

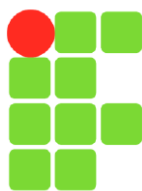
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS**  
**CAMPUS PALMAS**  
**CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO EM GESTÃO DE TURISMO**

**Filomena Teixeira de Oliveira**  
**Keity Lauany Ferreira de Oliveira**

**ASPECTOS MOTIVACIONAIS NA ESCOLHA DE HOSTEL: estudo de caso em**  
**Palmas-TO**

**Palmas-TO**

**2019**



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS**  
**CAMPUS PALMAS**  
**CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO EM GESTÃO DE TURISMO**

**Filomena Teixeira de Oliveira**  
**Keity Lauany Ferreira de Oliveira**

**ASPECTOS MOTIVACIONAIS NA ESCOLHA DE HOSTEL: estudo de caso em  
Palmas-TO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins, *Campus Palmas*, como parte das exigências para a conclusão do Curso Superior Tecnólogo de Gestão em Turismo.

Orientadora: Professora Me. Jaci  
Câmara Albuquerque

**Palmas-TO**

**2019**

**Filomena Teixeira de Oliveira  
Keity Lauany Ferreira de Oliveira**

**ASPECTOS MOTIVACIONAIS NA ESCOLHA DE HOSTEL: estudo de caso em  
Palmas-TO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso de Tecnologia em Gestão de  
Turismo do Instituto Federal do Tocantins - Campus  
Palmas, como exigência à obtenção do grau em  
tecnóloga em gestão de turismo

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

**BANCA AVALIADORA**

---

**Prof<sup>a</sup>. Me. Jaci Câmara Albuquerque (Orientadora)**  
**IFTO – Campus Palmas**

---

**Prof<sup>a</sup>. Camile Azevedo Cunha**  
**IFTO – Campus Palmas**

---

**Prof<sup>a</sup>. Me. Ellen Thais da Silva Azevedo**  
**IFTO – Campus Palmas**

*Tenho pensamentos que, se pudesse revelá-los e fazê-los viver, acrescentaria nova luminosidade às estrelas, nova beleza ao mundo e maior amor ao coração dos homens.*

**Fernando Pessoa.**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos, em primeiro lugar, a Deus, que sempre nos deu forças para continuar firme nessa jornada.

Agradecemos também ao Edison Silva e Antoniel de Oliveira que, depois de nós, foram as pessoas que mais ficaram angustiadas aguardando e cobrando a conclusão deste trabalho.

Agradecemos também as professoras Jaci Câmara Albuquerque, Mary Senna, e Camile Cunha que sempre foram compreensivas com as nossas dificuldades e que sempre nos deram atenção, apoio e confiança, fazendo com que acreditássemos que seríamos capazes.

Agradecemos também às pessoas que contribuíram para a elaboração deste trabalho, em especial às pessoas entrevistadas que nos atenderam com tanta atenção e solicitude.

Agradecemos a todos que, direta ou indiretamente, colaboraram com a conclusão da nossa graduação.

## RESUMO

O turismo, com o tempo, vem considerando forças cada vez maiores em função dos diversos tipos de meios de hospedagem. Dessa forma, esses equipamentos vêm adquirindo mais importância e se tornando um fator decisivo para a escolha de um meio de hospedagem que servirá de lar temporário para os viajantes enquanto estão distantes de suas casas. Este trabalho tem como objetivo verificar os motivos que levam os turistas e visitantes a buscarem alojamento do tipo hostel. De caráter exploratório e qualitativo, o projeto tem como cenário a cidade de Palmas, capital do estado do Tocantins. A revisão bibliográfica é feita através da análise dos conceitos de meios de hospedagem, da classificação hoteleira, processo histórico dos hostels ou albergues e dos fatores motivacionais que levam a escolha dos mesmos. Em relação a Palmas, são abordados os aspectos relevantes para a análise proposta nesse estudo, como a história de criação, e o mercado do turismo local. Fatores econômicos e o não estar só são fatores motivacionais para este tipo de demanda.

**Palavras-chaves:** Turismo. Meios de hospedagem. Hostel. Classificação hoteleira. Motivação. Palmas.

## **ABSTRACT**

Over time, tourism has been seeing increasing strengths in terms of the various types of hosting media. And so, that equipment has become more important and becoming a deciding factor for the choice of a hostel environment that will serve as a temporary home for travelers while away from their homes.

This work aims to verify the reasons that lead tourists and visitors to seek hostel-type accommodation. Exploratory and qualitative, the project is based on the city of Palmas, capital of the state of Tocantins. The bibliographic review is done through the analysis of the concepts of means of lodging, of the hotel classification, historical process of the hostels or hostels, which motivational factors lead to their choice. In relation to Palmas, the aspects relevant to the analysis proposed in this study, such as the history of creation, and the local tourism market, are discussed.

**Keywords:** Tourism. Means of hosting. Hostel. Hostel rating. Motivation. Palmas

## **Lista de siglas e abreviaturas**

**ADETUR** - Agência de Desenvolvimento do Turismo

**AGTUR**- Agência Municipal de Turismo

**CATUR**- Centro de Atendimento ao Turista

**EMBRATUR**- Instituto Brasileiro de Turismo

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

## Lista de tabelas, figuras e gráficos

<b>TABELA 1.</b> Caracterização do Hostel .....	33
<b>TABELA 2.</b> Alguns estudos sobre turismo backpacker no período de 1978 a 2006 ...	35
<b>FIGURA 1.</b> Parque Cesamar .....	39
<b>FIGURA 2.</b> Praça dos Girassóis .....	39
<b>FIGURA 3.</b> Espaço Cultural .....	40
<b>FIGURA 4.</b> Praia da Graciosa .....	41
<b>FIGURA 5.</b> Praia das Arnos .....	41
<b>FIGURA 6.</b> Praia do Prata .....	42
<b>FIGURA 7.</b> Praia do Caju .....	42
<b>FIGURA 8.</b> Praia dos Buritis .....	43
<b>FIGURA 9.</b> Ilha Canela .....	43
<b>FIGURA 10.</b> Taquaruçu .....	44
<b>FIGURA 11.</b> Cachoeira do Roncador .....	44
<b>FIGURA 12.</b> Hostel Aconchego .....	46
<b>FIGURA 13.</b> Hostel Aconchego Centro .....	47
<b>FIGURA 14.</b> Palmas Hostel .....	48
<b>FIGURA 15.</b> Hostel Raizes .....	49
<b>GRÁFICO 1.</b> Quantidade de hóspedes nos hostels em Palmas .....	51
<b>GRÁFICO 2.</b> Quantidade de hóspedes por sexo .....	51
<b>GRÁFICO 3.</b> Quantidade de permanência em dias .....	52
<b>GRÁFICO 4.</b> Estado de origem .....	53
<b>GRÁFICO 5.</b> Idade dos turistas .....	53
<b>GRÁFICO 6.</b> Estado Civil .....	54
<b>GRÁFICO 7.</b> Grau de escolaridade .....	55
<b>GRÁFICO 8.</b> Profissão .....	55
<b>GRÁFICO 9.</b> Renda .....	56
<b>GRÁFICO 10.</b> Motivação da Viagem .....	57
<b>GRÁFICO 11.</b> Quantas vezes se hospedou em hostel em Palmas .....	57
<b>GRÁFICO 12.</b> O que achou da experiência .....	58
<b>GRÁFICO 13.</b> Pretende se hospedar em um hostel novamente .....	59

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA.....</b>	<b>14</b>
2.1. Os Meios de Hospedagem e sua História .....	14
2.2. Meios de Hospedagem no Brasil.....	18
2.3. Classificação dos Meios de Hospedagem do Brasil .....	25
<b>3. HOSTEL E SEUS CONSUMIDORES.....</b>	<b>27</b>
3.1. Hostel no Mundo e no Brasil .....	27
3.1.1 Backpacker .....	33
3.2. Fatores Motivacionais - a escolha por um Hostel .....	35
3.3. Turismo em Palmas .....	37
3.4. Hospedagem e Hostels em Palmas .....	44
<b>4. METODOLOGIA.....</b>	<b>49</b>
4.1. Método de Estudo.....	49
4.2. Universo de Pesquisa .....	49
4.3. Coleta de Dados .....	50
4.4. Análise e Interpretação dos Dados.....	50
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>60</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>65</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo não é uma atividade recente, e devido às inúmeras transformações do mercado, vem se adequando para atender à crescente demanda existente a fim de ofertar os diversos produtos e serviços inerentes ao setor. Alinhado com essa área, o segmento de hospedagem também apresenta um crescimento de diversas formas e tipologias de oferta de serviços e equipamentos para um público diversificado.

