



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022  
ISSN 2177-3866

## **A HOSPITALIDADE NOS HOSTELS: EVIDÊNCIAS A PARTIR DAS ONLINE TRAVEL REVIEWS E DA GERÊNCIA**

**DORIMARY CUNHA SODRÉ**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA)

**DAVI ALYSSON DA CRUZ ANDRADE**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA)

# A HOSPITALIDADE NOS *HOSTELS*: EVIDÊNCIAS A PARTIR DAS *ONLINE TRAVEL REVIEWS* E DA GERÊNCIA

## 1 INTRODUÇÃO

Com a importância dos deslocamentos turísticos, a hospitalidade tomou uma proporção maior, passando a ser gerenciada, ou seja, o empreendimento pode adaptar formas para que o cliente sintam-se especial e acolhido, mesmo durante procedimentos padronizados. Uma realidade, sobretudo nos empreendimentos de hospedagem.

A hospitalidade na hotelaria não é apenas fornecer o serviço de alojamento e alimentação para atender as necessidades do hóspede. Hospitalidade também envolve cuidar das necessidades psicológicas do hóspede (ARIFFIN, 2013).

Os meios de hospedagem têm por base a hospitalidade, pois representam a materialização dessa. Os *hostels* estão inseridos no contexto da hospitalidade e dos meios de hospedagem, mas não na hotelaria, pois é um tipo de acomodação singular, com filosofia, características físicas e serviços específicos (GIARETTA, 2003). Eles nasceram em um contexto socioespacial, que lhes conferiram características físicas e serviços singulares (HI, 2014). Portanto, devem ser considerados em uma categoria fiel à sua gênese, mais próxima dos conceitos originais de hospitalidade do que os hotéis convencionais, que possuem em sua essência uma veia essencialmente comercial.

Há um segmento de turistas que buscam por viagens flexíveis e de preço baixo, feitas com pequenos grupos. Assim sendo, tipologias alternativas começam a ganhar força, e o crescimento do interesse de estrangeiros por *campings*, albergues e hospedagens de baixo custo. O *hostel* surge neste cenário como um tema interessante por ser diferente das tipologias comumente encontradas no Brasil, oferecendo aos hóspedes espaços de convívio, compartilhamento de unidades de hospedagem e preços mais acessíveis. (SILVA, 2019)

Diante do exposto, a presente pesquisa busca responder ao seguinte problema: como a hospitalidade é praticada em um *hostel*?

Assim, tem como objetivo principal conhecer como a hospitalidade é praticada em um *hostel*. Para isto, tem como objetivos específicos: Identificar como a hospitalidade é percebida pelos anfitriões; Apontar quais atitudes revelam esta hospitalidade; Verificar como os hóspedes indicam esta hospitalidade nas *online travel reviews*; Identificar as principais dimensões da hospitalidade no *hostel*, de acordo com os anfitriões e hóspedes.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 HOSPITALIDADE: abordagens, conceitos e dimensões

Atualmente o termo hospitalidade tem sido bastante empregado por profissionais do ramo turístico, sobretudo por aqueles ligados aos meios de hospedagem, onde o termo sempre é ligado à atividade de hospedagem.

A hospitalidade é um ato complexo por envolver relações sociais. Para melhor entendimento usaremos a perspectiva de Camargo (2015). O autor em seus estudos classifica a hospitalidade em quatro pontos que julga ser relevantes para aprofundamento do tema, esses pontos são: a relação humana, a virtude, o ritual, a troca.

Essa relação humana de acordo com o autor está presente em todas as culturas, sobre a forma de leis não escritas da hospitalidade, essas são herdadas de formas ancestrais de direito,

e comandam o relacionamento humano em casa ou fora de casa. Por exemplo, em nossa sociedade desde pequenos somos ensinados a sermos educados, uma vez que são valores e costumes que nossa família nos passa.

Logo, pode ser citado, como exemplo, o ato de ser respeitoso com um idoso, sempre agradecer após receber algo, ou cumprimentar a todos em um ambiente com um ‘bom dia’. Estes são alguns exemplos do cotidiano, mas existem costumes da nossa sociedade que se diferem em outros lugares do mundo como por exemplo a forma de se cumprimentar no Brasil, que é totalmente diferente dos países asiáticos. Mediante a isto, pode-se entender que a hospitalidade local é observada em diferentes culturas sobre a forma de etiqueta.

O segundo ponto julgado ser relevante, é a virtude, pois de acordo com Camargo (2015, p. 51), definir a hospitalidade como virtude “[...] é considerar que o panorama social é marcado pela sua ausência [...]”

É possível observar a hospitalidade em outras abordagens, onde a ela pode ser entendida também como uma característica fundamental, onipresente na vida humana e a hospitabilidade, em si, indicaria a disposição das pessoas de serem genuinamente hospitaleiras, sem qualquer expectativa de recompensa ou de reciprocidade (LASHLEY, MORRISON, 2004; LASHLEY, LYNCH, MORRISON, 2007).

