas dos Ambientes em que Ocorrem**. Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2006. Disponível em: < https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT14-7.pdf >. Acesso em: 12 nov de 2018.

MULLINS, Laurie J. **Gestão da hospitalidade e comportamento organizacional**. Bookman Editora, 2009. Disponível em: < https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=Gest%C3%A3o+da+hospitalidade+e+comportamento+organizacional.+&btnG=&lr=lang_pt > Acessado em 17 nov de 2018.

Organização Mundial de Turismo (OMT). **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

PERINOTTO, André R. C.; SILVA, Ermelinda L. da; PAULO, Eveline, A.; COELHO-COSTA, Ewerton R. **O aplicativo tripadvisor e as reclamações online realizadas pelos turistas:** uma visão dos empreendimentos gastronômicos em Fortaleza – CE. *PODIUM Sport, Leisure And Tourism Review*, 7(3), 370-389. Disponível em: < <https://doi.org/10.5585/podium.v7i3.214> >. Acesso em: 27 out de 2018.

PINTO, Kerliane. **A hospitalidade nos restaurantes do Centro Histórico de São Luís do Maranhão:** o ponto de vista dos moradores. 2017. 51 f. Monografia (Graduação) - Curso de Hotelaria, Departamento de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017.

PLENTZ, Renata Soares. **O papel da hospitalidade na busca de um outro turismo.** 2008. Disponível em: < <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf> >. Acesso em: 12 nov de 2018.

_____ **Portal TRipAdvisor.** Disponível em: < <https://www.tripadvisor.com.br> >. Acesso em: 03 nov de 2018.

_____ **Portal Portas da Amazonia.** Disponível em: < <http://portasdaamazonia.com.br/pousada-portas-da-amazonia> >. Acesso em: 31 out. 2018.

SANTOS, Marivan Tavares. **Fundamentos de turismo e hospitalidade.** CETAM, 2010. Disponível em: < http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_fund_de_tur_e_hosp.pdf >. Acesso em: 13 nov de 2018.