A hospedagem é entendida como estabelecimento comercial de hospedagem, que oferece aposentos mobiliados, com banheiro privativo, para ocupação eminentemente temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além dos demais serviços inerentes à atividade hoteleira (CASTELLI, 1982).

Existe assim e registra-se uma oferta imensurável de distintos meios de hospedagem. Dentre eles, há um segmento que está em constante crescimento e difusão, os albergues, estabelecimentos que oferecem hospedagem econômica e com serviços diferenciados. Desde o primeiro hostel estabelecido na Alemanha, uma grande rede chamada Hostelling International consolidou sua fama oferecendo hospedagem e serviços por uma tarifa econômica.

Segundo Giaretta (2010),

Albergue é um termo generalista para um meio de hospedagem, inclusive está sendo confundido porque seria para abrigar pessoas sem moradia e sem lugar para dormir. Albergue da Juventude foi o nome dado no Brasil para essa rede que começou na década de 70 e que foi incorporado pela marca *hostel*. A partir da década de 90 e na verdade Albergue da Juventude e *hostel* é a mesma coisa só que o Albergue da Juventude é um termo bem aqui do Brasil, mas ele está incorporado na rede mundial de albergue da juventude que se chama *hostel*, *Hostel São Paulo*, *Hostel Brasil*, *Hostel Bonito*, *Hostel Natal*. A diferença acho que é uma evolução da rede de mudança e comportamento, de hábito, de marca, de comercialização e de estruturação.

A ideia do trabalho é oferecer material teórico e empírico sobre *hostel*, enquanto meio de hospedagem. Nesse contexto, esta pesquisa tem por objetivo investigar o nicho de hospedagem popular na cidade de Palmas, capital do estado do Tocantins. Mais especificamente, pretende-se identificar o mercado de *hostel*, conhecido por ser um meio de hospedagem popular.

O trabalho se apresenta relevante tanto para o mercado como para academia, uma vez que se percebeu a falta de informações acerca da existência de *hostels* nos portais eletrônicos de instituições relacionadas ao turismo, bem como na Agência de Desenvolvimento do Turismo (ADETUR) e em de agências de viagens.

Nesse sentido, o percurso metodológico adotado compreendeu, primeiramente, a identificação de hostel. Uma vez constatada a implantação desse meio de acomodação, foram feitas entrevista, por meio de questionário, com turistas hospedados nos estabelecimentos identificados.

A pesquisa foi realizada com hóspedes dos estabelecimentos denominados hostels, existentes em Palmas, entre os meses novembro e dezembro de 2018. Tem como principal objetivo investigar o hostel, enquanto meio de hospedagem popular na capital de Palmas, e 3 objetivos específicos, sendo:

- a) identificar o segmento de hostel em Palmas-TO;
- b) Traçar o perfil do público de hostel em Palmas-TO; e
- c) Apresentar a demanda existente para o hostel em Palmas-TO.

Assim, o projeto buscou identificar as acomodações de hospedagem popular (neste caso, o hostel) na cidade de Palmas, tendo como objetivo compreender o perfil do público que demanda este tipo de hospedagem.

O segmento de hospedagem em Palmas acompanha o desenvolvimento econômico da cidade com o surgimento de diversas empresas no setor de turismo, como afirma o presidente da Agência Municipal de Turismo (AGTUR), Cristiano Rodrigues, “o turismo de negócios e os grandes eventos realizados em Palmas são responsáveis por atrair novos empreendimentos para a Capital” (AGTUR, 2014).

Além de possuir uma nova e extensa rede hoteleira para receber os turistas, a capital também dispõe de uma série de equipamentos turísticos, favorecendo a estada destes visitantes por mais tempo, proporcionando lazer, visto que serão capazes de usufruir de uma grande variedade de opções turísticas e, com isso,

colaborar com a economia local (PREFEITURA DE PALMAS, 2018). Palmas ainda dispõe do turismo de aventura ao turismo de contemplação, além de uma rica gastronomia, que pode ser conferida em muitos comércios na cidade quanto em eventos tradicionais como o Festival Gastronômico de Taquaruçu (PREFEITURA DE PALMAS, 2018).

Dessa forma, este trabalho buscou responder ao seguinte questionamento: Apesar de não haver registros de hostel em sites especializados, existe demanda para este tipo de estabelecimento hoteleiro na cidade de Palmas?

Como vem sendo destacado, este trabalho se preocupou em analisar o *hostel*, enquanto hospedagem de baixo custo. Apesar de não receber uma classificação por parte do Ministério do Turismo do Brasil, este meio de hospedagem possui características próprias, oferecendo uma opção econômica e diferenciada para os viajantes que desejam se hospedar em um ambiente descontraído que ao mesmo tempo ofereça serviços de qualidade.

O tema da pesquisa surgiu a partir de experiências vividas em dois Hostels com destinos distintos, sendo a primeira experiência localizada em Salvador-BA e a segunda em São Paulo-SP. Nesse momento houve a percepção acadêmica desse meio de Hospedagem alternativo e suas características particulares de ambientes compartilhados que estão voltados principalmente para pessoas que estão em busca de uma opção econômica, alinhando o desejo de se hospedar em um ambiente descontraído que ao mesmo tempo ofereça serviços de qualidade.

O presente trabalho tem relevância pelo fato de não haver credenciamento de hostel em portais eletrônicos de instituições relacionadas ao turismo, como no da Agência de Desenvolvimento do Turismo (ADETUR). Além disso, a importância do projeto é realçada porque o estudo poderá contribuir para o mapeamento de hospedagens populares em Palmas, ao tocante de hostel, que é o objeto interesse da pesquisa.

Assim, percebeu-se a necessidade de realizar um estudo sobre este tipo de estabelecimento hostel com intuito ainda de mostrar a sociedade uma nova

oportunidade contribuir para o enriquecimento social, econômico e cultural da sociedade e da região envolvidas direta e/ou indiretamente nesse processo.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1. Os Meios de Hospedagem e sua História**

Historicamente a hospedagem esteve vinculada à necessidade das pessoas de obterem alojamento e alimentação, em deslocamentos de caráter comercial, de conquista, religioso ou de lazer. Segundo Gonçalves e Campos (1998), não se sabe ao certo quando e como surgiu a atividade hoteleira no mundo, mas os autores supõem que tenha se originado “[...] da necessidade natural que tem os viajantes de procurar abrigo, apoio e alimentação durante suas viagens”. Os meios de hospedagem surgiram da necessidade que tinham os viajantes de permanecerem em um local diferente de sua residência.

De acordo com Guasso, Carneiro e Peron (2009, p.24)

A hospedagem é um somatório de bens e serviços que atendem às necessidades e preferências dos hóspedes. Este setor busca satisfazer as expectativas de acomodação das pessoas que por algum motivo estão fora de seus domicílios e por isso, necessitam de um local para se abrigar, algo que proporcione conforto e bem-estar, independentemente do tipo de turismo que as pessoas pratiquem.

Os povos antigos se deslocavam por diferentes propósitos. Segundo Belchior e Poyares (1987) o peregrino viajava para lugares santos, o mercador transportava riquezas e ideias, o senhor percorria seus domínios e o viajante e o explorador buscavam novos horizontes ou costumes exóticos.

Com a intensificação das viagens por lazer e do turismo, os meios de hospedagem se diversificam e se tornam necessários para o desenvolvimento das atividades turísticas. Na literatura especializada, vários autores (BENI, 2002; COOPER *et al.*, 2001; MOTA, 2001) consideram os meios de hospedagem um dos equipamentos mais importantes para a atividade turística. Beni (2002) afirma que a hotelaria é um dos elementos essenciais da infraestrutura turística e constitui um dos suportes básicos para o desenvolvimento do turismo.

De fato, o debate acerca da história do turismo é um tanto diversificado. Dentre alguns posicionamentos, existe um de que foi na Grécia Antiga que o turismo passou a ter uma visão mercadológica. Em razão dos Jogos Olímpicos, na Grécia, Cézar (2005) aponta que houve uma estruturação de alojamentos para receber os viajantes ao longo do percurso. Desse modo, surgiram as primeiras estruturas como meios de hospedagem.

