

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO
CURSO DE TURISMO**

**HOSTEL: ANÁLISE DAS EXPERIÊNCIAS EM SÃO PAULO; ESPAÇO 946
HOSTEL-BAR**

MANAUS

2018

JÉSSICA THAÍS LIBÓRIO DE SOUZA

**HOSTEL: ANÁLISE DAS EXPERIÊNCIAS EM SÃO PAULO; ESPAÇO 946
HOSTEL-BAR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Turismo, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas- UEA.
Orientadora: Lúcia Cláudia Barbosa Santos.

MANAUS

2018

FICHA CATALOGRÁFICA

SOUZA, Jessica Thais Libório de.

HOSTEL: ANÁLISE DAS EXPERIÊNCIAS EM SÃO PAULO; ESPAÇO 946
HOSTEL-BAR/JÉSSICA THAÍS LIBÓRIO DE SOUZA – Manaus, 2018.

53f.

Orientadora: Lucia Claudia Barbosa dos Santos
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Universidade do Estado do
Amazonas- UEA. Graduação em Turismo.

1. Introdução – Problematização – TCC. 2. Processo Histórico do
hostel - TCC. 3. Percepção sobre o mercado de hostel – TCC. 4. Metodologia
– TCC. 5. Resultados – TCC.

JÉSSICA THAÍS LIBÓRIO DE SOUZA

**HOSTEL: ANÁLISE DAS EXPERIÊNCIAS EM SÃO PAULO; ESPAÇO 946
HOSTEL-BAR**

Trabalho apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas.

Nota final: _____

Banca Examinadora

Lúcia Claudia Barbosa Santos, Esp
(Orientadora)

Márcia Raquel Cavalcante Guimarães, Ma.

Maria Adriana Sena Bezerra Teixeira, Dra.

DEDICATÓRIA

Dedico aos meus pais pelo apoio nos estudos como também na vida. Aos meus amigos Thalya, Anderson, Andreza e Heloísa pelo apoio e incentivo nessa caminhada.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais por sempre me apoiarem e me oferecem a melhor educação. E por serem os melhores amigos e pais desse mundo.

Agradeço a todos os meus amigos, em especial Anderson e Andreza por sempre estarem ao meu lado, me ajudando e incentivando tanto na faculdade como na vida.

Agradeço a todos os professores que estiveram presentes durante essa caminhada, em especial a minha orientadora, Maria Adriana, ou como é chamada carinhosamente, Paixão. Além de ser uma profissional incrível, é uma grande amiga. Obrigada por todas as suas orientações e, acima de tudo, pela inspiração e pela lição de vida, por me mostrar que eu sou capaz de conquistar grandes feitos.

E por fim, agradeço de todo o coração pela equipe do Espaço 946 Hostel - Bar por terem me recebido tão bem. Vocês fizeram o sucesso da minha pesquisa. Muito obrigada.

EPIGRAFE

“A vida é arte do encontro. Embora haja tanto desencontro na vida”.

Vinícius de Moraes (1965).

RESUMO

O trabalho tem como objetivo geral, identificar quais as principais experiências adquiridas por um hóspede em um *hostel*. Em relação aos objetivos específicos estes são descrever o perfil das pessoas que se hospedam em um *hostel*, pesquisar experiência de hospedagem em *hostel*, avaliar as principais atividades culturais desenvolvidas no *hostel* e examinar a relação entre visitados e visitantes. Quanto à metodologia a forma de abordagem foi qualitativa e quantitativa. Os objetivos explicativos foram descritivos e exploratórios. A pesquisa aconteceu no município de São Paulo em razão da capital ter sido o segundo lugar a possuir *hostel* no país, o primeiro foi no município do Rio de Janeiro no ano de 1961, que foi por meio do casal Trotta que teve seu início no país. A pesquisa foi de grande importância, pois ajudou a pesquisadora a entender o sucesso do *hostel* tanto com os turistas como no mercado e também devido ser uma linha de pensamento nova, não possui muitos estudos sobre, portanto o presente estudo servirá como base para próximas pesquisas. Os resultados obtidos concluíram que o *hostel* é um ambiente onde lazer e educação andam juntas e que é um lugar propício para novas experiências, sendo em conhecer pessoas e culturas novas quanto se descobrir e ter tudo isso por um preço acessível.

Palavras-Chaves: *Hostel*. Experiências. Hóspedes. São Paulo

ABSTRACT

The general objective of the work is to identify the main experiences acquired by a guest in a hostel. In relation to the specific objectives these are to describe the profile of the people who stay in a hostel, research hostel experience in accommodation, evaluate the main cultural activities developed in the hostel and examine the relationship between visited and Visitors. As to the methodology the method of approach was qualitative and quantitative. The explanatory objectives were descriptive and exploratory. The research happened in the municipality of São Paulo because the capital was the second place to own hostel in the country, the first was in the municipality of Rio de Janeiro in the year 1961, which was through the couple Trotta that had its beginning in the country. The research was of great importance, because it helped the researcher to understand the success of the hostel both with tourists and in the market and also because it is a new line of thought, does not have many studies on, so this study will serve as the basis for Next polls. The results obtained concluded that the hostel is an environment where leisure and education go together and that it is a suitable place for new experiences, being in meeting people and new cultures as if discovering and having it all for an affordable price.

Keywords: *Hostel*. Experiences. Guests. São Paulo.

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1: Gênero dos hóspedes..... | 40 |
| Gráfico 2: Idade dos hóspedes..... | 41 |
| Gráfico 3: Tempo de permanência dos hóspedes..... | 41 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Primeiro Hostel..... | 19 |
| Figura 2: Fundador do primeiro Hostel..... | 20 |
| Figura 3: Fundadores do primeiro Hostel no Brasil | 22 |
| Figura 4: Frente do Espaço 946 Hostel-Bar | 34 |
| Figura 5: Área do bar | 35 |
| Figura 6: Área da sinuca | 35 |
| Figura 7: Sala de estar do Hostel..... | 35 |
| Figura 8: Recepção do Hostel..... | 35 |
| Figura 9: Dormitório feminino | 35 |
| Figura 10: Cozinha | 35 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1 INTRODUÇÃO | 14 |
| 1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA..... | 14 |
| 1.2 JUSTIFICATIVA | 16 |
| 1.3 OBJETIVOS | 17 |
| 2 PROCESSO HISTÓRICO DO HOSTEL | 19 |
| 2.1 Historicidade dos Hostels no Brasil | 21 |
| 2.2 Características dos Hostels..... | 23 |
| 3 PERCEPÇÃO SOBRE O MERCADO DE HOSTEL | 26 |
| 3.1 Hostel e Turismo Social..... | 27 |
| 4 METODOLOGIA | 29 |
| 4.1FORMA DE ABORDAGEM | 29 |
| 4.1.1 Quanto ao genero de abordagem de pesquisa | 30 |
| 4.2 OBJETIVOS METODOLÓGICOS | 31 |
| 4.3 AMOSTRA..... | 31 |
| 4.4 TAMANHO DA AMOSTRA..... | 32 |
| 4.4.1 Critérios de inclusão..... | 32 |
| 4.4.2 Critérios de exclusão..... | 32 |
| 4.4.3 Variáveis de estudo..... | 32 |
| 4.5 COLETA DE DADOS..... | 33 |
| 4.5 ANÁLISE DE DADOS..... | 34 |
| 4.6 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS | 35 |
| 4.7 MÉTODOS | 35 |
| 5 RESULTADOS | 37 |
| 5.1 DESCRIÇÃO DO PERFIL DAS PESSOAS QUE SE HOSPEDAM EM UM HOSTEL..... | 40 |
| 5.2 EXPERIENCIAS DE HOSPEDAGEM NO HOSTEL..... | 42 |

| | |
|---|-----------|
| 5.3 AVALIAÇÃO DAS PRINCIPAIS ATIVIDADES CULTURAIS | 43 |
| 5.4 PERCEPÇÃO DA RELAÇÃO ENTRE VISITADOS E VISITANTES | 43 |
| 5.5 DISCUSSÃO | 44 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 45 |
| REFERÊNCIAS | 47 |
| APÊNDICE A | 51 |

1 INTRODUÇÃO

O estudo proposto busca apresentar um segmento do meio de hospedagem hoteleiro que vem crescendo nas grandes capitais do Brasil, como São Paulo, o *Hostel*, que segundo o dicionário Cambridge tem origem da língua inglesa e no Brasil tem como tradução a palavra: albergue, que significa um meio de hospedagem mais barato e simples, procurado especialmente por jovens. O trabalho irá tratar da experiência adquirida pelo turista ao se hospedar em um *hostel*. Tendo em mente a troca de “bagagem cultural” entre o anfitrião e o receptor.

Percebe que os *hostels* estão diretamente ligados ao público mais jovem, visto que são os que mais buscam essa alternativa de hospedagem, principalmente os chamados mochileiros. Que buscam essa troca de conhecimentos culturais.

Na Idade Média, a hospedagem era feita em mosteiros¹ e abadias². Nessa época, atender os viajantes era uma obrigação moral e espiritual. Mais tarde, devido à chegada da nobreza, a hospedagem era exercida pelo o Estado, que utilizavam de seus palácios ou de suas próprias instalações militares e administrativas para receberem visitantes. Os viajantes que não tinham um poder aquisitivo maior, precariamente, eram atendidos em albergues e estalagens. Com a Revolução Industrial e a expansão do capitalismo, a hospedagem passou a ser tratada como uma atividade estritamente econômica a ser explorada comercialmente. Os hotéis mais desenvolvidos em questão de *staff*, formados por gerentes e recepcionistas, surgiram somente no início do século XIX. (ANDRADE, 2007).