Camargo (2015) destaca que a hospitalidade, mais do que um fato observável, é uma virtude que se espera quando nos defrontamos com o estranho (e todo estranho é também um estrangeiro), alguém que ainda não é, mas deve ser reconhecido como o outro. Tudo se passa como se o sentido mais importante da noção seja perguntar-se se esse encontro resultou em estreitamento ou esgarçamento do vínculo social de início buscado.

A hospitalidade é uma maneira de se viver socialmente e pode ser conceituada por Camargo (2015) onde ele enfatiza que a hospitalidade analisa principalmente as relações interpessoais de troca e calor humano dentro de um ambiente social cada vez mais inóspito, às vezes hostil, que possibilitam a recriação de vínculos sociais.

Lashley (2004) acrescenta que a hospitalidade requer que o hóspede sinta que o seu anfitrião está sendo hospitaleiro com demonstrações de generosidade, do desejo de agradar, do respeito para com ele, como indivíduo. Neste sentido, a hospitalidade na hotelaria não é apenas fornecer o serviço de alojamento e alimentação para atender as necessidades do hóspede. Hospitalidade também envolve cuidar das necessidades psicológicas do hóspede (ARIFFIN, 2013).

Para Camargo (2015), hospitalidade pode ter também uma dimensão coletiva e um caráter de obrigação que, durante muito tempo foi associada à religião e à ideia de caridade e que hoje depende, sobretudo dos serviços públicos e do domínio da proteção social (alojamentos públicos, hospitais), ou do domínio comercial (notadamente os hotéis).

Camargo (2004, p.19) propõe que a “hospitalidade, do ponto de vista analítico operacional, pode ser definida como o ato humano, exercido no contexto doméstico, público ou profissional, de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat”.

O espaço virtual tem adquirido cada vez mais importância para as empresas do turismo, especialmente no contexto da pandemia de Covid-19. A integração das tecnologias, por meio das OTAS, atualmente tem total diferença para um gerenciamento da hospitalidade nos meios de hospedagem.

Lashley (2004) destaca que hospitalidade pode ser entendida como um relacionamento entre anfitrião e hóspede, na qual os laços afetivos são aproximados por meio da oferta de alimento, bebida e acomodação. Ainda nesse cenário, para que este relacionamento seja satisfatório é necessário que o hóspede vivencie a hospitalidade praticada pelo anfitrião por meio da agradabilidade e do sentimento de generosidade.

Para Lashley (2004) a hospitalidade pode ser verificada em três domínios: “social, privado e comercial”. Camargo (2004) identifica as dimensões “pública, doméstica, e comercial” da hospitalidade.

Ariffin (2013) apresenta variáveis e dimensões da hospitalidade na hotelaria sob o olhar dos hóspedes, onde foram observadas as dimensões personalização, recepção calorosa, relacionamento especial, autenticidade e conforto.

O autor destaca que além de observar como o conceito de hospitalidade é definido, também é importante discutir como ela é avaliada. Segundo o autor, tem sido verificado que os clientes geralmente avaliam experiências de hospitalidade mais com base na dimensão emocional do que nos aspectos físicos dos serviços. Ariffin (2013) afirma que revisões da literatura sobre o conceito de hospitalidade indicam que a questão da "verdadeira hospitalidade" ou autenticidade do comportamento hospitalidade influencia o nível de satisfação com os serviços prestados por empresas relacionadas com a hospitalidade.

Para Ariffin (2013) um alto nível de hospitalidade poderia criar fortes laços emocionais entre o hóspede e o hotel, bem como influenciar na sua satisfação, tornando-se difícil para os concorrentes copiar esta estratégia.

No modelo teórico proposto por Andrade e Polo (2018), para analisar a hospitalidade na hotelaria no contexto brasileiro, a hospitalidade é considerada um construto de segunda dimensão, ou seja, sua observação só é possível a partir de outras dimensões primárias, sendo estas formadas por variáveis. Andrade e Polo (2018) propõem que a hospitalidade na hotelaria no Brasil é observada por meio das dimensões: personalização, recepção calorosa, autenticidade, relacionamento especial, conforto e justiça de preço.

Hemmington (2007) descreve a hospitalidade com base em cinco conceitos, a saber: a “generosidade”, as “pequenas surpresas”, o “relacionamento anfitrião-hóspede”, o “cenário e a performance” e a “segurança”.

Atualmente a internet é utilizada como fonte de informações e, para empreendimentos hoteleiros, é necessário que os gestores deem maior atenção ao que circula na internet sobre o hotel, pois, hoje em dia, ela oferece maior autonomia aos clientes na hora da escolha do local de sua hospedagem em viagens. Esses acabam utilizando as informações presentes nos *web sites* como sua ferramenta primordial de avaliação e tomada de decisão. Kotler e Keller (2012) relatam que as avaliações dos clientes sobre o desempenho de um produto dependem de muitos fatores, sobretudo do tipo de fidelidade que o produto mantém com a marca. É necessário haver sincronia entre produto ofertado e serviço oferecido.