Posteriormente, a conquista de território e expansão do Império Romano ocasionou não somente viagens comerciais, mas também deslocamento por razões de divertimento. As termas romanas, por exemplo, eram abastecidas com água quente, tinham instalações de até 100 mil metros quadrados e ambientes para os usuários descansarem (GONÇALVES E KRITZ, 1998). Dependendo do status do cliente, esses aposentos podiam ser luxuosos e de grandes dimensões, ou mais simples, menores, até mesmo de uso coletivo, para as pessoas comuns (GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009). Com o fim do Império Romano, as viagens com propósitos religiosos passaram a ocupar o cenário das hospedagens.

Com a ascensão do Cristianismo (sec. VII e IX), que provocou um crescente deslocamento de devotos para cidades como Roma e Jerusalém, e ainda o surgimento do considerado primeiro guia de turismo impresso da Europa, editado em 1140 pelo francês Aymeric Picaud, com histórias sobre o apóstolo São Tiago que fez um roteiro de viagem da França ao sepulcro do apóstolo, na Itália, deu-se à grande movimentação de pessoas nesse período, ocorrendo assim um crescimento no número de estabelecimentos que passaram a oferecer serviços de hospedagem.

A atividade turística era coisa para jovens, em sua maioria acompanhados de professores ou religiosos (BADARÓ, 2005). Eram viagens realizadas principalmente pela nobreza masculina e pelo clero. Na Europa do século XVI, alguns países se destacavam como centros de efervescência cultural. Visitar esses países era, antes de tudo, um aprendizado indispensável à boa educação. E se estas eram viagens “educativas”, necessário se fazia contar com um professor ou tutor que falasse a língua do país visitado e que conhecesse os hábitos e costumes locais (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005).

A partir do século XIII, portanto, as relações entre Comércio e Turismo tornaram-se mais sólidas, ficando difícil separar uma atividade da outra. Neste cenário surgiu a Liga Hanseática, um grupo mercantil que controlava o comércio e as feiras em mais de 90 cidades, trazendo mercadorias de Novgorod, na Rússia, e comercializando-as com preços tabelados (BADARÓ, 2005). Além de franquias e entrepostos no norte europeu, a Liga Hanseática organizava grupos de viagem para percorrer diversas cidades, visando mostrar aos viajantes sua organização e suas atividades mercantis. “Esses grupos eram acolhidos por pousadas já predeterminadas pela liga, onde eram tratados de forma diferenciada com massagens, vinhos e outras peculiaridades de cada região”, afirma Rui Aurélio Badaró, no artigo “O Direito do Turismo através da história e sua evolução”. Estavam plantadas as raízes também do turismo de negócios (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005).

Apesar do incremento do Turismo comercial, a experiência de hospedar peregrinos, deixada pelo período das Cruzadas, havia reforçado nas ordens religiosas o compromisso de acolher pobres e enfermos (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005). O estatuto da Santa Casa de Misericórdia de Lisboa, por exemplo, datado de 1516, evidencia o compromisso de “abrigar os viajantes e os pobres”. Mas, com o aumento da quantidade de viajantes, a dificuldade de manter num mesmo ambiente, doentes e sãos fez com que estes espaços de acolhimento se separassem em “hospitais” e “albergarias”.

Conforme Gonçalves e Kritz (1998, *apud* GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009), no século XII, as viagens na Europa voltavam a se tornar mais seguras, e rapidamente as hospedarias se estabeleceram ao longo das estradas. De forma gradativa, diversos países implantavam leis e normas para regulamentar a atividade hoteleira, especialmente a França e a Inglaterra (GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009).

Já havia na França leis regulamentadoras de estabelecimentos e serviços hoteleiros no ano de 1254 (século XIII). Na Inglaterra isso aconteceu em 1446 (século XV). No ano de 1514 (século XVI), os hoteleiros de Londres foram reconhecidos legalmente, passando de *hostelers* (hospedeiros) para *innholders* (hoteleiros) (Guasso, Carneiro e Peron, 2009).

Ainda nessa época, as atividades lúdicas e de recreação firmavam-se como fortes ingredientes do Turismo. Os jogos de azar ganharam espaço na sociedade e nasceram na Europa os primeiros cassinos (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005). No início do século XIX, mais precisamente em 1804, entrou em vigor na França um novo código civil, o Código de Napoleão, que deu forma jurídica às principais conquistas da Revolução Francesa de 1789 e serviu de inspiração a mais de 70 países, estabelecendo os traços da moderna sociedade ocidental. Nesse código, pela primeira vez na história da humanidade, foi regulamentada a responsabilidade civil do agente hoteleiro.

Em 1841, quando da realização de um congresso antialcoólico na Inglaterra, o inglês Thomas Cook organizou a primeira viagem coletiva da história do Turismo internacional (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005). Quatorze anos depois, os negócios de Cook haviam prosperado e suas viagens passaram a envolver transporte, hospedagem, alimentação e serviços de guia.

Nesse contexto, as pousadas que até então funcionavam principalmente para os viajantes religiosos passaram a ter “características de negócio lucrativo diante do movimento intenso de soldados, peregrinos e mercadores nos caminhos europeus” (BADARÓ, 2005), criando, por conseguinte, a primeira entidade dos proprietários de pousadas, em Florença, na Itália, no ano de 1282.

De acordo com Gonçalves e Kritz (1998), em 1650, as carruagens puxadas por cavalos foram um meio de transporte com forte influência na expansão hoteleira da Europa (GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009).

Durante quase 200 anos, esses veículos circularam pelas estradas europeias, garantindo um fluxo constante de hóspedes para as pousadas e hotéis. Convém notar que muitos serviços de diligências foram estabelecidos pelos próprios hoteleiros, que assim conseguiam assegurar clientela para seus estabelecimentos (GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009).

Só depois desse processo histórico foi que os meios de hospedagem começam a fazer parte dos serviços turísticos, juntamente com as agências de viagens,

operadoras, restaurantes, transportes e outros, e são imprescindíveis à viabilização do turismo. Beni (2002: 235) considera que os serviços turísticos são: “o conjunto de edificações, de instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação e outros”.

## **2.2. Meios de Hospedagem no Brasil**

No Brasil, a tradição da hospedagem foi baseada em modelos antigos e tradicionais europeus e posteriormente, norte-americanos. Inicialmente, porém, os primeiros indícios de hospedagem no Brasil são constatados a partir das expedições bandeirantes (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005). Essas expedições eram realizadas com a finalidade de se explorar e dominar o território além do litoral. Com isso, os bandeirantes abriam caminhos que foram posteriormente utilizados para o trânsito de pessoas e transporte de produtos. À beira das estradas eram construídos ranchos para abrigar passantes e comerciantes. Assim, surgiram os primeiros aspectos da hotelaria no Brasil.

Esse tipo de hospedagem perdurou até o século XX, no rumo dos tropeiros que conduziam rebanhos de gado bovino e equino, principalmente provenientes do Sul do país. Antes de existirem estradas e caminhos para transportá-los, os rebanhos faziam viagens de milhares de quilômetros, em numerosas comitivas (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005).

Em uma etapa posterior aos ranchos primitivos, alguns sitiantes reservavam pastos com água para acolher os animais em trânsito e construíam aposentos próprios, com fogões de lenha, para os grupos de tropeiros. O pagamento pelos pernoites, além de dinheiro, não raro era feito em cabeças de gado, promovendo assim o incremento de fazendas (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005). Hoje, muitos hotéis e restaurantes de caminhoneiros ao longo das estradas ou em cidades interioranas ostentam como decoração as rodas dos carroções que transportavam bagagens e alimentos das tropas nesses trajetos.

Nas cidades do Brasil-Colônia, a hospitalidade típica dos portugueses fez com

que a hotelaria demorasse a se consolidar como atividade comercial. Os quartos de hóspedes eram imprescindíveis nas boas residências em todo o país, não apenas em função das tradições e do dever cristão de dar abrigo aos viajantes (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005).

A gentileza e a generosidade do anfitrião eram fatores de prestígio na sociedade. Os forasteiros sempre traziam novidades de outras terras. E, algumas vezes, a relação entre anfitrião e hóspede envolvia interesses materiais e políticos. Com a mesma facilidade não contavam os pobres ou os estrangeiros sem referências e cartas de recomendação. Mas estes viajantes tiveram a seu favor o espírito samaritano das ordens religiosas (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005). A exemplo do ocorrido na Europa durante a Idade Média, o caráter filantrópico das Ordens Católicas deu origem às primeiras instituições hospedeiras no Brasil.