Mas foi só após a Segunda Guerra Mundial, que o turismo passa a ser uma atividade econômica significativa, principalmente para os países desenvolvidos, nos quais havia crescimento e ampliação da renda da população, o que gerava mais disponibilidades de tempo e recursos para o lazer (ANDRADE, 2007).

O processo de globalização, além de gerar um aumento dos fluxos de viagens regionais e internacionais, ampliou de forma rápida o setor de lazer e turismo e

¹**Mosteiro** é uma construção suntuosa, onde vivem em comunidade os **membros de ordens religiosas**. Mosteiro era o local para onde os monges se retiravam da vida mundana e viviam como eremitas, num regime de flagelações e jejuns prolongados.

²**Abadia** (em latim: *abbatia*; deriva do aramaico *abba*, "pai") é uma comunidade monástica cristã, originalmente católica ("casa regular formada"), sob a tutela de um abade ou de uma abadessa, que a dirige com a dignidade de pai (ou madre) espiritual da comunidade.

gerou melhorias nos sistemas de transporte e comunicação. Observa-se que o desenvolvimento dos meios de transporte auxiliou no desenvolvimento dos meios de hospedagem, pois conforme o homem ia deslocando surgia à necessidade da criação de acomodações que pudessem suprir suas necessidades.

O desenvolvimento dos meios de transporte auxiliou no desenvolvimento dos meios de hospedagem, pois conforme o homem ia deslocando surgia à necessidade da criação de acomodações que pudessem suprir suas necessidades. Sobre estes locais destaca-se que eram lugares simples, com acomodações rústicas, mas que eram acolhedoras.

O primeiro *hostel* estabeleceu-se na Alemanha, no qual pertencia a rede hoteleira *Hosteling International*³, que consolidou sua fama oferecendo hospedagem e serviços por uma tarifa econômica. (SATYRO, 2006). Foi a partir desse novo segmento hoteleiro que surgiu uma nova clientela, os famosos “*backpackers*” que começam a ganhar grande credibilidade no mercado internacional no que diz respeito ao turismo jovem.

No Brasil são 90 *hostel* filiados à marca *hostelling international* e albergues da juventude são representados pela federação brasileira de albergues da juventude, sendo, portanto, necessário sua autorização para a abertura de um *hostel*, que deverá atender a alguns critérios: localizar-se em cidades que possuam atrativos turísticos; o imóvel localizar-se em local de fácil acesso, além de ser construído ou adaptado exclusivamente para a utilização permanente do *hostel*; recepção 24 horas e sistema de reserva. (MARINHO & SILVA, 2013).

Quando se trata do aspecto social, recorda-se que os *hostels* são considerados ambientes para promover a paz e o entendimento, fomentar a cultura e a educação através do turismo. Existem alguns trabalhos que tratam do perfil do viajante e suas intenções, mas nenhum que analise as experiências obtidas nesse espaço. Neste sentido, este trabalho se faz importante em virtude da necessidade de pesquisar: ***Quais as principais experiências adquiridas por um hóspede em um hostel em São Paulo?***

O mercado, em resposta a diversidade das demandas, assim como a

³*Hostelling International*, rede hoteleira alemã que se consolidou oferecendo hospedagem e serviços por uma tarifa econômica.

competição com outros estabelecimentos concorrentes na captação dos hóspedes, fez surgir, ao longo do tempo, muitos tipos de hotel, com características próprias em função da sua localização e do segmento do mercado ao qual estão voltados.

Com isso, novos meios de hospedagem têm surgido, e os mais antigos passaram a oferecer novos produtos, visando ampliar ou, pelo menos, manter sua participação no mercado.

Beni (2008) classifica os meios de hospedagem como hoteleiros e extra-hoteleiros; já Giaretta (2003) denomina esses últimos de meios de hospedagem alternativos, que se caracterizam como aqueles que possuem a finalidade de complementar a oferta turística, através de opções mais baratas de alojamento, variação na prestação de serviços e pequenos empreendedores. Dessa forma, os meios de hospedagem alternativos, como os *hostels*, surgem para atender um turismo com características que se opõem ao turismo de massa ou convencional.

Para Saraiva (2013), os albergues fazem parte da oferta de alojamento turístico econômico (budget), que, nos últimos anos, têm passado por uma evolução quantitativa e qualitativa, no que tange sua oferta e demanda. *A World Tourism Organization* (2012) enfatiza a importância do mercado jovem, no turismo internacional; o albergue, meio de hospedagem mais utilizado pelo segmento, tem vindo a se adaptar às especificidades desse novo turismo, e, atualmente, essa parte da oferta apresenta-se crescentemente empenhada em satisfazer seu público-alvo.

De acordo com pesquisas recentes, a *geração Y*⁴ está priorizando cada vez mais as interações sociais e aventuras compartilhadas com novos amigos em comparação com a média da população viajante. Isso acontece porque os hóspedes estão em busca de preços mais baixos, localizações convenientes, boa qualidade/preço e oportunidades para conhecer outros viajantes; (ESTADÃO, 2017)

Nesse cenário, os *hostels* surgem como uma alternativa emergente. Além de serem mais baratos que hotéis, geralmente oferecem um ambiente propício para a interação social e novas amizades.

Vale destacar que a criação deste estudo partiu em razão de saber quais são as principais trocas de experiências e conhecimentos que um turista adquiriu dentro de um *hostel*, tendo em mente que essa necessidade de conhecer outras

⁴Jovens nascidos nos anos de 80 e 90.

culturassob essa nova ótica que gerou o crescimento desse segmento no país. E que mesmo na crise, encontrou uma solução criativa para atrair mais hóspedes. "Os que não fecharam estão se qualificando cada vez mais para passar por essa crise", diz Carla, diretora da Associação de Café e Cama e Albergues do Estado do Rio de Janeiro (Rio Host). Ela conta que os *hostels*, também, têm apostado em serviços como cobrar pelo uso da piscina e das instalações, além de realizar festas de aniversário e casamentos. (AGÊNCIA BRASIL, 2017).

No que concerne ao curso de turismo e hotelaria é pertinente à pesquisa em razão de ser um novo objeto de estudo para os profissionais da área, visto que foge do padrão de pesquisa sobre hotelaria e pode contribuir como material de pesquisa na área do turismo para estudiosos que se identificam com esse segmento, pois ainda são poucas as publicações nesse tipo de setor.

Para a pesquisadora é interessante em razão de ser um campo pouco explorado, tendo poucas publicações referentes ao assunto, podendo assim contribuir para as futuras pesquisas na área.

Entende-se por objetivo a busca de solução para um problema, a explicação para um determinado fenômeno ou, simplesmente, novos conhecimentos que venham a enriquecer os já existentes sobre um determinado tema.

O objetivo geral é o próprio problema científico redigido de uma maneira diferente, isto é, com um verbo que expresse ação no modo infinitivo (analisar, comparar, demonstrar e etc.) A leitura e a redação do trabalho devem seguir rigorosamente o objetivo geral que expressa à finalidade do trabalho. (BOAVENTURA, 2012, p.42).

Os objetivos específicos indicam etapas intermediárias que levarão ao objetivo geral, portanto, nascem dele. São etapas que precisam percorrer para finalizar o objetivo geral. Redigidos do mesmo modo: verbos de ação no infinitivo (BOAVENTURA, 2012, p.42).

Ressalta se que **o objetivo geral** do estudo é identificar quais as principais experiências adquiridas por um hóspede em um *hostel na cidade de São Paulo*.

Em analogia com o objetivo geral foi criado **os objetivos específicos** tais como: Descrever o perfil das pessoas que se hospedam em um *hostel*; Pesquisar experiência de hospedagem no *hostel*; Avaliar as principais atividades culturais

desenvolvidas no *hostel*; Examinar a relação entre visitados e visitantes.

Destaca-se que são os principais conceitos teóricos necessários ao desenvolvimento de um trabalho, é o suporte teórico para os estudos, análise e reflexões, sobre os dados e/ou informações coletadas.

Segundo Köche (2003, p. 132):

“A revisão da literatura é feita buscando-se nas fontes primárias e na bibliografia secundária [...]. Essas fontes de consulta podem ser obras publicadas, livros, monografias, periódicos especializados e documentos e registros existentes em institutos de pesquisa.”

No que refere à forma de abordagem do estudo é qualitativo quantitativo e os objetivos metodológicos são exploratórios e descritivos.

O trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos, sendo que **o primeiro capítulo** é uma introdução com uma breve apresentação da pesquisa.

O segundo capítulo aborda a respeito sobre a historicidade do *hostel* e suas características.

O terceiro capítulo sobre o Mercado de *hostel* e o turismo social no turismo jovem.

O quarto capítulo a metodologia usada na pesquisa **e o quinto capítulo** relata sobre os resultados encontrados durante a pesquisa de campo, e as considerações finais.

2 PROCESSO HISTÓRICO DO HOSTEL

Para o autor Andrade (2004), os *hostels* foram criados no intuito de servir às metas do turismo social e oferecem hospedagem aos seus associados sem discriminação de idade. Funcionam em mais de 60 países, segundo normas e regulamentos locais e atuam tanto para estadas prolongadas como para simples pernoite. A qualidade e os aspectos de sua construção variam de acordo com o nível socioeconômico do país ou da região em que se situam. No entanto, a alimentação que oferecem é de boa qualidade e a diária bem mais barata que nos estabelecimentos hotel.