A evolução da tecnologia e os avanços da internet possibilitam a melhoria e a divulgação dos meios de hospedagem. é possível observar o poder e a influência que as mídias sociais têm manifestado sobre usuários e empresas, sendo uma ferramenta que facilita a socialização de pessoas com interesses em comum, onde a pessoa fala e é ouvida, elogiada ou criticada. Nesse sentido, esse boca a boca *online* pode ser entendido como qualquer afirmação positiva ou negativa feita em potencial sobre um produto ou serviço de uma empresa, podendo ser de um cliente atual, ou de ex-clientes e que está disponível para uma grande variedade de pessoas através da internet (HENNIG-THURAU; GWINNER; WALSH; GREMLER, 2004).

#### **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para a realização desta pesquisa, considerou-se um estudo de caso único. Para o autor Yin (2010) esse tipo de estudo é visto como uma estratégia de investigação adotada em pesquisas relacionadas às ciências sociais, que visam investigar um fenômeno de forma profunda em seu contexto de vida real.

Então, entende-se que os estudos de caso não buscam fazer uma generalização de seus resultados, e sim apresentar a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos

específicos. Com base nos objetivos da pesquisa, o estudo tem caráter exploratório e descritivo (GIL, 2014)

Para a pesquisa bibliográfica utilizou-se as bases de dados google acadêmico e *scopus*, além de documentos e dados extraídos de sites, periódicos e livros.

Para a coleta de dados foi realizada uma entrevista com o gestor de um *hostel* localizado em São Luís, o *Hostel* Tanan.

Para conhecer o ponto de vista dos hóspedes optou-se pelas *Online Travel Reviews (OTRs)* ou comentários deixados pelos hóspedes.

Foram coletadas e analisadas 82 avaliações feitas nas plataformas *Booking.com* e *TripAdvisor*, que somaram 2.717 palavras. Pelo perfil do usuário foi possível identificar que 48% são do sexo masculino e 34% do sexo feminino.

Os dados das *OTRs* foram tratados com análise de conteúdo (Bardin, 2004) e organizados de acordo com categorias definidas *à priori*, as dimensões da hospitalidade.

#### 4.1 Caracterização do campo de pesquisa

O Tanan *Hostel* iniciou suas operações no ano de 2016. Possui 7 quartos, sendo 2 suítes exclusivas e 5 quartos compartilhados (3 quartos com quatro beliches e 2 quartos com 6 beliches), com a opção de ar condicionado ou ventilador. Os quartos são nomeados de acordo com destinos turísticos do Maranhão, como Quarto Alcântara ou Quarto Atins.

Todos os quartos compartilhados contem armários individuais com tranca, proporcionando conforto e segurança ao hóspede. O *hostel* oferece internet *wifi* grátis em todas as áreas de uso do hóspede, café manhã, cozinha equipada com geladeira duplex, fogão, forno de micro-ondas e sanduicheira. O *hostel* ainda disponibiliza um atendimento para passeio e *transfer*, vinculado à agência de turismo, visando otimizar ainda mais a estadia do turista/hóspede

Os *hostels* são um meio de hospedagem alternativo com cunho social de extrema importância e significativa participação econômica para o turismo (UNWTO, 2008). Eles encontram-se dentro do campo da hospitalidade e, conseqüentemente, dos meios de hospedagem, mas não dentro da hotelaria, pois são meios de hospedagem únicos, com filosofia, características físicas e serviços diferenciados (BAHLS, 2015). Os *hostels* podem ser uma alternativa que proporcione ao turista uma apropriação mais humana e profunda da localidade receptora.

*Hostels* são geralmente entendidos como opções de acomodação de baixo custo para viajantes com orçamento limitado. Os preços acessíveis são normalmente obtidos por meio de um modelo de negócios diferente dos hotéis convencionais, como o uso de dormitórios compartilhados e diferentes serviços de limpeza. No entanto, a diferença entre um *hostel* e um hotel envolve mais fatores abrangentes. Os *hostels* oferecem uma atmosfera mais informal, com mais foco em o fator social, promovendo a interação entre os hóspedes e destes com os funcionários. O ambiente em um *hostel*, seja um dormitório ou áreas comuns, oferece uma melhor oportunidade para os hóspedes conhecerem outras viajantes, compartilhe informações sobre viagens, lugares a visitar e recomendações.

Além da missão, é destacada a filosofia dos *hostels* e das pessoas que buscam este meio de hospedagem, assim, sua vocação não é apenas oferecer uma hospedagem econômica, mas proporcionar a possibilidade de enriquecimento cultural para as pessoas, com as viagens e a interação entre os hóspedes. (ANDRADE, FISCHMANN, KIM 2014).

A *Hostelling International* foi a primeira organização a congrega estes empreendimentos. Atualmente são “aproximadamente 3,7 milhões de associados, mais

de 4 mil albergues em 70 países, 300 mil leitos e 34 milhões de pernoites em todo o mundo, que movimentam US\$ 1,5 bilhão por ano para a economia do turismo mundial” (HI, 2021).