O Terreiro de Jesus, em Salvador, primeira capital do Brasil Colônia, foi endereço de uma Casa dos Hóspedes, no Colégio de Jesus, que recebeu personalidades ilustres, vindas da Europa, e também pessoas que necessitassem de acolhida caridosa. No Rio de Janeiro, aposentos para hospedagem foram construídos num prédio anexo ao Mosteiro de São Bento e um abrigo para desocupados foi instalado junto ao Convento da Ajuda, no século XVIII (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005). Além disso, instituições da Igreja em vários pontos do país construíram “hospícios” (do latim *hospitium*, hospedagem, pousada) para acomodar religiosos em viagem.

Em meados do século XVIII, havia no Rio de Janeiro duas centenas de estabelecimentos de hospedagem (sendo apenas a terça parte pertencente a brasileiros), dos quais cerca de cinquenta eram considerados hotéis. Entretanto, vários depoimentos de visitantes estrangeiros continuavam sentindo falta de hotéis de qualidade. Principalmente por serem ainda grandes as diferenças de padrão socioeconômico entre o Brasil e os países desenvolvidos, em todos os aspectos da qualidade de vida das grandes metrópoles e não apenas no campo da hotelaria (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005).

No começo, quase toda a estrutura dos hotéis em terras brasileiras era

importada, pois o país ainda não era industrializado, tinha que comprar no exterior os materiais que não fabricavam. O exemplo, o hotel Copacabana Palace (inaugurado em 1923) colaborou para a consolidação do Rio de Janeiro enquanto destino turístico. O Copacabana Palace teve grande influência do Hotel Ritz (Paris), que é consagrado como um marco na história da hotelaria mundial. (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

É importante ressaltar que a atividade hoteleira começou a ganhar forma somente com a chegada da família real portuguesa ao Brasil, em 1808. A comitiva do rei, formada por 14 navios, foi responsável pelo desembarque de mais 10 mil pessoas na cidade do Rio de Janeiro. Nos anos seguintes os proprietários das estalagens passaram a utilizar a denominação de hotel. Um dos estabelecimentos de maior prestígio no Rio de Janeiro na época, devido à sua localização junto aos cais do porto, no Largo do Paço, era o Hotel Pharoux (GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009).

Todos esses recém-chegados certamente contribuíram para a estruturação dos meios de hospedagem não somente no Rio de Janeiro, mas também em São Paulo e no restante do país (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

Além dos milhares de imigrantes que haviam chegado com a família real, a fixação da corte portuguesa no Rio de Janeiro trouxe um súbito incremento nas relações comerciais locais. Capitais ingleses e portugueses foram investidos no Brasil, a baía de Guanabara passou a ficar coalhada de navios, o mercado ficou abarrotado de produtos importados, as edificações se multiplicaram (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). A colônia transformava-se rapidamente em nação soberana. Cada vez maior era o número de estrangeiros que aqui desembarcavam, em missões diplomáticas, expedições científicas ou viagens de negócios.

Só então se passou a falar em hotéis, palavra que chegou às ruas na voz dos estrangeiros que os procuravam, ainda sem sucesso. Sendo um galicismo (do francês *hôtel*), o vocábulo ainda não se fazia presente na edição de 1813 do Dicionário da língua portuguesa, de Antônio de Moraes e Silva, o primeiro dicionarista brasileiro (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

Mas logo as casas de hospedagem dos mais variados níveis, das estalagens às pensões, passavam a usar a nova denominação, que lhes conferia mais prestígio. Em 1817, pela primeira vez em anúncio na imprensa, a Hospedaria do Reino do Brasil passou a utilizar o termo “hotel” ao designar-se Hôtel Royau medu Brésil. Porém, em 1887, o Handbook of Rio de Janeiro registrava que “a maioria dos hotéis da cidade não passava de restaurantes” (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Um bom exemplo foi o Hotel Pharoux, criado em 1817 como um restaurante, dois anos mais tarde, já oferecia ao cliente não apenas boa comida, mas também quarto mobiliado. Em 1838, já era o estabelecimento de maior prestígio no Rio Imperial, ponto de reunião de estrangeiros.

Enquanto o Rio de Janeiro viveu um súbito aumento do fluxo de estrangeiros a partir de 1808, outros mercados turísticos brasileiros viriam a crescer apenas algumas décadas depois. Foi o caso de São Paulo que viu crescer sua demanda de hospedagem à medida que o século XIX transcorria, em direção a um crescimento ainda maior na primeira metade do século XX (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Nesse processo teve papel de destaque a fundação da Academia de Direito, em 1827, que atraiu jovens de todo o País e, em pouco tempo, se tornou um importante núcleo de atividades intelectuais e políticas na cidade, dinamizando a vida paulistana e modernizando os seus costumes tradicionais. São Paulo, então capital da província, tornou-se importante núcleo de atividades intelectuais e políticas. Profundas transformações econômicas e sociais viriam em seguida, a partir da expansão da lavoura cafeeira em várias regiões paulistas e da entrada em operação da estrada de ferro Santos-Jundiaí, em 1867, construído para levar o café ao porto de Santos (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

De acordo com Andrade, Brito e Jorge (1999, p. 21), em meados do século XIX prosseguindo até o século XX, houve um problema de escassez de hotéis no Rio de Janeiro, “levando o governo a criar o Decreto nº. 1160, de 23 de dezembro de 1907, que isentava por sete anos, de todos os emolumentos e impostos municipais, os cinco primeiros grandes hotéis que se instalassem no Rio de Janeiro”. Surgiu então o Hotel Avenida, o maior do Brasil, inaugurado em 1908.

Na rota da evolução empreendida pelo Turismo nos séculos anteriores,

intensificaram-se no século XIX as viagens em busca de cultura e recreação. Nesse período houve um contínuo processo de massificação do turismo (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). A evolução dos meios de transporte tornou as viagens mais acessíveis para outros segmentos da população que não a nobreza.

No Brasil, a malha ferroviária começou, em meados do século XIX, a encurtar distâncias. A “Baroneza”, primeira locomotiva a trafegar no Brasil, construída na Inglaterra, inaugurou a Estrada de Ferro Mauá em 1854 (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

Os hotéis de melhor categoria começaram a surgir em antigas mansões, como o Hotel Ravot (antiga residência do Visconde de Cachoeira, na Rua do Ouvidor), ou fora do centro do Rio, alguns deles em bairros afastados (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Esta opção oferecia maior conforto, requinte e paisagem exuberante, sem os inconvenientes da confusão das ruas e da falta de saneamento da cidade.

De modo relativamente semelhante ao que ocorre hoje nos resorts e hotéis-fazendas, os visitantes se refugiavam em locais bucólicos, como a Chácara das Mangueiras, até então propriedade do Conde d’Eu, transformada em Grande Hotel (Versalles); ou no Hotel White, antigo palacete de verão do Conde de Itamarati, no Alto da Boa Vista; no Hotel d’Anglaterra, no antigo Colégio de Instrução e Educação de Meninas, de Mrs. Hitchings, na praia de Botafogo; ou no Grand Hotel Internacional, na rua do Aqueduto, atual Almirante Alexandrino, em Santa Tereza (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

A evolução dos meios de transporte viabilizou o investimento hoteleiro em locais distantes do centro do Rio de Janeiro. Até os hóspedes dos hotéis do Alto da Boa Vista podiam contar com uma linha de bondes que ligava o centro da cidade ao sopé da Serra da Tijuca, onde serviços especiais de diligências completavam o percurso (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Em 1879, a empresa imobiliária responsável pelo Hotel do Leme anunciava a criação de uma linha pioneira de bondes circulando em Copacabana.

Para o deslocamento até o centro da cidade, foram criadas linhas de diligências que venciam as ladeiras íngremes entre Botafogo e Copacabana. Os hotéis foram responsáveis pelo desenvolvimento dos bairros de Copacabana e Ipanema, até então quase desérticos.

Além dos bondes, outros serviços de transporte coletivo de tração animal - ônibus, gôndolas e tálburis - facilitavam a opção por hotéis no Catete (Carson's Hotel), em Laranjeiras (Grande Hotel Metrópole) e na Tijuca (Hotel Tijuca, instalado na chácara do Visconde de Andaraí) (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

Outras novidades competitivas eram aos poucos assimiladas no atendimento ao turista no Brasil. Até meados do século XIX, o simples ato de banhar-se representou um desafio difícil para os hotéis que precisavam dar um salto de qualidade. Muitos hotéis nem sequer possuíam quartos de banho (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Os hóspedes precisavam recorrer a casas de banho públicas, que também não eram numerosas.