Através do autor acima, se compreende que o conceito de *hostel* surgiu na Alemanha, em 1884, com *Guido Franz Rotter*, e atendia, em seu início, apenas 2% dos alunos alemães. Em 1909, *Richard Schirrmann* fundou a *Deutsches Jugendherbergswerk*, cuja tradução livre significa Associação Alemã de Albergues da Juventude. Ele avaliava que as viagens eram mais um método de ensino, e imaginou que as próprias escolas podiam ser aproveitadas como alojamento, no período de férias. Atualmente, o albergue mais antigo ainda em funcionamento do Mundo é o Altena, de 1912, que contava, em seu início, com dormitórios, cozinha e banheiros separados por gênero.

Figura 1: Burg Altena, o primeiro hostel.



Fonte: <http://www.porquenaotravels.com/2013/05/burg-altena-alemanha-lugar-do-primeiro.html>

Lima (2015) cita que foi *Richard Schirrmann*, um professor alemão o responsável pela criação do primeiro *hostel*. A ideia de sua criação surgiu de uma experiência vivida por ele e seus alunos, que durante uma de suas viagens foram pegos de surpresa por uma forte tempestade, e por isso tiveram que se abrigar em

uma escola, o professor passou então a ter uma ideia, usar as escolas durante as férias como alojamento.

Figura 2: Richard Schirman (1874- 1961), fundador do primeiro *hostel*.



Fonte: <https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Jugendherbergen>

O autor explica que no final da década de 20, o alberguismo se difundiu por toda a Europa. Nesta época, houve uma verdadeira explosão de *Hostels*, que se espalharam por todo continente. Em 1927, foram criados *Hostels* na Suíça e na Polônia; em 1929, na Holanda; em 1930, na Inglaterra, Noruega e França, e, em 1931, na Irlanda, Bélgica e Escócia.

Durante a Segunda Guerra Mundial, o movimento permaneceu estagnado e muitos *Hostels* foram destruídos. Em 1945, ao final do conflito, os mesmos começaram a ser restaurados e o movimento passou a ser considerado como uma forma de reintegração da juventude europeia. Só em 1934 o alberguismo chegou ao continente americano, mais especificamente nos Estados Unidos. Quatro anos depois, o Canadá também passou a integrar a rede de *Hostels*. A Argentina (1956) e o Uruguai (1958) foram os primeiros países sul-americanos a fazer parte do movimento. Ambos, inclusive, trabalharam pela expansão da rede na América e abriram as portas para o ingresso de Chile, Peru, Colômbia, Bolívia, Equador, Costa Rica, El Salvador e Brasil. (APAJ, 2017).

2.1 Historicidades dos hostels no Brasil

No Brasil, os primeiros *hostels* surgiram nos anos 1961, no Rio de Janeiro (1965) e São Paulo (1966). Em 1979, *Miguel Colassuono*, então presidente da Empresa Brasileira de Turismo, atual Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR incluiu-os nas diretrizes do turismo social. Nos anos 1980, a EMBRATUR elaborou o Plano Nacional de Albergues da Juventude, provendo apoio a empreendedores interessados em abrir novas unidades. Além disso, houve a elaboração de um regulamento comum a todos eles, que abordava questões como a acolhida de jovens de todo o Mundo, a natureza permanente ou temporária do empreendimento e alguns pré-requisitos para seu funcionamento – sala comum, dormitórios, banheiros com duchas, local para guardar bagagem e cozinha (GIARETTA, 2003).

Percebe-se que o mercado de albergues teve crescimento expressivo apenas nos últimos anos, no Brasil; até os anos 2000, haviam apenas iniciativas isoladas, salvo em destinos turísticos específicos, a exemplo do Município do Rio de Janeiro. (SILVA; KOHLER, 2015). Atualmente, esses números aumentaram já se pode encontrar *hostels* nas grandes cidades do Brasil, isso se deve a crescente demanda que vem em busca desse meio alternativo de hospedagem, já que o *hostel* além de ser uma alternativa de hospedagem mais em conta que um hotel, proporciona experiências únicas para o viajante que está em busca de uma vivência mais realista com a cultura local.

Crê que outro ponto importante é o crescimento da oferta de albergues, que veio no pós Segunda Guerra Mundial, que atualmente, organizam-se através da *Hostelling International*. Essa federação reúne quase 100 associações nacionais, estando presente no Brasil, desde 1971, quando foi criada a Federação Brasileira dos Albergues da Juventude, atual *Hostelling International* Brasil. Há cinco associações estaduais filiadas à HI Brasil – Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná –, além de unidades espalhadas por outras unidades da federação. (KIKUMOTO, 2009).

Os *Hostels* chegaram ao Brasil em 1961, através do casal de educadores cariocas Joaquim e Ione Trotta, que trouxeram a ideia para o país depois de terem visitado um albergue na França, em 1956. O primeiro *Hostel* brasileiro recebeu o

nome de "Residência Ramos" e foi instalado no bairro de Ramos, no Rio de Janeiro. Permaneceu aberto de 1965 a 1973. Neste mesmo período, funcionavam no estado de São Paulo dois *Hostels*, um na Capital e outro em Campos do Jordão, que foram fechados pelo Governo Militar sob a alegação de reunir jovens universitários. (FBAJ, 2018).

Figura 3: Fundadores do primeiro hostel no Brasil



Fonte: Lima (2015)

Em 1971 foi fundada a Federação Brasileira de Albergues da Juventude (FBAJ), com sede no Rio de Janeiro, e em 1984 a Associação Paulista de Albergues da Juventude (APAJ), que durante a gestão de Franco Montoro à frente do Governo de São Paulo recebeu apoio significativo, inclusive com a doação de quatro imóveis – um em Campos do Jordão, um em Pindamonhangaba (ambos usados anteriormente por funcionários da Estrada de Ferro Campos do Jordão), um imóvel em Ubatuba e uma casa no Parque Estadual do Jaraguá, que foi habitada pelo bandeirante Afonso Sardinha. No início de 1986, João Dória Júnior assumiu a presidência da Embratur e incentivou o trabalho dos *Hostels*, tornando-os conhecidos em todo o Brasil. O Brasil possui mais de 60 albergues credenciados pela Federação Brasileira de Albergues da Juventude, que estabelece metas e diretrizes de desenvolvimento para suas afiliadas e mantém contatos com as demais federações do mundo. (FBAJ, 2018).

Percebe-se o quão difícil foi para os primeiros albergues se instalarem tanto na Europa quanto no Brasil, ambos tiveram sua filosofia mal interpretada em seus

países de origem. Atualmente o *hostel* já possui reconhecimento tanto nacional como internacional. (FBAJ, 2018). O *hostel* se enquadra no turismo alternativo, pois segundo o autor Giaretta, (2003, p.63).

Os praticantes dessa modalidade utilizam serviços rústicos e transporte públicos e buscam a vivência da cultura da comunidade. Também preferem a hospedagem de pequeno porte, de pequenos empreendedores e com características simples.

Percebe-se que o avanço da tecnologia, junto com o sistema de internet foi uma grande ajuda para os empreendedores desse ramo. Logo que com o sistema online ficou mais fácil fazer reservas, fazendo assim o negócio de *hostel* expandir.

2.2 Características dos hostels

É considerado um meio de hospedagem alternativo, pois segundo Giaretta (2003, p.64) é:

Meio de hospedagem não convencional que complementa a oferta de leitos nos destinos turísticos, e tem como característica ser mais econômica que a hospedagem convencional, apresentando grande variação quanto sua prestação de serviços. É de propriedade de pequenos empreendedores e conta com um leque composto de: albergues da juventude, camping, acampamentos [...].

Destaca-se que *Hostel* tem como características um meio de hospedagem de preços baixos, com leitos simples geralmente coletivos, e serviços de lavanderia e cozinha compartilhada.

Visualiza que ao longo dos anos, *hostels* se tornaram sinônimo de hospedagem barata e com poucos recursos. Por muito tempo essa foi a realidade. No entanto, o estudo mostra que a indústria vem se aperfeiçoando e se adequando às demandas do público frequentador. Essas exigências culminaram no aumento do número de quartos-dormitório. A Geração Y, em geral, é o tipo de gente a se encontrar nestas hospedagens (70% do total). Ela prioriza cada vez mais as interações sociais e aventuras compartilhadas com novos amigos em comparação

com a média da população viajante. (PANROTAS, 2016).

Segundo pesquisas feitas *online*, os viajantes que se hospedam em *hostels* realizam mais viagens em todos os mercados do que qualquer outro tipo de turista e eles são mais propensos a ir para o Exterior. Engana-se quem acredita que é um público que vai acrescentar pouco à economia. O estudo mostra que, mesmo com uma renda média global menor, o público de *hostel* gasta em níveis semelhantes ou até maiores do que a população viajante em geral e costumam ficar mais tempo nos locais que visitam. (PANROTAS, 2016).

Apesar de mais abertos a experiências alternativas, eles exigem certos confortos em troca. Por isso, cresce o número de *hostels* que fornecem *wi-fi* gratuito, comida e bebidas no local, serviços de limpeza diária, eventos sociais, aluguel de bicicletas, bibliotecas e salas de TV. Há lugares em que oferecem a opção de quartos privativos, só para mulheres só para homens ou misto, sala de TV e outros cômodos, isso dependendo do tamanho do lugar. (PANROTAS, 2016).