A oferta de *hostels* no território brasileiro vem ganhando mais espaço. Antes mais concentrados no Sudeste, que tem 51% da oferta, os empreendimentos ampliaram presença, principalmente, nas regiões Nordeste e Norte, com 18,8% e 9,4%, respectivamente. O Sul tem 19,5%, enquanto o Centro-Oeste tem 1,3%. Ao todo, são 8.603 mil leitos espalhados pelo país, com diária média de R\$ 60,77 e taxa de ocupação de 49,6%. (BRASILTURIS, 2019). Sabemos que um dos impactos da pandemia de Covid-19 foi o fechamento de meios de hospedagem. Os *hostels* foram ainda mais impactados, considerando que seus quartos devem ser compartilhados entre os hóspedes.

## 5. RESULTADOS

### 5.1 Evidências sobre a hospitalidade nas OTRs dos hóspedes do Tanan Hostel

A partir do modelo teórico proposto por Andrade e Polo (2018), para analisar a hospitalidade na hotelaria no contexto brasileiro, foram feitas adaptações na compreensão de cada dimensão, para adequá-la a realidade do *hostel* e incluída a dimensão “interação entre hóspedes”, pois este pode ser um aspecto importante nas relações de hospitalidade no *hostel*. No quadro 1 são apresentadas as dimensões da hospitalidade no *hostel* e sua descrição.

Quadro 1 – Dimensões e ações de hospitalidade nos *hostels*

DIMENSÕES	DESCRIÇÃO DA DIMENSÃO
<b>Personalização</b>	O <i>hostel</i> consegue personalizar o atendimento ao hóspede, tratando-o pelo nome, atendendo solicitações especiais, como um <i>late check-out</i> .
<b>Recepção Calorosa</b>	O <i>hostel</i> oferece um acolhimento caloroso desde a chegada do hóspede, oferecendo uma água ou cafezinho, ajudando com a bagagem, apresentando o espaço, permitindo o <i>check-in</i> antecipado ( <i>early check-in</i> ).
<b>Relacionamento especial</b>	Os funcionários do <i>hostel</i> procuram cultivar um relacionamento de amizade com os hóspedes.
<b>Autenticidade</b>	Os funcionários são espontâneos, há uma vontade genuína de agradar e acolher os hóspedes.
<b>Conforto</b>	O <i>hostel</i> busca garantir as boas condições dos quartos, camas, banheiros e cozinha, para que o hóspede se sinta em casa. O <i>hostel</i> se preocupa com a segurança do hóspede e com o cuidado no preparo de sua alimentação.
<b>Justiça de preço</b>	O hóspede confia que o preço pago pela hospedagem é aceitável, comparando a outros similares no mercado. Os serviços oferecidos pelo <i>hostel</i> condizem com o valor pago.
<b>Interação entre os hóspedes</b>	Os hóspedes interagem entre si de forma acolhedora, desenvolvendo relacionamento amistoso e com respeito.

Fonte: Elaborado pelos autores, adaptado de Andrade e Polo (2018)

Ao realizar a análise do conteúdo das *Online Travel Reviews (OTRs)* verificamos que a dimensão conforto (73% das avaliações), em seguida à dimensão autenticidade (55%) e recepção calorosa (14%). As dimensões menos identificadas nas *OTRs* foram personalização, relacionamento especial, justiça de preço e interação entre hóspedes.

Quadro 2 – Dimensões da hospitalidade identificadas nas *OTRs*

<b>DIMENSÃO DA HOSPITALIDADE</b>	<b>PERCENTUAL</b>
Conforto	73%
Autenticidade	55%
Recepção calorosa	14%
Personalização	11%
Justiça de preço	11%
Relacionamento especial	10%
Interação entre hóspedes	2%

Fonte: Elaborado pelos autores

Foi possível identificar mais de uma dimensão nas *OTRs*. Em 33% das avaliações foram identificadas duas dimensões, em 26% identificamos três dimensões e em 23% das avaliações revelou-se apenas uma dimensão.

As *OTRs* que revelam a dimensão *conforto* indicam aspectos referentes à infraestrutura da *hostel*, à limpeza, à organização e à privacidade oferecida pelo anfitrião. A seguir apresentamos exemplos de *OTRs* em que identificamos a dimensão *conforto*, sendo apontados qual hóspede fez a avaliação (H1, por exemplo) e o seu sexo (M: masculino, F: feminino):

Ótimo *Hostel*, organizado, limpo, tranquilo, bem localizado. (H10, M)  
 Simplesmente fantástico!! muito limpo e novo, me senti em casa (H2, M)  
 Confortável e agradável, super recomendo. (H 24, F)  
 Me senti em casa. Muito tranquilo, confortável, boas acomodações e uma excelente localização. (H 45,M)  
 Quarto maravilhoso. Cama ótima. Áreas comuns lindas. (H 28, F)  
 Super aconchegante, limpo e organizado. Chuveiros gostosos. Ficaria novamente. (H 30,F)  
 Um bom *hostel* em São Luís, localização , limpeza e ambientes muito bom. (H 34,M)