No Rio, o Hotel Pharoux alardeou no jornal a inauguração de sua própria casa de banhos, aberta ao público, utilizando água encanada do chafariz do então Largo do Paço. No clima da cidade, os banhos tornaram-se decisivos para a preferência dos hóspedes (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). O Hotel Ravot surgiu oferecendo uma série de quartos de banho anexos. Outros reagiram depois, oferecendo banhos quentes. Alguns lançaram duchas. E outras banheiras de mármore. Os hotéis próximos à praia passaram a apregoar também as comodidades para banhos de mar, com salva-vidas. Os da Serra da Tijuca ofereciam banhos de cachoeira. Outros construíram piscinas (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

Em São Paulo, o Grande Hotel, inaugurado em 1878, foi considerado o melhor do Brasil, na ocasião, oferecendo uma série comodidades para os hóspedes, como candelabros a gás, escada de mármore branco, mobiliário requintado, sala de banho, correio e telégrafos e outros serviços (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

Outra grande novidade que fez a diferença nos melhores hotéis por volta de 1880 foi o telefone. Dom Pedro II havia se surpreendido com essa maravilhosa invenção na Exposição Internacional de Filadélfia, em 1877, e pouco tempo depois os primeiros telefones estavam sendo fabricados no Brasil, para serem instalados no palácio do Imperador (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Sugestivamente, uma casa comercial chamada Ao Rei dos Mágicos instalou a primeira rede telefônica do país, interligando-se a várias repartições públicas na cidade. Somente com a criação da CTB - Companhia Telefônica Brasileira, em 1881, o serviço ganhou corpo. Portanto, o Brasil estava adiantado neste setor em relação ao restante do mundo. Desde 1879, havia hotéis com telefone à disposição do público, inicialmente apenas para solicitar transporte (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Em 1882, finalmente, a central telefônica da CTB entrou em funcionamento, atendendo a dez hotéis, alguns deles já com telefone particular para os hóspedes, nos quartos.

Outra inovação bastante alardeada foi a eletricidade. Os avanços nessa área vieram por etapas. Primeiramente, o conforto de uma campainha elétrica em todos os quartos, para o hóspede solicitar serviços sem precisar ir até a recepção (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Depois, a iluminação de alguns setores, especialmente os de uso comum. Depois, os quartos. E, nos prédios altos, os elevadores movidos a energia elétrica causavam admiração.

Além das novidades tecnológicas, a inserção dos hotéis na vida social não somente conferiu notoriedade aos que souberam seguir esse caminho, como colaborou para a transformação de costumes arraigados da antiga sociedade colonial. No Rio de Janeiro, a Corte portuguesa trouxe esse impulso, promovendo festas, saraus artísticos e trazendo artistas de companhias estrangeiras para os palcos cariocas (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). A partir daí, os hotéis também se incorporaram aos divertimentos da cidade. Começaram discretamente, exibindo bandas de música, e em pouco tempo já promoviam os primeiros bailes carnavalescos em salões, poupando os foliões de grosserias inconvenientes dos entrudos, nas ruas. No Rio, a folia teve início no Hotel da Itália, em 1835, repetiram-se várias vezes no mesmo ano, nesse e em outros hotéis, e consagrou-se para sempre (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005).

Em 1966, a Empresa brasileira de Turismo (EMBRATUR) é criada juntamente com o Fundo Gestor do Turismo (FUNGETUR) que atua através de incentivos fiscais na implantação de hotéis (GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009). Serafin (2005 *apud* GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009) ressalta que nos anos 60 e 70 as grandes redes internacionais chegam ao país como o apoio da EMBRATUR.

Somente nos anos 90 é que as grandes redes passam a construir no país hotéis mais econômicos e de padrão internacional, isso pelo alto grau de procura dos consumidores por esse produto. Foi também nessa época que ocorreu a abertura do país para a globalização, assim abrindo também o mercado do turismo de negócios (GONÇALVES e KRITZ, 1998 *apud* GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009).

Conforme Dias (2005, *apud* GUASSO, CARNEIRO E PERON, 2009),

Metade dos gastos do turismo refere-se à hotelaria. Atualmente, nota-se uma movimentação no setor hoteleiro relacionada basicamente com os efeitos da globalização, o aumento da competitividade, a internacionalização das empresas, os custos mais acessíveis das passagens, aumento da longevidade e outros fatores relacionados.

São Paulo também contribuiu com o processo de desenvolvimento da hotelaria, quando nos anos de 1920, a próspera capital paulista vivia um período de glamour, era a *Belle Époque* (período de cultura cosmopolita, de mudanças artístico, cultural, tecnológico e político do Brasil de 1889 a 1931, em fins do Império até fins da República Velha), com a inauguração de luxuosos hotéis e de imponentes palacetes, em meio a um processo de embelezamento da cidade (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMERCIO, 2005). Bons exemplos dessa fase são o Hotel Terminus, na Avenida Prestes Maia, com mais de 200 quartos, e o Hotel Esplanada, com 250 quartos. Construído ao lado do Teatro Municipal, o Esplanada tornou-se o ponto de encontro da elite paulistana. Outro marco da época é o Hotel Central, na Avenida São João, o primeiro hotel de quatro pavimentos na cidade.

### **2.3. Classificação dos Meios de Hospedagem do Brasil**

O surgimento da EMBRATUR favoreceu o crescimento do turismo no Brasil, criando vários projetos ligados à área e à hotelaria, sendo aprovados e alterando significativamente a situação de hospedagem no Brasil.

Dentre esses projetos, o Instituto Brasileiro de Turismo, por meio da Deliberação Normativa 367 de 1996 (Seção I, 25189) expõe que o Sistema de Classificação dos Meios de Hospedagem de Turismo tem por objetivo estabelecer o processo e os critérios pelos quais os meios de hospedagem poderão obter a chancela do Governo Federal atribuída pela classificação na EMBRATUR e os símbolos oficiais que a representam; os meios de hospedagem poderão ser distribuídos, caso classificados, pelos diferentes tipos e categorias de conforto e atendimento, conforme os padrões de instalações e de serviços que apresentem.

De acordo com essa Deliberação Normativa 367/96, a classificação constituirá um referencial informativo de cunho oficial destinado a atender os mercados turísticos internos e externos e a orientar a sociedade em geral sobre os aspectos físicos e operacionais que irão distinguir os diferentes tipos e categorias de meios de hospedagem; os consumidores para que possam aferir a compatibilidade entre a qualidade oferecida e os preços praticados pelos meios de hospedagem de turismo; essa classificação também orientará os empreendedores hoteleiros sobre os padrões que deverão prever e executar em seus projetos, para obtenção do tipo e categoria desejados; e também o controle e a fiscalização sobre os requisitos e padrões que deverão ser observados, para manutenção da classificação.

Conforme aponta Wiltgen(2011, p. 19), “Qualquer empreendimento que forneça serviços de acomodação, entre outras atividades, pode ser considerado um meio de hospedagem”. De acordo com dados divulgados pelo endereço eletrônico do Ministério do Turismo do Brasil – Mtur – (2011, *apud* WILTGEN, 2011), os principais meios de hospedagem são:

- Hotel: oferece serviços de recepção e alimentação e utiliza a cobrança por meio de diárias.
- Resort: Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento.
- Hotel Fazenda: Oferece vivência em um ambiente rural.
- Pousada: Característica predominantemente horizontal com até dois andares, 30 unidades habitacionais e 90 leitos.
- Flat/Apart-Hotel: Possui serviços de recepção, limpeza e arrumação.
- Cama & Café: Oferecidos em residências, com no máximo 03 unidades habitacionais, em que o dono more no local.
- Hotel histórico: Instalado em edificação com importância histórica.

Os albergues/*hostels* não estão na categorização do Ministério do Turismo (Mtur) por serem considerados “um meio de hospedagem alternativo” (WILTGEN, 2011, p. 20). O MTur aponta o *hostel* como meios de hospedagem coletivas e não está inserido no Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) (BAHLS e PEREIRA, 2017).

De acordo com o site do Ministério do Turismo, a classificação dos meios de hospedagem no Brasil vai de 1 a 5 estrelas, apesar de contempladas algumas categorias. Assim, o Sistema Brasileiro de Classificação estabelece as seguintes categorias:

- Hotel – 1 a 5 estrelas
- Hotel Fazenda – 1 a 5 estrelas
- Cama & Café – 1 a 4 estrelas
- Resort – 4 e 5 estrelas
- Hotel Histórico – 3 a 5 estrelas
- Pousada – 1 a 5 estrelas
- Flat/Apart-Hotel – 3 a 5 estrelas

### **3. HOSTEL E SEUS CONSUMIDORES**

#### **3.1. Hostel no Mundo e no Brasil**

Os meios de hospedagem eram caracterizados por casas de pessoas que moravam no percurso dos viajantes. Os *hostels* são um meio de hospedagem que compreende a hospitalidade (BAHLS, 2015).