Avalia-se que atualmente a indústria represente US\$ 5,2 bilhões em receita de hospedagem. No Brasil, houve um grande crescimento nos últimos cinco anos. No total, a oferta brasileira de *hostels* é composta por mais de 750 estabelecimentos. (ESTADÃO, 2017).

Segundo a federação Brasileira e a Paulista de Albergues da Juventude (2017) as diárias variam em torno de R\$ 20,00 a 70,00 reais, na baixa estação. Podendo aumentar de preço conforme o período de alta estação, o custo de vida do local e a estrutura.

Marques e Kanegae (2013) ressaltam que atualmente vem surgindo novos tipos de *hostel*, como o *hostel boutique*, *hostel design*, o primeiro tem origem nos hotéis *boutique*, prezam pela decoração do lugar, a qualidade do serviço e a capacidade do lugar. Enquanto isso o *hostel design* abrigam um grande número de leitos, porém é um empreendimento com ambiente planejado. Tanto o *hostel design* como o *hostel boutique* já são comuns na Europa.

Ressalta-se que a busca por um serviço de qualidade assim como novos serviços são preocupações constante neste mercado, a busca por algo novo e mais acessível, mas sem perder suas características.

Assim, como na hotelaria tradicional, os *hostels* também buscam oferecer

novos serviços aos seus clientes, por isso as instalações buscam ser cada vez maiores, e sua localização ser bem localizada. A maioria dos donos opta por se estabelecerem nos centros da cidade, por conta da facilidade de locomoção. E também pelo fato de o centro ter mais opções culturais, tipo shows, exposições que é o que o turista busca. Alguns proprietários até pegam ideias de muitos eventos e acabam realizando no seu espaço no intuito de fazer com os hóspedes tenham uma relação melhor, tendo assim uma interação melhor entre eles.

3 PERCEPÇÃO SOBRE O MERCADO DE HOSTEL

Para os autores Silva e Kohker (2017), os albergues são a parte mais visível, material e simbólica da cultura mochileira. Quase sempre, fazem parte do roteiro turístico, funcionando como um marco referencial para o planejamento da viagem, além de configurarem a própria identidade desejada. Eles estão tornando-se cada vez mais comuns, e existe a hipótese de que nasceram juntos e mantêm o turismo mochileiro (O'REGAN, 2010), constituindo-se em um ponto de referência para o desenvolvimento desse segmento.

O autor explica que esse meio de hospedagem não é frequentado, necessariamente, por indivíduos semelhantes, mas por pessoas que compartilham certo conjunto de valores, convenções e padrões de movimento, envolvendo o contato direto com outros turistas, e fazendo parte de uma comunidade que se identifica através de características em comum – daí a noção de fazer parte de um grupo maior, de uma rede. Um albergue que não tenha mochileiros parece estranho; compromete-se o próprio compartilhamento da experiência que se almeja ter com outros viajantes.

Atualmente, o público do *hostel* não são apenas mochileiros, devido à expansão desse segmento hoteleiro, outros perfis de turista começaram a procurar por esse meio de hospedagem alternativo. Maioria são jovens universitários, pessoas entre seus 25 e 30 anos, que querem ter a experiência de estarem vivendo a cultura local da forma mais simples e reconfortante. Além do mais sua crescente demanda se deve ao fato de ser uma alternativa mais econômica para aqueles que não querem gastar muito com um hotel, mas que querem os mesmos serviços.

Segundo Saraiva (2013), os *hostels* caracterizam-se, também, por se diferenciarem da hotelaria convencional, uma vez que sua oferta enfatiza seus espaços sociais e a partilha de dormitórios, com tarifas reduzidas. No início, sua oferta esteve vinculada aos princípios do turismo social; hoje, ela já extrapola isso, tendo seus próprios princípios e características. Uma delas é promover a consciência social e mostrar a importância da cidadania para a convivência. Isso mostra que eles não focam somente na parte de socialização do hóspede, mas também em seu desenvolvimento pessoal e o sentido da autodisciplina que se consegue vivendo diferentes experiências, fazendo que o hóspede se sinta obrigado

a tomar decisões por si só e que aprenda com as consequências.

3.1 Hostel e o Turismo Social

O objeto do estudo é correlacionado ao turismo social por razão de o turismo social ter na sua essência as experiências obtidas por meio do turismo. E o Espaço 946 Hostel-Bar proporciona isso justamente pelo âmbito social presente tanto nos colaboradores como nos espaços do local.

A relação entre o *Hostel* e o Turismo Social se dá a partir das facilidades em possibilitar a prática do turismo em forma sustentável para pessoas que não teriam condições de usufruir do turismo convencional, ou para pessoas que buscam esse tipo mais sustentável em prol das experiências únicas que ali vai ter. Promovem de forma descontraída intercâmbios de viagens e culturais entre os hóspedes de diversas nacionalidades. Os hostels possibilitam um acesso à prática da viagem em função das seguintes razões:

- Viajar sozinho, mas não ficar só durante a viagem;
- Encontrar na viagem pessoas da mesma idade;
- Possibilidade de fazer novos amigos;
- Realizar troca de cultura, experiência, informações sobre as necessidades e desejos comuns;
- Viajar por mais tempo, gastando menos;
- Lugar adequado para o desenvolvimento comunitário, fomentando o respeito e desenvolvimento das pessoas;
- Propício a aprendizagem adquirindo educação pelo lazer;
- Prática de aventura, mas com uma grande dose de segurança;
- Autoconhecimento;
- Tolerância;
- Conhecimento dos destinos e interação com a comunidade local;

O Comitê de Turismo Social da Organização Européia de Cooperação Econômica, o turismo é por si só uma atividade social, não importando qual a sua

motivação (negócios, religião, cultura). O turismo resulta da interação social permanente de estímulo contra estímulo de cultura em busca de cultura ou ela em choque até mesmo impulso de ascensão social, acomodando-se ou sobrepujando o homem contra o próprio homem. (FERREIRA, 1996).

O conceito de hospitalidade genuína refere-se ao ato de receber, acolher estranhos e/ou prestar serviços a alguém sem qualquer expectativa de uma recompensa (GOTMAN, 2011; MONTANDON, 2011). Pode-se colocar a hospitalidade como o compartilhamento do espaço, do território, o ato de dar e receber o espaço/serviço privado a um estranho (DIAS, 2002). A hotelaria, um dos componentes fundamentais do turismo, reside na hospitalidade, tida também como essencial para esse fenômeno (NETTO, 2010), tendo em vista que a hotelaria é a materialização da ideia de hospitalidade. O *hostel* acaba sendo um ótimo exemplo da real essência da hospitalidade. Pessoas de todos os países, estados em um único lugar compartilhando conhecimento geral e pessoal faz com que a hospitalidade não seja somente o ato de receber bem, mas sim também de escutar e respeitar a diferença, sendo étnica, cultural ou intelectual.

A experiência que adquire dessa hospitalidade geralmente parte de como era o ambiente, se a comida era boa, se foi bem recebido, se as pessoas foram legais. Em muitos casos, os turistas voltam não só pelo lugar em si, mas sim pela boa estadia que tiveram naquele *hostel*.

4 METODOLOGIA

Neste tópico se procura mostrar as etapas de pesquisa que a pesquisadora irá realizar para atingir o seu objetivo geral, pois se entende que é a melhor forma de mostrar o processo até os resultados.

Esta etapa mostra veracidade do autor quanto aos passos da pesquisa. Isto porque, a metodologia deve está associada aos objetivos do estudo e seu processo de coleta de dados.

Por meio do autor Ludwig (2009) se entende que a pesquisa científica, normalmente, leva o pesquisador a pensar de forma mais racional que consequentemente permite avançar o estudo com sucesso por um determinado período de tempo até que outro pesquisador prove ao contrário.

Tatim e Diehl (2004) mencionam que a metodologia pode ser definida como o estudo e a avaliação dos diversos métodos, com o propósito de identificar possibilidades e limitações no âmbito de sua aplicação no processo de pesquisa científica. Pois se entende que a metodologia permite a escolha da melhor maneira de abordar determinado problema, integrando os conhecimentos a respeito dos métodos em vigor nas diferentes disciplinas científicas.

4.1 FORMAS DE ABORDAGEM

A forma de abordagem do estudo é qualitativa em razão do estudo procurar entender as principais experiências que um hóspede tem em um *hostel*, sendo assim não buscando números.

O autor Michel (2009) declara que a análise qualitativa é fundamental na pesquisa em ciências sociais, pois necessita de uma avaliação robusta e consistente de seus termos, ao invés da comprovação matemática ou estatística de suas realidades.

Ratifica-se como qualitativo por visar os relatos dos empreendedores dos hostels e dos hospedes. Isto porque não se preocupa com representativa numérica,

mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização e outros (FANTINATO, 2015).

Para Goldemberg (1999) a pesquisa qualitativa é uma técnica específica, mas uma análise holística onde se procura reunir o maior número de informações detalhadas, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de aprender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto. Todavia, através de um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado, o estudo de caso possibilita a penetração na realidade social, não conseguida pela análise estatística.

Informa-se que alguns tópicos dos resultados se explanaram de maneira numérica, ou seja, de forma quantitativa. Logo, se explicou abaixo das representações, pois a escolha quantitativa proveio para facilitar a compreensão de alguns fenômenos investigados.

A forma quantitativa os dados analisados podem ser quantificados. Centra-se na objetividade (instrumentos padronizados, neutros, linguagem matemática, relações entre variáveis, etc.). Influenciada pelo positivismo (FANTINATO, 2015).