A dimensão *autenticidade* é revelada em comentários que destacam aspectos da personalidade hospitaleira do anfitrião e a sua espontaneidade em acolher o hóspede da melhor forma, conforme observamos nos exemplos de *OTRs* que indicam esta dimensão:

Atendentes simpáticos e prestativos. Banheiros otimizados para o compartilhamento. Quarto muito confortável com *lockers* com chave própria. (H 50, F)  
 Limpeza, organização, funcionários sempre solícitos para ajudar. Um show de simpatia e acolhida. Só tenho que agradecer a todos. Nada a reclamar. (H 47,M)  
 Staff sempre muito atencioso. Acomodações bem limpas e organizadas. Tamanho do quarto e do *locker* são ótimos. (H 52,M)

Atendimento excelente dos funcionários, sempre atenciosos e simpáticos. (H 82, M)

A dimensão *relacionamento especial* é percebida nas avaliações que sinalizam que a experiência de hospedagem foi além de uma relação comercial, mas também permitiu a criação de laços de amizade entre anfitrião e hóspede. São exemplos de avaliações que indicam esta dimensão:

O Tanan *hostel* foi uma bela surpresa em minha viagem a São Luís. Tudo novinho e com uma ótima localização. A limpeza é impecável, a internet é ótima e os funcionários tornam-se nossos amigos tamanha a hospitalidade e a troca de ideias no decorrer da hospedagem. Super indico por ser uma opção barata, aconchegante e com um super atendimento. Até breve, Tanan! (H 71, M)

Todos foram super amorosos comigo. Cheguei tarde e dona Virginia e seu marido estavam lá dispostos a realizar meu check-in, bem no centro da cidade próximo a Lagoa da Jansen, é um lugar incrível de fato, recomendo! (H 49, M)

*Hostel* muito bom e agradável, tem os funcionários super gentis e solícitos, limpo e organizado, *wifi* de boa qualidade. Sem palavras pra agradecer a Dona Virgínia, pessoa de uma humanidade sem tamanho, e um coração acolhedor, espero um dia poder ser grata. Podem se hospedar sem medo. (H 76,F)

Observa-se a dimensão *personalização* em algumas avaliações que destacaram a preocupação do anfitrião em atender necessidades específicas dos hóspedes, a fim de oferecer uma hospedagem mais personalizada, como podemos ver nestas avaliações:

Primeiramente quero agradecer imensamente aos atendentes, por se colocar no lugar do hóspede e saber negociar a forma de pagamento, do qual foi aceito uma contra proposta de um pacote mensal. Conseguimos chegar a um acordo que ficou bom para ambas as partes. fui muito bem recebido pelo recepcionista que fez uma apresentação do *Hostel* de forma muito proativa, ágil e eficaz, e em seguida já fiz as minhas acomodações no quarto misto. A localização é ótima, A estrutura do *Hostel* é fenomenal, tudo bem organizado, ambiente super agradável e calmo. Rede de Wi-fi é muuuuuuito rápida. Gostei muito do café da manhã,. ótimo atendimento de todos os funcionários do local, que estão sempre disponíveis a ajudar e lhe orientar no que você precisar. (H 79,M)

Eles possuem lockers com chave própria, o banheiro tem uma ótima organização e limpeza pra otimizar seu uso e o quarto era muito confortável. Também preciso ressaltar a simpatia do atendente que me ajudou com um late check out sendo muito solícito. Café da manhã farto para um *hostel*. Super recomendo! (H 80,M)

Todos os funcionários bem atenciosos e profissionais. Fizeram de tudo para conseguir vaga na van para Barreirinhas. O contato foi realizado pela anfitriã chamada Virgínia que fez toda ligação. Eu espero voltar ao Maranhão e ficar no Tanan, recomendo a todos. (H 78,M)

A dimensão *recepção calorosa* indica a atitude de receber o hóspede de maneira especial, causando impacto positivo desde o momento da chegada do hóspede, conforme podemos identificar nas avaliações a seguir:

Gostei da recepção. Não gostei uso do ar condicionado apenas a noite. (H 50, M)

Fomos muito bem recebidos pelos anfitriões. (H 3, M/F)

Fiquei no Tanan por 6 dias e fui muito bem recebido, o local é limpo, ambiente bacana, cozinha arrumada e limpa uma característica marcante, sujou lavou era a regra achei legal localização privilegiada do Centro urbano. (H 66, M)

A dimensão *justiça de preço* considera aspectos relacionados ao valor pago pela hospedagem no *hostel* e de acordo com os serviços oferecidos por este, como nos comentários:

Ambiente e decoração são agradáveis. Preço justo. Equipe de atendimento boa. Quarto com espaço adequado para todos os hóspedes. (H 64, M)

Bom, bonito e barato. Tranquilidade e bem localizado. As fotos do tanan *hostel* que estão no site, são verdadeiramente o que é oferecido. Só não gostei de ter ficado pouco tempo. (H 38, M)

Bom custo/benefício. Equipe prestativa e atenciosa. Wifi bom. Limpeza. (H 10, M)

A dimensão *interação* entre os hóspedes considera aspectos onde os hóspedes interagem entre si de forma acolhedora, desenvolvendo relacionamento amistoso e com respeito.