De acordo com Campos (2015, *apud* BAHLS, 2015), os albergues da juventude representam uma alternativa mais econômica em relação aos hotéis. Porém, a partir de uma missão específica, os albergues oferecem estruturas e serviços diferentes dos disponíveis nos hotéis. Sobre isso, a *Hostelling International* destaca em seu *site* que sua missão é:

Promover a educação de todos os jovens de todas as nações, mas especialmente jovens com recursos limitados, incentivando a busca por conhecer, gostar e cuidar de regiões rurais e valorizar a cultura de cidades grandes e pequenas de todas as partes do mundo; e, para ajudar neste processo, oferecer albergues e quaisquer outros tipos de acomodação, sem distinção de origem, nacionalidade, cor, religião, sexo, classe ou opiniões

políticas, desenvolvendo, assim, o entendimento mais abrangente das pessoas, seja em seu país ou em outros países. (HOSTELLING INTERNATIONAL, 2018)

O caminho traçado pelos albergues possui similaridades com as origens da hotelaria, porém, devem ser colocados em uma categoria única, digna de uma conceituação oficial também singular, fiel à sua gênese, que pode estar bem mais próxima dos conceitos originais de hospitalidade do que os hotéis convencionais (BAHLS e PEREIRA, 2017).

Liderando a segunda revolução industrial, a Alemanha encontrava-se em um período de grande expansão econômica e tecnológica. No entanto, nem todas as classes sociais se beneficiavam desses avanços. Os jovens, por exemplo, eram usurpados pelos novos meios de produção (ENGLES, 2009). Os jovens estudantes da Europa Central, principalmente na Alemanha, significavam, entre outros ideais, o desejo por liberdade, a rebelião pacífica contra a sociedade vigente da época.

Em relação ao surgimento dos *hostels* no mundo, a *Hostelling International* (2018) menciona que história se inicia em 26 de agosto de 1909, com professor alemão Richard Schirrmann que idealizou a criação dos *hostels* depois de ser surpreendido por uma tempestade, quando precisou refugiar-se ao longo de uma estrada.

Desse desejo por liberdade originou-se um novo movimento juvenil na Alemanha recém-formada, que provocou uma revolução nos hábitos de um grande número de jovens, deixando suas influências filosóficas marcadas perto da Europa. Foi então que o professor Richard Schirrmann, poucos anos antes da Primeira Guerra Mundial, percebeu a necessidade de um tipo de acomodação especial para seus estudantes enquanto em viagens de campo pelo interior da Alemanha (GRASSL e HEATH, 1982). Ele percebeu que essas viagens poderiam lhes oferecer, além do conhecimento científico, um retorno a uma vida mais simples, onde o aprendizado fosse contínuo e onde reinasse o entendimento entre as pessoas, características presentes até hoje em determinados *hostels*. (PEARCE e FOSTER, 2007).

Fundador do movimento alberguista, o professor alemão Richard Schirrmann tinha o costume de levar suas turmas a excursões e caminhadas que geralmente

duravam muitos dias, ele pensou que as escolas na Alemanha poderiam servir de alojamento durante feriados e as aldeias poderiam ter um local para acolher os jovens viajantes, situado a um dia de caminhada de cada um dos outros.

Usando de uma infraestrutura já existente, o primeiro albergue da juventude foi aberto em 1912 em um antigo castelo na cidade de Altena, na Alemanha, restaurado e equipado de acordo como planejamento de Schirrmann: havia dois dormitórios com triliches, uma cozinha, toaletes, lavabos e banheiros.

Usando de uma infraestrutura já existente, a das escolas primária:

...eu pensei comigo mesmo que as escolas por toda a Alemanha poderiam muito bem serem usadas para providenciar acomodação durante as férias escolares. Vilas na parte boa do país para caminhadas poderiam ter um "Youth Hostel", situados um dos outros a um dia de distância de caminhada, recepcionando todos os jovens alemães que gostassem de caminhar (HEATH, 1962, p.14).

O sucesso desses albergues fez com que Schirrmann construísse o primeiro albergue permanente, dentro de uma parte doada a ele, no Castelo de Altena, em 1912, "com um design próprio, contando com dois dormitórios, sala social, uma cozinha, lavabos e banheiros. Grandiosos beliches de madeira harmonizavam com o estilo do castelo" (COBURN, 1950; HEATH, 1962, p. 22). Muitos perceberam que as viagens ao campo de forma segura, saudável e barata eram um meio de escapar da desolação urbana em que se encontrava a Alemanha, e neste "país dividido religiosamente, socialmente, e até mesmo em suas atividades de lazer, a HI da Alemanha teve um valor único, ao unir a juventude alemã de todos os planos sociais e religiosos" (COBURN, 1950, p. 13).

De acordo com Satyro e Pinheiro (2006), "A principal diferença entre hotéis e albergues é que os primeiros oferecem apenas quartos privativos". São estruturas que se limitam a oferecer aos hóspedes um lugar confortável para dormir e, de acordo com o preço, também oferece outras facilidades.

Os albergues oferecem leitos em dormitórios que podem ter de 4 a mais de 20 camas. Os dormitórios podem ser pequenos ou grandes, só para mulheres, só para homens ou mistos. "Também oferecem quartos privativos". (SATYRO E PINHEIRO,

2006).

A proposta de hospedagem propiciada é muito diferente se comparada à de um hotel comum. Conforme Satyro e Pinheiro (2006), os albergues possuem uma atmosfera alegre, jovial, têm um clima comunitário, onde se convive com outras pessoas não só no quarto, mas também na mesa do café da manhã, na lavanderia e em todos os locais.

Os funcionários falam diversos idiomas e são capacitados para atender e saber lidar com todos os tipos de pessoas e culturas diversas. Alguns albergues não permitem a hospedagem por mais de duas semanas, contudo a maioria não possui objeções referentes a este quesito (SATYRO E PINHEIRO, 2006). A maioria proporciona aos hóspedes máquinas de lavar roupas, telefone, biblioteca, conexão com a internet e cofres à disposição, e alguns chegam a servir café da manhã. A quantidade de serviços que determinados albergues oferecem aos seus clientes chega a ser notável.

A sala de tv é também o *living room*, o ambiente mais frequentado, pois é onde ocorrem as confraternizações e onde todos se reúnem para conversar, comer, ler e outros. Mostras de vídeos, noites com jantares especiais ou eventos que o albergue possa realizar, geralmente são realizados neste espaço. A cozinha é um ambiente comunitário, onde as pessoas podem deixar seus alimentos em pequenos pacotes ou recipientes em um armário ou na geladeira que serve para todos os hóspedes (SATYRO E PINHEIRO, 2006). Cada um lava a louça que usou e o guarda no local onde foi encontrada. A convivência nestes locais é de um clima prazeroso e que proporciona o surgimento de novas amizades, o conhecimento de novos mundos e vivências que acabam sendo compartilhados em questão de minutos, pois, todos os que fazem uso desses estabelecimentos são pessoas que possuem uma mente aberta, um espírito aventureiro e gostam de aproveitar, vivenciar novas culturas e viajar pelo mundo (SATYRO E PINHEIRO, 2006).

*Hostels* caracterizam-se por um modo de hospedagem diferente do convencional, normalmente possuem quartos compartilhados/coletivos (abrange também casais e famílias). Esses estabelecimentos possuem características

semelhantes, que tornam o *hostel* algo global, ou seja, independentemente da localização, a filosofia e os meios de hospedagem serão parecidos (HOSTELLING INTERNATIONAL, 2018).

Quanto à filosofia global de *hostel*, a *Hostelling International* (2018) define:

Nossa filosofia é que jovens de todo o mundo conheçam, através do Hostelling International, países, cidades, culturas e costumes diferentes e aprendam a respeitar as peculiaridades de cada povo e a conviver em sociedade, contribuindo para formação do jovem. Os hostels prezam pelo espírito de amizade, o sentimento de solidariedade e o desejo de viajar. A HI é uma organização de associação sem fins lucrativos, com uma história de orgulho e uma filosofia coerente com seus princípios. (HOSTELLING INTERNATIONAL, 2018)

O “Comitê Central dos Albergues da Alemanha”, atualmente nomeada de Hostelling International (HI) surge com a necessidade de supervisionar esses estabelecimentos. Porém, existem muitos albergues da juventude não filiados à associação. A partir disso, surgem albergues da juventude independentes, conhecidos como *hostels*, que compreendem qualquer empreendimento do ramo não associado à HI (BAHLS e PEREIRA, 2017).