4.1.1 Quanto ao gênero de abordagem de pesquisa

Constata como *gênero de abordagem teórica*, devido se fazer uma construção teórica dos fenômenos investigados. Para Fantinato (2015), enfatiza que a pesquisa teórica dedicada a (re) construir teoria, conceitos, ideias, ideologias, polêmicas, tendo em vista, em termos imediatos, aprimorar fundamentos teóricos. Não implica intervenção na realidade, mas cria condições para tal intervenção.

Menciona como *empírica* por buscar relatos *in loco* a respeito dos objetivos específicos investigados. Destaca-se que o gênero de abordagem empírico é baseado na experiência comum e na observação; um fato que se apoia somente em experiências vividas (FANTINATO, 2015).

4.2 OBJETIVOS METODOLÓGICOS

Os objetivos metodológicos do presente estudo são pela pesquisa de campo, pelo fato da pesquisadora deseja obter um conhecimento mais real do objeto investigado para coletar dados da vida real e vivências do dia a dia para verificar quais experiências são adquiridas pelos turistas ao se hospedar em um *hostel*.

A pesquisa de campo, no ambiente natural, é particularmente importante na pesquisa social, apropriada para estudos de indivíduos, grupos, comunidades, organizações, sociedades, considerando que, para que a pesquisa social, mais importante que encontrar soluções e explicar os fenômenos, entender realidades, criando significados sociais (MICHEL, 2009).

Outra característica do objetivo metodológico é ser descritiva em razão de buscar explicar o porquê dos fenômenos que estão associados aos seguintes objetivos específicos tais como: Descrever o perfil das pessoas que se hospedam em um *hostel*; Pesquisar experiência de ficar no *hostel*; Avaliar as principais atividades culturais desenvolvidas no *hostel* e Examinar a relação entre visitados e visitantes.

Vale relatar que a **pesquisa descritiva** se propõe a verificar e explicar problemas, fatos ou fenômenos da vida real, com a precisão possível, observando e fazendo relações, conexões, à luz da influência que o ambiente exerce sobre eles. Não interfere no ambiente; seu objetivo é explicar os fenômenos, relacionando-os com o ambiente (MICHEL, 2009).

4.3 AMOSTRA

Entende-se que amostra é não probabilística intencional em razão que o problema partiu da pesquisadora em desvendar melhor a problemática em questão que seria saber as experiências adquiridas pelos hóspedes em um *hostel* e saber se elas são um fator motivacional ou não para a escolha de um destino.

Para os autores Barros e Lehfeld (2007) nesta amostra os elementos já são escolhidos previamente pelo pesquisador. Entretanto não é representativa no universo e, portanto, é impossível a generalização dos resultados da pesquisa.

Destaca-se que os resultados têm validade para o grupo específico selecionado para o estudo.

O tipo de amostragem intencional (número de pessoas que são escolhidas intencionalmente, em função da relevância que elas representam em relação a determinado assunto) (UNOESC, 2006, p. 101).

4.4 TAMANHO DA PESQUISA

A amostra da pesquisa ocorreu no *hostel* Espaço 946 Hostel- Bar, localizado na Rua Ministro de Godói nº 946 no bairro Perdizes em São Paulo. Foi realizada uma entrevista com a proprietária e aplicado questionários com os hóspedes durante um dia. Foram entrevistadas dez pessoas para a realização da pesquisa. A razão pela escolha de São Paulo é relacionada ao fator histórico do *hostel*, já que a capital paulista foi a segunda a implantar o *hostel* no Brasil, sendo a primeira base no município do Rio de Janeiro nos ano de 1961 pelo casal Trotta.

4.4.1 Critérios de Inclusão

Indivíduos maiores de 18 anos, que estejam hospedados no *hostel* como, também, gestores e colaboradores os quais concordaram em participar do estudo por meio da assinatura do Termo de Consentimento livre e Esclarecido.

4.4.2 Critérios de exclusão

Indivíduos menores de 18 anos, que não estejam hospedados no devido empreendimento pesquisado.

4.4.3 Variáveis do estudo

- Sexo: masculino ou feminino;

- Hospedes de *hostel*, os quais possam relatar a experiência dos mesmos neste tipo de estabelecimento de hospedagem. Logo os gestores e colaboradores podem ajudar através das experiências dos mesmos;
- Percepção sobre os objetivos específicos: Descrever o perfil das pessoas que se hospedam em um *hostel*; Pesquisar experiência de hospedagem no *hostel*; Avaliar as principais atividades culturais desenvolvidas no *hostel*; Examinar a relação entre visitados e visitantes;
- Motivação: impulso, estímulo para se alcançar objetivos;
- Percepção da consciência crítica: é o ato de analisar, interpretar, questionar, criar a própria opinião;

4.5 COLETA DE DADOS

Inicialmente a coleta de dados ocorreu por meio de aplicação de questionários e entrevistas não estruturadas.

Michel (2009) salienta que o questionário é um instrumento constituído por uma série ordenada de perguntas de campo fechados e abertos, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Dessa forma as resposta podem ser dadas sem nenhuma influência do entrevistador

O autor ressalta que nas entrevistas não estruturadas o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada; permite explorar mais amplamente uma questão.

O processo de técnicas de coletas de dados vai ocorrer por observação direta intensiva e extensiva *in-loco*, desenvolvido pelos instrumentos mencionados acima.

Michel (2009) que a observação direta possui as seguintes características tais como:

DIRETA INTENSIVA

Observação

- Sistemática e assistemática
- Participante e não participante

- Individual e em grupo;
- Na vida real ou no laboratório

Entrevista

- Estruturada
- Semi-estruturadas
- Painel
- Grupo Focal

Análise de Conteúdo

DIRETA EXTENSIVA

- Formulário;
- Questionário

O uso de questionários e principalmente entrevista foi utilizado justamente para obtenção das experiências vividas em um *hostel*. Foi um método mais direto e eficaz para saber as experiências e poder ter um resultado mais sólido. Também foi necessário para a própria experiência da pesquisadora, já que a mesma também estava vivenciando uma experiência no *hostel*.

4.6 ANÁLISE DE DADOS

Dencker (1998), explica que na tabulação, poderão ser utilizados instrumentos como imagens, quadros, tabelas e gráficos, que auxiliam na apresentação dos dados, uma vez que facilita ao leitor a compreensão e interpretação rápida da massa de dados, apreendendo importantes detalhes e relações.

A análise dos dados ocorrerá por meio de imagens e relatos nos quais se entende que são os melhores procedimentos para o entendimento dos resultados e que auxiliam na descrição dos objetos específicos.

Com base nos dados analisados, as experiências pessoais não são possíveis

de mensurar, porém os fatores que estão ligados a ela sim. Segundo os questionários a maioria dos hóspedes é do sexo feminino e se dividem em dois grupos: os pesquisadores e universitários; e os turistas que estão em busca do lazer. Ambos tem o tempo de permanência de dois dias no Espaço 946 Hostel-Bar.

4.7 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

Os procedimentos técnicos são: Bibliográficos (material escrito); Levantamento (questionamentos realizados por meio de questionários e entrevistas) e Estudo de Caso.

Os materiais bibliográficos utilizados foram: artigos científicos, livros de turismo, de hotelaria, dissertações e monografias sobre o tema.

A pesquisa bibliográfica visa oferecer diretrizes para a elaboração de trabalhos acadêmicos e é desenvolvida com base em material já elaborado: livros, artigos de periódicos científicos e, atualmente, materiais disponibilizados pela internet. Por meio da pesquisa bibliográfica, é possível encontrar o documento que melhor se adapte ao tema que você busca (UNOESC, 2006, p.101).

O estudo de caso ocorreu no *hostel* Espaço 946 Hostel- Bar que está localizado na Rua Ministro de Godói no bairro de Perdizes em São Paulo. Sua localização é privilegiada, pois está na frente de uma Universidade, a PUC.

4.8 MÉTODOS

Destaca-se que método científico é um conjunto de processos e operações mentais que se deve empregar na investigação científica.

Considera como método indutivo pelo fato de buscar relatos empíricos qual foi realizado por meio de observações *in-loco* com auxílio dos instrumentos de coleta de dados.

O *método indutivo* é considerado método empirista, o qual considera o conhecimento como baseado na experiência; a generalização deriva de

observações de casos da realidade concreta e é elaborada a partir de constatações particulares (GIL, 1994).

Os métodos específicos têm por objetivo proporcionar ao investigador os meios técnicos para garantir a objetividade e a precisão no estudo dos fatos sociais. Eles fornecem a orientação necessária à realização da pesquisa social, sobretudo no que se refere à obtenção, processamento, análise e validade dos dados pertinentes à problemática que está sendo investigada (MICHEL, 2009).

Segundo o autor, o método do estudo de caso consiste na investigação de casos isolados ou de pequenos grupos, com o propósito básico de entender fatos, fenômenos sociais. O mesmo afirma que este método se caracteriza por exigir estudo aprofundado, *qualitativo e/ou quantitativo*, no qual se procura reunir o maior número informações sobre o objeto de interesse, utilizando-se variadas técnicas de coleta de dados, para apreender todas as variáveis da unidade analisada e concluir, indutivamente, sobre as questões propostas.

O método observacional consiste na observação, no uso dos sentidos para captar dados da realidade que se quer investigar. Logo é uma forma de obtenção de dados, que pode ser, e o é em geral, associada a quaisquer métodos de pesquisa. Este método é muito eficaz para se acompanhar processos comportamentais, clima organizacional entre outros.