Um chame o *Hostel*, conhecemos gente de todo mundo... Outro dia marcamos de ir para a cidade de Alcântara (1 hora de barco ) cidade com casarões históricos , vale muito a pena e fotos maravilhosas serão tiradas. (H 74, M/F)

Lugar tranquilo e agradável propicio para se fazer novas amizades. (H 14, F)

*Hostel* muito limpo e pessoas amigas, ótima interação. Certamente ficaria aqui de novo. (H 40, M)

Os aspectos relacionados à dimensão conforto são os mais presentes nas avaliações analisadas. Estes aspectos estão de acordo com Ariffin (2013), ao destacar que a hospitalidade envolve elementos tangíveis e intangíveis. Um aspecto relacionado ao conforto na hospedagem em *hostel* que raramente é destacado na hospedagem em hotéis é a estrutura, limpeza e segurança, pois em um hotel, sabe-se que estes aspectos são básicos, já em um *hostel*, estas características somam como fator importante, para estes sintam-se confortáveis e acolhidos.

A dimensão *autenticidade* indica que a hospitalidade oferecida ao hóspede parece ser espontânea e genuína, independentemente de controles ou incentivos (Andrade e Polo, 2018). Estes aspectos são, depois daqueles relacionados ao conforto, os mais citados nas avaliações dos hóspedes, indicando que a hospitalidade oferecida no contexto dos *hostels*, de fato, onde é possível destacar o ser hospitaleiro como ato genuíno, onde independente dos procedimentos o hóspede identifique um acolhimento natural e espontâneo por parte dos anfitriões.

Os aspectos revelados nas avaliações que contemplam a *dimensão relacionamento especial* reforçam o entendimento de que a hospitalidade pode consolidar laços, criar vínculos e aproximar pessoas diferentes, como é defendido por Camargo (2004). Neste sentido, percebemos que a intimidade e proximidade promovida pelos *hostels* implicam para que estes vínculos sejam construídos em conversas, refeições realizadas juntos, indicações de lugares interessantes para conhecer, indo muito além do relacionamento estabelecido tradicionalmente entre anfitriões e hóspedes. Em consonância com Lashey (2004), ao indicar que o anfitrião está preocupado e se responsabiliza pela felicidade de seu hóspede, agregando valor de amizade e não apenas um retorno financeiro.

Os aspectos relacionados ao preço da hospedagem são citados pelos hóspedes como fator relevante tendo em vista o contexto estrutural somado a localização e acolhimento do *hostel*.

## 5.2 A hospitalidade no ponto de vista do gestor do Tanan Hostel

Ao questionarmos se o *hostel* busca oferecer hospitalidade aos hóspedes o gestor destaca que procura agregar valores voltados ao turismo como dicas de passeio para com o hóspede no primeiro momento, e também se preocupam no acolhimento dos hóspedes para que estes se sintam em casa:

A gente recebe também como se fosse da família né, a gente procura deixar bem à vontade a gente apresenta o *hostel* aqui como se fosse a casa deles pra que eles possam se sentir à vontade na hospedagem (Gestor).

Na percepção do anfitrião, os hóspedes observam e comentam também sobre este acolhimento principalmente na recepção deles, visto que é o primeiro contato do hóspede com o *hostel*.

Eles gostam bastante, justamente por esse atendimento, a gente é bem avaliado nesse ponto, né? Que a gente sempre dá, fica à disposição tirar qualquer dúvida da qualquer necessidade a gente tá sempre pronto pra responder e pra ajudar. (Gestor)

Por isto, segundo o gestor do *Hostel*, há a preocupação com a orientação da equipe para proporcionar o melhor atendimento possível ao hóspede, valorizando aspectos estruturais, proporcionando conforto em espaços onde o hóspede pode transitar e se sentir a vontade. Assim, ele diz que os aspectos que têm a melhor avaliação dos hóspedes, quanto à hospitalidade, estão no atendimento na recepção. De acordo com o gestor há a preocupação dos funcionários em ser hospitaleiros com os hóspedes.

Sobre aspectos estruturais que contribuem com a hospitalidade para os hóspedes, foi observado na fala do gestor que o *hostel* dispõem de uma estrutura onde os hóspedes podem se acomodar confortavelmente, gerando também uma interação:

Temos na área da recepção uma mesa né do café da manhã normalmente é uma mesa grande que ela pode ser usada pra pro trabalho, quando eles querem, usa a mesa, tem a mesa da sala de TV também que muitos dos hóspedes usam ali também. Que aproveitam pra interagir também, conversam. Então, tem várias áreas, que podem ser utilizadas. Até na área da garagem, também às vezes eles usam tem as mesinhas de madeira que eles podem utilizar pra ficar, que é um local um pouco mais ventilado. Então eles podem ficar ali também. A gente tem que dar essa liberdade aonde eles podem ficar dentro do *Hostel*. (Gestor)