Os *hostels* consistem em um meio de hospedagem peculiar de turismo social, integrado ao movimento alberguista nacional e internacional, que objetiva proporcionar acomodações comunitárias de curta duração e baixo custo com garantia de padrões mínimos de higiene, conforto e segurança (EMBRATUR, 1987).

De acordo com Trotta (1978 *apud* BAHLS, 2015), “os albergues existem para ajudar jovens a viajar, conhecer e amar a natureza e apreciar os valores culturais das pequenas cidades e grandes metrópoles. Estes variam de região, mas as características gerais são as mesmas, oferecem dormitórios, toaletes separadas por sexo, sala de estar e cozinha e são regidos por uma filosofia mundial”.

Com relação ao surgimento no Brasil, a HI relata que 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 uma viagem de estudos realizada na França e terem visitado um albergue em 1956.

Trotta conheceu o movimento, e o seu fascínio foi imediato. No retorno, trouxe a ideia ao Brasil e logo após levou um grupo de brasileiros ao exterior. Novamente no Brasil, o casal, decidido a implantar os *hostels*, inicia a denominada fase teórica que consiste na divulgação do movimento e sua filosofia, através de palestras em colégios e universidades (GIARETTA, 2003 *apud* BAHLS,2015).

De acordo com Falcão e Oliveira (2014), o “*hostel*” brasileiro foi instalado no bairro de Ramos, no Rio de Janeiro, nomeado de Residência Ramos e permaneceu aberto de 1965 a 1973.

No Brasil, os albergues da juventude foram inseridos a partir de 1971 quando na cidade do Rio de Janeiro foi criada a Federação Brasileira de Albergues da Juventude (FBAJ), concomitantemente na cidade de São Paulo criaram a Associação Paulista de Albergues da Juventude (APAJ); a FBAJ é vinculada à Associação de Albergues da Juventude da América Latina e da Europa (AAJALE). Os albergues da juventude brasileiros somente receberam apoio do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) em 1985 que estimulou os órgãos oficiais de turismo a cooperarem na fundação e funcionamento das associações estaduais.

Tabela 1. Caracterização do Hostel.

<b>Localização</b>	<b>Proximidade de atrações, bares e restaurante, proximidade de transportes, bairro seguro</b>
<b>Limpeza</b>	<b>Higiene dos quartos, cozinha e dormitórios</b>
<b>Preço</b>	<b>Serviços incluídos no preço</b>
<b>Número de camas no quarto</b>	<b>Grande (9 camas ou mais) Médio (3-8 camas) Pequeno (1-2 camas)</b>
<b>Cozinha equipada</b>	<b>Utilização comum</b>
<b>Restaurante/bar</b>	<b>Aspecto social e econômico</b>
<b>Recomendação do hostel</b>	<b>Guias turísticos, recomendações de outros hóspedes</b>
<b>Acesso a informação</b>	<b>Quadro de informações na recepção, internet/jornais e publicações disponíveis</b>
<b>Extras</b>	<b>Café e chá gratuito, programa de estada frequente, integração numa cadeia</b>
<b>Facilidades</b>	<b>Sala de convívio, pátio, parque de estacionamento e lavanderia</b>
<b>Segurança</b>	<b>Cacifos individuais, Grande depósito de segurança, Serviço de recepção 24 horas, tranca nas janelas e portas</b>
<b>Capacidade do hostel</b>	<b>Pequeno (menos de 100 camas) Grande (mais de 101 camas)</b>
<b>Qualidade do atendimento</b>	<b>Bem informado, simpático, habilitado, flexível e prestável</b>

Fonte: Hetch e Martin (2006)

### 3.1.1 *Backpacker*

O termo *backpacker* foi introduzido aos estudos turísticos por meio do australiano Philip L. Pearce em 1990 (ALTELJEVIC e DOORNE, 2002) e vem sendo utilizado mundialmente para qualificar o segmento de viajantes que tem um estilo de viagem autônoma flexível e econômico, por longos períodos e que procuram conhecer

vários destinos numa mesma viagem.

O comportamento do público frequente é outra forma de segmentar o mercado turístico. De acordo com Les Lumdson (1997), pode-se utilizar uma subdivisão em inovadores, primeiros adotantes, boa parte adiantada, parte tardia, conservadores. Nesse, no entanto, em termos de consumo do produto “destino de viagem”, podem-se incluir os *backpackers*, relacionadas entre os inovadores, que desbravam áreas até mesmo então pouco estruturadas para o turismo, em busca de novidades e de aventuras.

A cerca das definições mais contemporâneas para o segmento de viajantes *Backpackers* evidenciadas na literatura acadêmica uma das mais amplas e aceitas é:

Turistas jovens e econômicos que mostram preferência por acomodações baratas enfatizam o encontro com outras pessoas (locais e estrangeiras), organizam o itinerário da viagem de forma independente e flexível, seus períodos de férias são longos e buscam atividades recreativas informais e participativas. (PEARCE; LOKER-MURPHY; 1995, p. 823).

Os mochileiros realizam versão específica da mobilidade identificável com a etiqueta “*backpacker*”, mesmo que muitos que viajam dessa maneira se desassocie do termo como eles compram representações específicas de espaços particulares, rotas, rituais e práticas que tenham significado histórico, econômico, social, cultural e significância (HETHERINGTON, 1998).

Nos estudos relacionados ao *backpackers*, Maoz (2007, p.122-140) afirma que nas últimas décadas ocorreu a evolução para se compreender melhor o segmento e desta forma surgiram muitos escritores que abordam o assunto classificando-os conforme descritos na tabela.

Tabela – Alguns estudos sobre turismo *backpacker* no período de 1978 a 2006.

Ano	Autor	Tema	Local
1978	Chás J.	Juventude e viagens no Nepal.	<i>Sociedade de Antropologia Papers Kroeber</i> (1978), pp. 35-41
1988	Riley P.	Cultura de estradainternacional: Orçamento para viagens longas.	<i>Annals of Tourism Research</i> <b>15</b> 1988), pp (313-328.)
1995	Loker-Murphy e Pearce P.	Orçamento viajantes jovens: mochileiros na Austrália.	<i>Annals of Tourism Research</i> <b>22</b> 1995), pp (819-843).
1996	Loker-Murphy	Mochileiros na Austrália: a motivação baseada em estudo da segmentação.	<i>Journal of Marketing Viagens e Turismo</i> <b>5</b> em 1996) (4), pp (. 23-45.
1998	Desforges L.	"Check-out do Planeta": Representações Globais / identidades locais e viagens para jovens.	In: T. Skelton e Valentine G., Editors, <i>lugares frescos. Geografias das culturas juvenis</i> , Routledge, Londres (1998), pp. 175-192.
2002	Uriely N e Simchai D.	Experiências de mochila: Um modelo e forma de análise.	<i>Annals of Tourism Research</i> <b>29</b> 2002), pp (. 520-538
2002	Westerhausen, K.	Westerhausen, além da praia: uma etnografia de viajantes modernos na Ásia	Imprensa Lótus Branco, Bangkok
2003	Sorensen, A.	Etnografia Backpacker	<i>Annals of Tourism Research</i> <b>30</b> 2003), pp (. 847-867).
2005	Maoz, D.	Jovens mochileiro israelenses adultos na Índia.	In: C. Noy e E. Cohen, Editors, <i>Backpackers israelitas: De a Rite of Passage</i> Turismoda Universidade Estadual de Imprensa de New York, New York (2005), pp. 159-188
2006	Muzaini, H.	Mochila no Sudeste Asiático. Estratégias de "Olhar" local.	<i>Annals of Tourism Research</i> <b>33</b> 2006), pp (. 144-161).

Fonte: Wanderlei Gomes Filho (2010).

### 3.2. Fatores Motivacionais - a escolha por um Hostel

A ideia em buscar um tipo de hospedagem surgiu de fato com a necessidade do homem em se proteger das estações climáticas e ainda poder garantir a sua segurança, mas atualmente pode-se dizer que está associada a uma motivação que

no turismo é realizada com uma viagem.

De acordo com Rabahy (2005), motivação é um agrupamento propulsor, um conjunto de forças originário da tensão de necessidades ou desejos não atendidos. Esta inquietação, a qual determina não somente o que se faz, mas também com que vigor se faz, é proveniente de uma gama diversa de fatores – conscientes, inconscientes, internos, externos, fisiológicos, psicológicos, sociais, culturais, racionais ou emocionais.