Tanto o método indutivo como o observacional foi de grande suporte para uma coleta de dados mais concreta. Já que a partir de tais métodos foi feita uma pesquisa mais realista do ambiente escolhido.

5 RESULTADOS

O resultado da pesquisa se baseia no estudo de caso do empreendimento *Espaço 946 Hostel- Bar*, que teve como objetivo identificar as principais experiências de um hóspede em um hostel.

A pesquisa ocorreu através de entrevista com a proprietária e aplicação de questionário com os hóspedes no período de um dia, totalizando 10 questionários.

Para desenvolvimento do estudo analisou-se o perfil dos proprietários, o qual se identificou que são duas sócias, Aline e sua sócia que não estava presente no dia da entrevista. A ideia de criar o *hostel* partiu da Fabiana, que comprou uma empresa falida, viu a oportunidade de negócio e se juntou com a sua sócia e renovou o lugar, o transformando em *hostel- bar* trazendo uma pegada diferente.

Segundo a Fabiana, uma das proprietárias do *hostel*, nunca passou pela sua cabeça ser dona de um já que nunca tinha tido nenhuma experiência com turismo ou hotelaria antes. “Foi uma oportunidade que deu certa” afirmou ela.

Figura 4: Frente do Espaço 946 Hostel- Bar.



Fonte: Souza, 2018.

Apesar da falta de experiência das proprietárias ambas mostram serem boas empreendedoras. Além das duas, elas contam com o apoio dos outros funcionários sendo um deles a própria filha de Fabiana, que trabalha no bar. Para a construção foi feita uma reforma no prédio, pois havia sido uma empresa então foi pensado todo um projeto para adaptá-la. O *hostel* passou por outra reforma ano passado, devido a

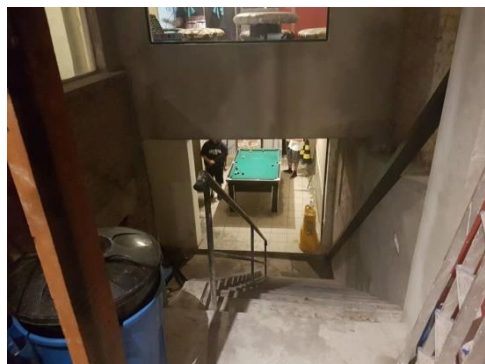
alguns problemas e agora passa por outra devido às ampliações de espaços feito por Fabiana, além do espaço do bar e da sinuca, ela deseja fazer um espaço mais aberto para realizações de shows e cinema.

Figura 5: Área do bar.



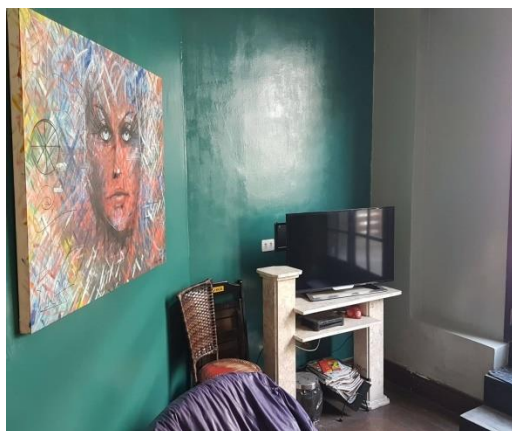
Fonte: Souza, 2018.

Figura 6: Área da sinuca.



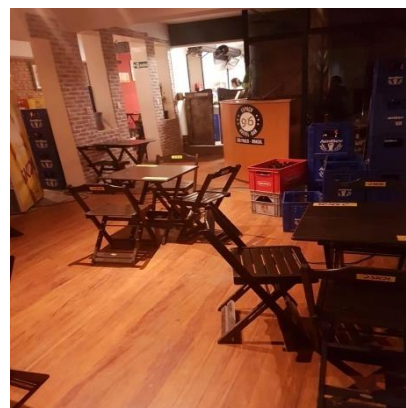
Fonte: Souza, 2018.

Figura 7: Sala de estar.



Fonte: Souza, 2018.

Figura 8: Recepção do Hostel.



Fonte: Souza, 2018.

Em relação aos serviços do *hostel*, esses são feitos pela Fabiana e os demais colaboradores tirando o serviço de quarto que é feito por uma colaboradora externa contratada por Fabiana para arrumar as camas. O bar fica por conta da própria e da filha, que atende tanto os clientes de fora, como os hóspedes. Segundo conversas com alguns hóspedes, o bar não interfere em nenhum sentido o conforto deles, já que o bar fica localizado logo na entrada do *hostel*, sendo as acomodações no segundo andar. O *hostel* ainda não oferece café da manhã por ainda não ter finalizado a reforma, que segundo a Fabiana ficará pronta em abril. Mas devido a

sua localização, o *hostel* possui alguns restaurantes ao redor e *foodtruck*⁵⁵ na frente por conta do grande fluxo de estudantes, sendo eles o grande público do bar do *hostel*.

Figura 9: Dormitório feminino.



Fonte: Souza, 2018.

Figura 10: Cozinha comunitária.



Fonte: Souza, 2018.

O Espaço 946 Hostel-Bar já é considerado um sucesso, visto o seu reconhecimento nos sites especializados e nas redes sociais. Esse fato se deve pela parceria e inovação de suas proprietárias, que criaram além de um ambiente aconchegante, um ambiente divertido.

As empreendedoras relataram que o *Espaço 946 Hostel – Bar* é um albergue independente, não possuindo nenhuma ligação com a rede *hosteling international*, ou associações da mesma.

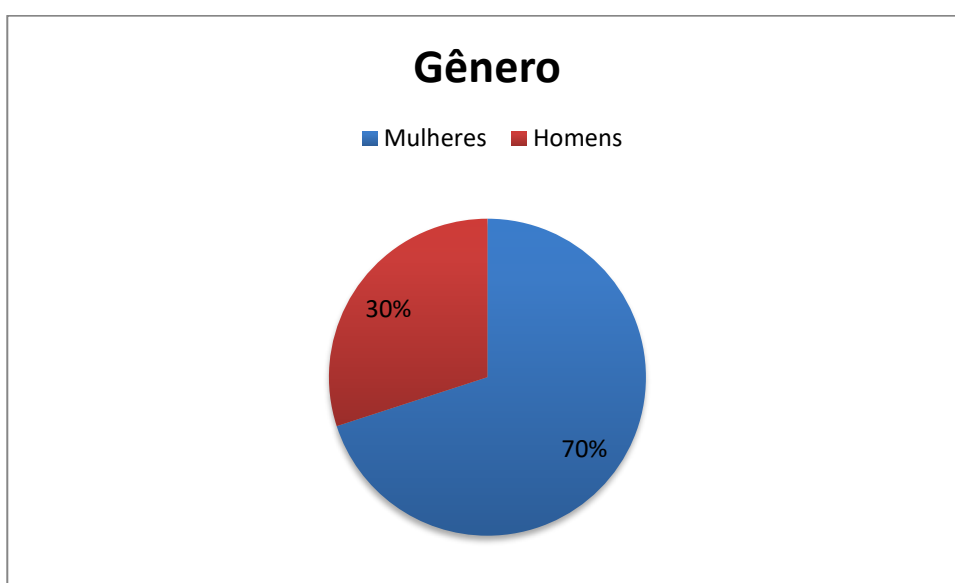
Destaca-se que os próximos passos das sócias agora é possuir franquias em outras partes da cidade, visto a crescente busca por *hostel* e pelo sucesso de seu empreendimento.

⁵⁵FoodTruck (traduzido do inglês, "caminhão de comida") ou carro de comida é um espaço móvel que transporta e vende comida. Alguns, como caminhões de sorvete, vendem congelados ou pré-embalados; outros se assemelham a restaurantes sobre rodas.

5.1 DESCRIÇÕES DO PERFIL DAS PESSOAS QUE SE HOSPEDAM EM UM HOSTEL

Segundo a entrevista com a proprietária, o público frequentador do *hostel* são os estudantes, tanto de graduação como os de pós isso devido a PUC está localizada na frente do empreendimento, estrangeiros e aqueles que vão para os shows e jogos realizados ao redor e desejam se hospedar em um lugar próximo.

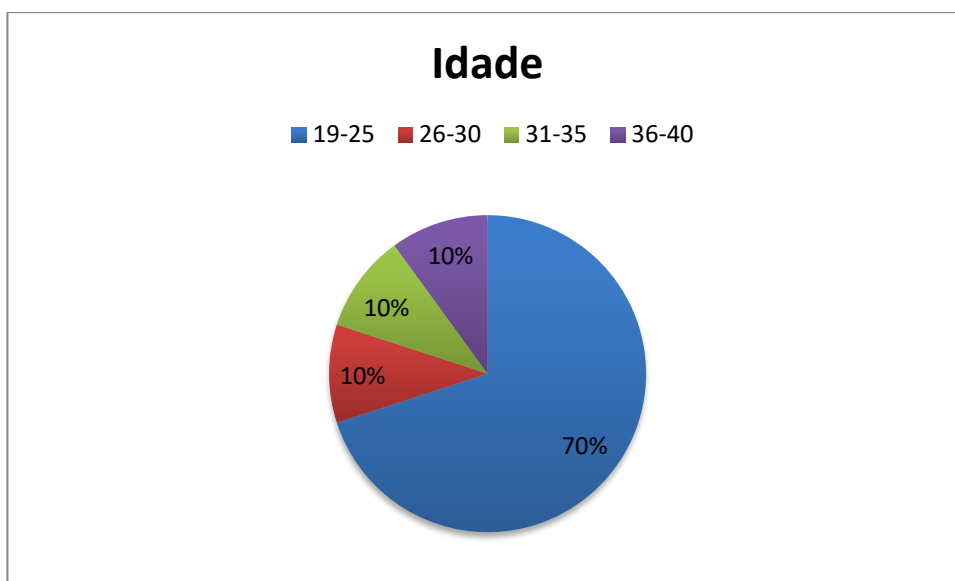
Gráfico 1: Gênero dos hóspedes.