Há uma forte preocupação com a infraestrutura e o conforto, no que se refere à organização, limpeza para o hóspede, unindo estes fatores com o primeiro acolhimento na recepção e nas demandas ao longo da estadia. Para o gestor estes fatores soam como diferenciais de alto nível para a hospitalidade ofertada pelo *hostel*:

Um dos um dos itens acho que mais a gente tem agradado é justamente a infraestrutura e a limpeza do ambiente. Então isso é um diferencial que ajuda

no acolhimento do cliente né? Do hóspede porque ele se sente bem ficando no local limpo, né? Então você está num ambiente limpo, você está com as pessoas que te recebem bem, confortável, tudo, então isso aí é um dos itens também que eles apontam na questão da avaliação, né? Que é a limpeza do *Hostel* ela é bem avaliada, isso ajuda bastante também na recepção deles, né? (Gestor)

Outro fator destacado pelo gestor é a interação entre os hóspedes. Há uma preocupação para que os hóspedes não tenham problemas com nenhum tipo de desavença entre eles. Neste aspecto o gestor aponta atitudes de hospitalidade entre hóspedes no dia a dia do *hostel*:

Mas já aconteceu de a gente está chegando com hóspede e o outro recebe com “bem-vindo”, “tudo bem”? Daí já começa a perguntar “da onde você é?” pronto! e já começa a interação, né? Então isso aí tem bastante. Pessoal que as vezes fica, eles recepcionam bem os outros que estão chegando também. (Gestor)

No período da pandemia de COVID-19 o *hostel* fechou entre março e julho de 2020. Várias medidas de adaptação foram tomadas no retorno de operações do *hostel*, além das medidas sanitárias estabelecidas pela ANVISA. De acordo com o gestor os hóspedes notaram, essas mudanças desde o recepcionar, com a higienização, uso de álcool gel e máscaras, estabelecendo o distanciamento nas áreas em comum, evitando a lotação nos quartos. Contudo, para o gestor, isto não afetou a hospitalidade oferecida aos hóspedes.

Foi solicitado ao gestor que avaliasse a importância das dimensões da hospitalidade propostas no quadro 1, em uma escala tipo *Likert*, de 1 a 10 (sendo 1 = sem importância e 10 = muito importante).

A dimensão “conforto” foi avaliada com 10, sendo destacada como o diferencial do *hostel*, na percepção do gestor itens como limpeza, organização, e o cuidado no preparo e na inclusão do café como cortesia ao hóspede fazem total diferença para que o hóspede sinta-se acolhido e confortável no *Hostel*, assim como ele pontua “Sim. Isso aí totalmente. isso aí é o que a gente mais preza aqui. Esse aí é o dez que é o que é justamente a gente manter tudo limpo, as coisas tudinho organizadas que é justamente pro hóspede se sentir mesmo em casa aqui é isso que a gente faz de diferencial”.

A dimensão “recepção calorosa”, também foi avaliada com 10. O gestor destaca que “a primeira impressão é a que fica”, então nesse sentido, sempre busca-se esse ato no receber, como ele destaca “isso aí é importante é o máximo porque a primeira aquela coisa primeira impressão é a que fica então se você recebe bem se você faz os trâmites direitinhos você mostra todo o *hostel*, se coloca à disposição essa questão do check-in se tem as possibilidade, se não tiver ninguém dormindo, se não for atrapalhar nada.”

A dimensão “interação entre os hóspedes” também foi avaliada com 10, pois o gestor considera que a harmonia e o bem-estar no *hostel* é mais importante: “é muito importante sim, desde que se tenha que ter uma interação respeitosa”.

A dimensão “justiça de preço” é destacada como de máxima importância (10), pois considera que “o valor pago pelo hóspede é compensado no conforto e na qualidade nos serviços, sendo algo que o hóspede não encontra em outro *hostel*”.

A dimensão “personalização” é avaliada com nível de importância 8. Este item é praticado na recepção, sempre que há uma demanda especial, por exemplo, porem dentro do limite que pode ser ofertado.

A dimensão “autenticidade”, é destacada como nível de importância 8, pois é algo que depende muito de cada pessoa que atende, então é algo que depende do contexto, pois para ele, cada funcionário tem sua peculiaridade no atender e no receber.

Já a dimensão “relacionamento especial” é avaliada com nível de importância 5, pois para o gestor “é importante prezar pelo profissionalismo com hospitalidade, mas isso não interfere muito no resultado”.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho buscamos conhecer como a hospitalidade é praticada em um *hostel*, observando a realidade do Tanan Hostel, localizado em São Luís.

Considerando o ponto de vista do anfitrião, gestor do *hostel*, a hospitalidade é praticada quando o *hostel* permite que o hóspede sinta-se em casa, com liberdade para utilizar todos os espaços do *hostel*. As principais atitudes que demonstram esta hospitalidade estão na recepção e atendimento às necessidades do hóspede e no cuidado com a limpeza dos espaços.