Fonte: Jéssica Libório, 2018

Analisando os questionários respondidos constatou-se que o número de mulheres é bem superior o dos homens que frequentam o *hostel*, elas correspondem a 70% do público que frente ao lugar.

Essa porcentagem deve-se pelo fato da segurança existente no *hostel* e também por que a maioria das mulheres hospedadas já teve uma experiência agradável anteriormente. Já os homens são maiorias pesquisadores que ficam por pouco tempo, no máximo dois dias.

Gráfico 2 : Idade do hóspedes.

Fonte: Jéssica Libório, 2018

Em relação à idade dos hóspedes verifica-se que é bem variada, entre 19 a 40 anos, no entanto os jovens ainda são a maioria do público. Percebe-se que a principal motivação é o lazer.

Gráfico 3: Tempo de permanência dos hóspedes.

Fonte: Jéssica Libório, 2018.

O tempo de permanência em média dos hóspedes é de 2 a 5 dias, no entanto identificou um público com estadia superior a 7 dias também. Como já dito na explicação acima no gráfico de gêneros, as mulheres são as que têm mais tempo de

permanência, pelo fato do conforto oferecido pelo estabelecimento e as pessoas mais velhas também por estarem em férias.

5.2 EXPERIÊNCIAS DE HOSPEDAGEM NO *HOSTEL*

De acordo com o autor Netto (2010, p.69) o turismo pode ser composto de uma gama de serviços imateriais e intangíveis, como o bom atendimento em um hotel, uma comida saborosa na fazenda, uma viagem segura, tem como consequência experiências sensoriais e psicológicas, isso se denomina experiência.

As experiências obtidas pela análise dos questionários e conversas com os hóspedes se baseia principalmente no conforto. Isso quer dizer, a experiência estar ligada com o ambiente proposto para o hóspede, seja na questão de limpeza, segurança e bem estar. Até a comida pode influenciar na volta do hóspede para aquele determinado *hostel*.

As respostas dos questionários apontam que a maioria ficou bem satisfeita com a proposta e serviços do *hostel* voltaria a se hospedar no empreendimento.

A experiência em si sempre é ligada a algum tipo de serviço do turismo, seja na hora da locomoção, da hospedagem, do conhecer ou do vivenciar. Isso quer dizer que o fazer Turismo já é uma grande experiência que não abrange só hospedagem ou outro setor turístico. O que faz as experiências serem únicas são as pessoas, de como elas vão usufruir daquele produto, daquele hotel ou *hostel*, qual será seu feedback.

As experiências vividas em um *hostel* se tornam únicas pelo fato de com elas são feitas que vão desde atividades culturais, conversas com os hóspedes, visitas ao entorno e a preocupação de ser uma experiência benéfica para todos.

5.3 AVALIAÇÃO DAS PRINCIPAIS ATIVIDADES CULTURAIS DESENVOLVIDAS NO *HOSTEL*

Segundo a Fabiana, proprietária do *hostel*, fora o ambiente de lazer que seria o espaço da sinuca e uma área para relaxar e descontrair que fica logo na recepção, eles promovem também exposições de artes e shows ao vivo no quais vão ser melhorados depois da reforma.

O bar do *hostel* acaba sendo uma opção de entretenimento cultural, pelo fato de o público ser os universitários da PUC, então é possível ter a troca de conhecimento com os hóspedes, ter o momento de lazer e a troca de bagagens ou até mesmo de idioma.

Depois da reforma, os ambientes reservados para shows e cinema iram disponibilizar novas atividades de entretenimento para os hóspedes, tornando o ambiente mais divertido para a interação social.

Atividades culturais acabam sendo o diferencial de muito *hostel*, a interação entre os hóspedes acaba criando um ambiente acolhedor fazendo com que os mesmos se sintam em casa e é um fator crucial na volta de muitos para o estabelecimento.

5.4 PERCEPÇÃO DA RELAÇÃO ENTRE VISITADOS E VISITANTES

Nota-se que a presença da hospitalidade como a relação entre sujeitos do turismo, visitante e anfitrião, é essencial. Percebe-se que além de ser um quesito único e essencial para o turismo, a hospitalidade também permeia praticamente todos os outros itens tidos como princípios fundamentais (SANTOS e PERAZZOLO, 2012). A hospitalidade age diretamente nas experiências turísticas, possui impacto no trato social, tanto para o visitante quanto para o visitado, interferindo na percepção subjetiva de qualidade desta experiência.

Percebe-se essa hospitalidade em Fabiana, a proprietária, desde do check-in até o check-out. Além de ser uma pessoa muito animada e receptiva, é bastante prestativa na hora de mostrar o espaço para os hóspedes, explicar cada canto do hotel e fazer a pessoa se sentir em casa. O espaço 946 Hostel-Bar além de ser um lugar descontraído é um ambiente família.

A relação que ela constrói vai além de cliente e proprietário, é uma relação de confiança e amizade. A mesma disse que a maioria dos seus hóspedes já é de casa, os que mais voltam são os estudantes da PUC, alguns moram um pouco longe da faculdade e optam se hospedar em época de prova para ser mais fácil o acesso a universidade.

5.5 DISCUSSÃO

Durante décadas, o setor hoteleiro busca entender o que faz com que alguns *hostel* se demais soluções de hospedagem obtenham elevado sucesso, enquanto outros decaem a cada ano. Como um bom exemplo de setor extremamente competitivo, a oferta de soluções de hospedagem se multiplica a cada ano tanto em números, quanto em diversidade. O *hostel* é uma dessas soluções que a maioria dos empresários tiveram para ser o diferencial no mercado. Esses clientes buscam experiências memoráveis, que são obtidas apenas quando a somatória dos momentos da verdade, vivenciados junto ao *hostel* superam suas expectativas prévias. Já que segundo o autor Netto (2010) o turismo seria esse conjunto de serviços imateriais e intangíveis, que vai desde serviço de atendimento a uma refeição bem feita, o *hostel* engloba mais na medida que vai além de um serviço comum, vai a uma experiência de vivencia real com pessoas reais de diferentes lugares do mundo, em um único lugar ou em um único quarto.

Para o estabelecimento ser um sucesso, o(a) proprietário(a) o primeiro passo é entender o negócio. O que a solução de hospedagem possui de valor e de diferencial, quem são os clientes, o que eles valorizam e garantir que os diferenciais disponibilizados sejam conhecidos pelo mercado.

Visando essa estratégia que o Espaço 946 Hostel-Bar é o sucesso que é. Além de ser um lugar onde se pode descansar, é lugar que possui diversas áreas para fins de lazer e socialização. Sabendo quem são seus clientes você consegue construir um lugar adequado para o seu perfil.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *hostel* em si ainda é uma novidade, principalmente no Brasil embora a demanda do negócio tenha crescido na capital paulista, muitos ainda não sabem o que é um *hostel*, e quando explicado surge as perguntas: Mas é seguro? Qual a diferença para um hotel? A diferença é notável desde atendimento até a apresentação do *hostel*, que geralmente é feita pelo (a) dono (a). A questão de segurança segue a mesma norma de um hotel tradicional. Na minha experiência o dormitório possuía um tipo de armário no qual tinha o número de acordo com o seu leito e lá você poderia colocar suas coisas, como bolsas e demais pertences e depois de guardar você iria trancar e a chave ficaria com você, que foi uma coisa que eu achei incrível, já que em outras idas em *hostel* não tinha visto, e é mais frequente ter um cofre em quarto de hotéis tradicionais.

O que separa o *hostel* de hospedagens tradicionais é como seus serviços fluem desde check-in, a hora de conversar e até a hora de ir embora. As relações humanas fazem toda a diferença, a simplicidade de tomar um café com uma pessoa que pode ser de outro estado ou outra país torna esse ato de se hospedar única.

A experiência de estar em um *hostel* já é um aspecto positivo que vai de cada pessoa atribuir se foi uma experiência boa ou ruim. Mas conversando com os hóspedes percebi que o Espaço 946 Hostel-Bar superou suas expectativas tanto em atendimento como nos serviços, e que para eles era como estar em casa.

Quanto ao aspecto negativo da pesquisa destaco a falta de hóspedes no *hostel* no período de levantamento de dados devido a reforma que estava tendo, o que poderia ter ajudado a ter um resultado mais amplo sobre e também a dificuldade de encontrar publicações semelhantes sobre o tema.

Porém, é em um ambiente mais livre como *hostel* que podemos ser capazes de praticar o turismo social, que visa justamente esse convívio com outras pessoas, despertando nosso lado comunitário que parte desse compartilhamento. É um segmento onde possui uma diversidade muito grande, principalmente em questão de atividades culturais e sociais. A proposta de um serviço mais rentável que continua atraindo mais e mais hóspedes para esses estabelecimentos.

Em relação à cidade de Manaus, ainda é uma novidade principalmente pelo

preconceito presente na cabeça de muitos hóspedes. Porém no mercado está crescendo em razão da sua proposta inovadora ser um serviço mais barato que propõem aos hóspedes experiências únicas. Enquanto a hotelaria convencional não evolui, outros segmentos semelhantes ganham espaço e o gosto do público.