Verificou-se que o anfitrião procura agregar valor à hospedagem e incorporá-los na hospitalidade com diversas atitudes, como dicas de passeio para com o hóspede no primeiro momento e também no acolhimento dos hóspedes. Aspectos estruturais também são valorizados pelo anfitrião afim de proporcionar ao hóspede uma hospitalidade de alto nível. Onde é destacado também a capacitação do staff do *hostel*, afim de que os funcionários sempre recebam os hóspedes com eficácia, acolhimento e precisão.

A relação entre hóspedes e funcionários é um fato que agrega valor à hospitalidade, que o que difere de meios de hospedagem como os hotéis é justamente o contato mais estreito e direto entre eles, onde cria-se laços, por vez de amizade, que resultam no conforto do hóspede, onde este sente-se como se estivesse em sua casa em meio aos amigos.

Identificou-se que há sempre uma preocupação com a orientação da equipe para sempre proporcionar o melhor atendimento possível ao hóspede, sobretudo valorizando aspectos estruturais, oferecendo conforto em espaços onde o hóspede pode transitar e se sentir à vontade.

Ao avaliar a importância das dimensões da hospitalidade propostas pelos autores, o anfitrião apontou como dimensões mais importantes: conforto, recepção calorosa, interação entre os hóspedes e justiça de preço.

Analisando as *Online Travel Reviews* dos hóspedes foram identificados principalmente aspectos relacionados às dimensões conforto e autenticidade.

Este trabalho contribui com os avanços nos estudos da hospitalidade, especialmente no contexto dos *hostels*, um tipo de hospedagem que tem características específicas, que o diferencia dos demais. Também traz contribuições gerenciais, pois permite que os gestores e profissionais do setor de hospedagem compreendam quais os aspectos e dimensões são mais importantes para que o hóspede perceba hospitalidade nos *hostels*.

Como limitações destacamos que fora considerado apenas um *hostel como locus, bem como a* não participação de outros profissionais do *hostel*, que também atuam como anfitriões no dia a dia. A impossibilidade de entrevistar os hóspedes diretamente também foi uma limitação.

Como sugestão de agenda de pesquisa indicamos que estudos com esta abordagem possam contemplar outros *hostels* e seus profissionais, que as percepções dos hóspedes sejam verificadas com instrumento específico que identifique as principais dimensões e variáveis da hospitalidade. entrevistar os hóspedes com instrumento de pesquisa específico são sugestões para agenda de pesquisa sobre a temática, para que seja dada mais ênfase nas dimensões e variáveis da hospitalidade nos *hostels*. Por fim, recomendamos que seja investigado a importância de aspectos relacionados à interação entre os hóspedes para a hospitalidade, pois, de alguma forma, um hóspede também pode exercer o papel de anfitrião durante a hospedagem.

## REFERENCIAS

ANDRADE, D. A. C., KIM, J., FISCHMANN, A. Estratégias de inovação no setor de *hostels*: estudo sobre as realidades brasileira e internacional. **Fórum Internacional de Turismo do Iguassu**. Anais..., VIII, Foz do Iguaçu, 2014.

ANDRADE, D. A. C.; POLO, E. F.. Hospitalidade como Recurso Estratégico na Hotelaria: proposição de um modelo teórico-conceitual. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, volume 15, n.02, p. 17-40, dezembro de 2018.

ARIFFIN, A.A.M. Generic dimensionality of hospitality in the hotel industry: A host–guest relationship perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 171– 179, 2013.

AHLS, A. A. D. S. M.; PEREIRA, Y. C. C. *Hostel*: o estado da arte e considerações para futuras pesquisas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 50-65, dez. 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BRASILTURIS. <ABHostels divulga pesquisa sobre mercado de Hostels no Brasil. Disponível em (brasilturis.com.br). Acesso em 7 de outubro de 2021.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. , n. , p. 1-29, maio 2015.

GIARETTA, M. J. **Turismo da Juventude**. Barueri: Manole, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2014.

HEMMINGTON, N. *From service to experience: understanding and defining the hospitality business*. *The Service Industries Journal*, 27 (6), 747–755, 2007.

HENNIG-THURAU, T., GWINNER, K. P., WALSH, G., & GREMLER, D. D. Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52. 2004. doi: 10.1002/dir.10073

HI (HOSTELLING INTERNATIONA).. About Us. **Hostelling International**, 2021. Disponível em: <<https://www.hihostels.com/about-hi/about-hostelling-international>>.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. Tradução de Sônia Midori Yamamoto. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. (eds.). *Hospitality: a social lens*. Amsterdam: Elsevier, 2007.

LASHLEY, C., MORRISON, A (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C., MORRISON, A. (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004

SILVA, Stephanie Ciqueira. **Jangada *Hostel*: uma proposta de hospitalidade aberta.** Trabalho de Conclusão de Curso. Departamento de Arquitetura, Urbanismo e Design. Universidade Federal do Ceará. .2019.

TANAN *Hostel*. Disponível em: <https://tananhostel.com.br/>

UNWTO. **Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel.** Madrid: United Nations World Tourism Organization, 2008.

YIN, Robert k. **Estudo de caso planejamento e métodos.** Tradução Daniel Grassi- 2.ed. Porto Alegre, 2001.