Propõe-se que haja mais informação concreta sobre o que é um *hostel*, o que diminuiria os preconceitos que existam entorno desses lugares pela falta de informação, no qual faria por meio de apoio por parte dos órgãos do turismo, como secretarias ou até mesmo parceria com agências de turismo. E mais pesquisas sobre o assunto, pois é de grande relevância para a academia e servirá como apoio para próximas pesquisas ou para futuros empreendedores.

REFERÊNCIAS

APAJ, **História dos hostels.** Disponível em: <http://www.alberguesp.com.br/historia.asp> Acesso em: 07 set, 2017.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**, 8ª ed. São Paulo: Ática, 2004.

ANDRADE, Nelson; BRITO Paulo de Lucio; JORGE, Wilson Edson. **Hotel: Planejamento e projeto**, 9.Ed.Sao Paulo.Editora.SENAC,2007.

AGÊNCIA DO BRASIL. **Hotéis e albergues enfrentam efeitos da crise um ano após Jogos do Rio.** Disponivelem : <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-08/hoteis-e-albergues-enfrentam-efeitos-da-crise-um-ano-apos-jogos-do-rio>. Acesso em : 13 de fev, 2018.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza..**Fundamentos de Metodologia Científica** 3. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 13º edição. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2008.

BOAVENTURA, E. M. **Metodologia da pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2012.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Significado de Hostel.** Disponível em:<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/youth-hostel>. Acesso em 13 de fev, 2018.

DENCKER, Ada Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 5 ed. São Paulo: Futura, 1998.

DIARIO DO NORDESTE. **Número de hostels no Brasil cresce mais de cinco vezes.** Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/online/numero-de-hostels-no-brasil-cresce-mais-de-cinco-vezes-1.1549168>. Acesso em: 08 de sep, 2017.

ESTADÃO, **Setor de Hostels tem forte crescimento no Brasil**. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/releases-ae,segundo-estudo-setor-de-hostels-tem-forte-crescimento-no-brasil,70001699136>. Acesso em: 26 ago.2017

FANTINATO, MARCELO. **Métodos de Pesquisa**. São Paulo: EACH, 2015. Disponível em: <http://each.uspnet.usp.br/sarajane/wp-content/uploads/2015/09/M%C3%A9todos-de-Pesquisa.pdf>. Acesso em: 27 Mar. 2018.

FBAJ – FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ALBERGUES DA JUVENTUDE. **Histórico e Filosofia**. Disponível em: <http://hihostelbrasil.com.br/institucional/>. Acesso em: 15 de fev, 2018.

FERREIRA, Fernando Luiz Vieira. **Turismo Social. In. Confederação Nacional do Comércio**. São Paulo: Conselho Nacional de Turismo, coletânea Turística, 1996.

GIARETTA, Maria José. **Turismo da juventude**. Barueri: Manole, 2003.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994. 207p.

GOLDEMBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Record, 1999.

KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. Caxias do Sul: UCS; Porto Alegre: EST, 1979.

KIKUMOTO, Ana Carolina Zamaia. **HostellingInternational: análise e prática gerenciais adotadas pelos albergues filiados em Santa Catarina**, 2009. Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Adm290717.pdf>. Acesso em: 15 de fev, 2018.

LUDWIG, Antônio Carlos. **Fundamentos e Prática de Metodologia Científica**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LIMA, Flaviana dos Santos. **Hostel uma alternativa de hospedagem; um estudo de caso no local hostel Manaus**. TCC (Trabalho de Conclusão de Curso – TCC). Curso de Turismo. Universidade do Estado do Amazonas- UEA, 2016.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. 2 ed. São Paulo: atlas, 2009.

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

OTIS. **Organização Internacional de Turismo Social**. Folheto de 50 anos. Bruxelas/Bélgica, 2013.

PANROTAS. **Hostels no Brasil cresceram 533% nos últimos 5 anos**. Disponível em: http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/hotelaria/2016/05/hostels-no-brasil-cresceram-533-nos-ultimos-5-anos_125739.html. Acesso em: 07 set. 2017

PINHEIRO, Antonella Guimarães SatyroZulméia. **Os albergues independentes como um novo meio de hospedagem e prestação de serviços. Estudo de caso: RedHostel**. Disponível em: <http://pgsskroton.com.br/seer/index.php/juridicas/article/viewFile/1310/1256>. Acesso em: 21 ago.2017

SANTOS, M. M. C. D.; PERAZZOLO, O. A. **Hospitalidade numa perspectiva coletiva**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 6-15, Abril 2012.

SARAIVA, Ana Vanessa das Neves. **Hostels independentes: o caso de Lisboa**. 2013. 199f. Dissertação (Mestrado em Turismo Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos) – Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, 2013.

SEBRAE, **Perfil dos turistas de Hostel**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rj/artigos/conheca-o-perfil-dos-turistas-de-hostels,7fe5822dd2552510VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em: 20 ago,2017.

SILVA, Tamires Martins da; KOHLER, André Fontan. **O mercado de albergues/hostels do Município de São Paulo-Brasil: caracterização e avaliação de estabelecimentos e empreendedores**. Disponível em: <https://uspdigital.usp.br/siicusp/cdOnlineTrabalhoVisualizarResumo?numeroInscricaoTrabalho=3737&numeroEdicao=22> Acesso em: 20 ago,2017

SIQUEIRA, Lalquer. **Uma análise da Prática de Hostel em Manaus e São Paulo. Manaus**. AM;UEA,2010. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade do Estado do Amazonas.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

UNOESC, Universidade do Oeste de Santa Catarina. **Metodologia Científica: Ensino a distância**. In: Ardinete Rover. (Org). Joaçaba , SC: UNOESC, 2006.

APENDICE A



TERMO DE COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE DO PESQUISADOR ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO-ESAT CURSO DE TURISMO

Eu **Jéssica Thais Libório de Souza** cujo **Registro Geral é 2837820-2** venho informar que sou discente do curso de Turismo pela Universidade do Estado do Amazonas, pois os meus contatos são: celular (92) 99292-9099 e e-mail: jtls.tur@uea.edu.br

Destaca-se que essa coleta de dados faz parte da minha pesquisa intitulada: **“Hostel: análise das experiências em Manaus e São Paulo”** sob a orientação da Prof^a. Dra. Maria Adriana Sena Bezerra Teixeira docente do curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas.

A respectiva pesquisa tem como objetivo geral *identificar Quais as principais experiências adquiridas por um hóspede em um hostel.*

Os sujeitos dessa pesquisa são hospedes e os proprietários dos empreendimentos. Logo gostaria de contar com seu apoio, pois a autoria das respostas colhidas somente serão divulgadas caso o questionado autorize. Porém, não será mencionado em nenhum momento o autor das repostas, sendo assim o anonimato será considerado.

Sua participação é muito importante para o sucesso dessa pesquisa. Lembro que trata-se de estudo acadêmico. Haja vista esse estudo tem o direcionamento da professora referida acima.

Concentimento do Participante

Espero que o Hostel Bon
Josiana Rose de Jesus

CPF: 287.305.768-81 RG: 28 026 551-2

Data: 27/02/2018

UEA
UNIVERSIDADE
DO ESTADO DO
AMAZONAS

Escola Superior de Artes e Turismo
Rua Leonardo Malcher, Nº 1728, Praça 14 de Janeiro,
CEP: 69020-070 / Manaus-AM
www.uea.edu.br

QUESTIONÁRIO PARA OS HÓSPEDES

| |
|---|
| <p>Idade: _____ Sexo: () F () M</p> <p>Estudante: () Sim () Não</p> <p>Trabalha: () Sim () Não</p> <p>Naturalidade: _____</p> <p>Motivo da visita: () Trabalho () Lazer () Estudo</p> <p>Hospeda-se com frequência em hostel? () Sim () Não</p> |
|---|

1. O que o levou a se hospedar em um hostel?

() Preço () Curiosidade () Já se hospedou antes

Outro:

2. Quantos dias ficará hospedado?

3. Está viajando:

() Sozinho () Com a família () Amigos
() Namorado (a)

4. Como você ficou sabendo do hostel?

() Redes sociais () Amigos ()
Agencia de Viagens

Outros:

5. Quais experiências você teve ao se hospedar em um?

6. Você concorda que o Hostel é um lugar adequado para o desenvolvimento comunitário e que com ele pode haver a troca de conhecimentos entre os hóspedes?E quais conhecimentos você adquiriu?

() Sim () Não

Justifique

QUESTIONÁRIO PARA O (A) PROPRIETÁRIO (A)

| | |
|---|-------------------|
| Idade: _____ | Sexo: () F () M |
| Escolaridade: () Ensino Médio () Ensino Superior () Ensino Superior Incompleto () Pós- Graduação | |

1. O que o motivou a construir um Hostel?

2. Qual o perfil dos hóspedes?

3. Quais estratégias utilizadas pelo hostel para atrair novos hóspedes?

4. O hostel possui algum tipo de convenio com alguma agencia?

5. O hostel é independente ou possui alguma relação com a rede Hosteling Internacional?

6. Como é o convívio com os hóspedes?

7. O hostel oferece atividade de entretenimento ou cultural para os hóspedes? Se sim, quais?

8. Você concorda que o Hostel é um lugar que além da troca de bagagem cultural, a possibilidade de fazer novas amizades, é um lugar no qual hóspede aprende a importância da consciência social?