Motivação pode ser descrita como a força motriz interna dos indivíduos que os compele à ação. Esta força é produzida por um estado de tensão, que existe em função de uma necessidade não satisfeita (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, p. 60).

De acordo com estes dois últimos autores ainda, a busca pelo alívio deste estresse é feita por meio do comportamento e pode ser tanto consciente quanto inconsciente.

Deve-se salientar ainda que o comportamento do consumidor normalmente satisfaz mais de uma necessidade ou desejo. “De fato, um objetivo específico é selecionado devido à satisfação de muitas necessidades” (RABAHY, 2005, p. 42). A partir deste apontamento, pode-se inferir também o perigo em tentar identificar uma motivação com base no comportamento final alcançado pelo indivíduo.

Em 2010, a Organização Mundial de Turismo, por meio da Conta Satélite de Turismo (WTO, 2010) apresentou a motivação do turismo em seis grupos principais:

1. Ócio, recreação ou férias;
2. Visita a parentes ou amigos;
3. Negócios ou motivos profissionais (inclui estudos);
4. Tratamento de saúde;
5. Religião e Peregrinação;
6. Compras.

Faz-se necessário uma observação das principais atividades realizadas durante a viagem, pois a motivação envolve não somente o que se faz, mas como a viagem interage com o ser humano, com sua visão de mundo, seus valores e

experiências anteriores (HIRATA de BRAGA 2017).

Atualmente a crescente procura por hospedagem nos grandes centros e destinos com poucos empreendimentos hoteleiros são por hostel que se tornam cada vez mais constante, no Brasil há uma crescente demanda principalmente pelo baixo custo das diárias que são em média de R\$ 40,00 a R\$ 100,00 (DADOS DA FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ALBERGUES DA JUVENTUDE - FBAJ).

Estes estabelecimentos conhecidos como albergues estão espalhados por todo mundo e seu público-alvo de um hostel se resume a pessoas de várias idades que se interessam em conhecer novas pessoas, por um ambiente que gere integração, entretenimento e novas experiências. Pesquisas sobre o tipo de busca por hostel ainda são muito insipiente e quase não apresentam dados relevantes nas estatísticas do turismo, pois são estabelecimentos que nem estão inseridos na base de classificação hoteleira no Brasil, como mostrado no tópico acima.

Conforme afirma Carlos Augusto Alves, Presidente da FBAJ boa parte do público escolhe o hostel/albergue não só por economia, mas também por filosofia de vida. Muitas amizades surgem a partir destes locais. Nota-se que, a escolha por meios de hospedagem exige uma combinação de diversos fatores e elementos, não dependendo apenas de um ou outro, mas deles como um todo. Além disso, são elementos de natureza distinta, mas, que contribuem na decisão de escolha.

### **3.3. Turismo em Palmas**

A cidade de Palmas, capital do estado do Tocantins, é a mais jovem capital do país, com 29 anos. De acordo com dados do IBGE (2017), Palmas tem sua população estimada em 286.787 habitantes. A capital tocantinense está em processo de crescimento e tem um relevante potencial turístico (NASCIMENTO e ERIG, 2017).

De acordo com o portal oficial da prefeitura na *internet*, o município de Palmas expressa capacidade favorável para o desenvolvimento da atividade turística, fato ratificado pelo bioma regional, fortalecido pela localização geográfica e pelo fácil acesso, fomentado e planejado na diversidade dos recursos naturais existentes na

região. A capital atrai interesse do turista contemporâneo, que busca o convívio de forma que haja possibilidades no meio natural, tendo como fato primordial a hidrografia formada pelo lago na cidade da usina Luís Eduardo Magalhães, principal atrativo turístico no âmbito municipal (PREFEITURA DE PALMAS, 2018).

Nascimento e Erig (2017, p. 91) afirmam que

com o cerrado predominante, a cidade investe principalmente em parques, bosques, atividades de ecoturismo e feiras ao ar livre com a comercialização de produtos típicos, artesanatos, dentre outros. De um modo geral, a cidade é caracterizada pelo seu planejamento.

A região de Palmas é propícia para o turismo em razão das condições coexistes para cativar o turista, disperso nos recursos naturais e atrativos formatados, diferenciados pela planície, florestas, cerrados, serras, praias, rios, animais silvestres e fatos históricos (PREFEITURA DE PALMAS, 2018).

Dentre os atrativos de palmas temos o Parque Cesamar fica localizado no centro da cidade, na Avenida NS-04 coma LO-11, em frente à Quadra Arse 41, com uma área de 96.770 m<sup>2</sup> de reserva biológica, com um lago, estacionamento, sendo bastante utilizados por praticantes de esportes como corridas, caminhada, skates, possui ainda uma pista de bicicross, parque para as crianças, sendo uma excelente opção para quem deseja fazer um piquenique em meio à natureza (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).

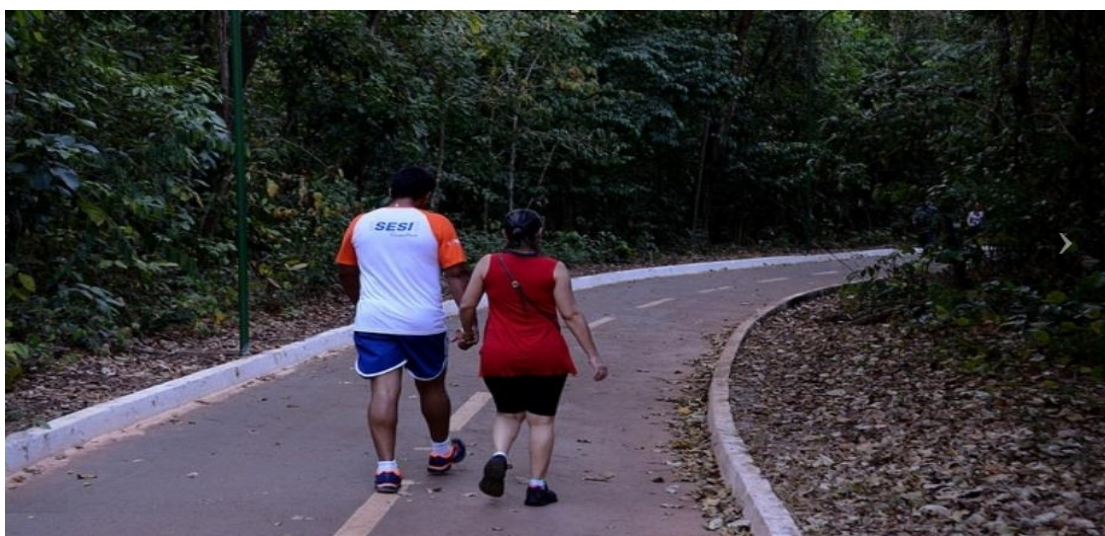


Figura 1 Parque Cesamar  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

Palmas também conta com a maior praça da América Latina a Praça dos Girassóis, com 571 mil metros quadrados, e a segunda maior praça urbana do mundo, onde ficam situados os órgãos dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário do Tocantins, ao final do dia é frequentada pelos adeptos de caminhada. Tendo obras de artes e monumentos, como a Museu Memorial a Coluna Prestes, Centro Geodésico do Brasil (Rosa dos Ventos), Cascata, Fonte Luminosa, Monumento a Súplica dos Pioneiros, Relógio do Sol (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



Figura 2 Praça dos Girassóis  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

Palmas possui um Espaço Cultural, localizado na Avenida Teotônio Segurado, coberto por uma estrutura metálica de aproximadamente 6.000 m<sup>2</sup> de arquitetura singular. 719 x 479, tendo nesse local o Teatro Fernanda Montenegro, o Cine Cultura, a Biblioteca Jaime Câmara e a Galeria Municipal de Artes (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



Figura 3 Espaço Cultural  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

A beleza de Palmas fica comprovada a se ver as belezas que são suas praias sendo a Praia da Graciosa, Praia das Arnos, Praia do Prata, Praia do Cajú, Praia dos Buritis e Ilha Canela.

A Praia da Graciosa é a principal da cidade, são 520 metros de orla que possuem bares e restaurantes, quadras de esportes, playground, marina com atracadouro, e vista para a Ponte da Amizade, sendo ideal para pratica esportiva com stand up, canoagem e caiaque, possui 1200 metros de ciclovia, e 500 metros e pista de Cooper pela orla, sendo lindo o pôr-do-sol (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



Figura 4 Praia da Graciosa  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

A Praia das Arnos é uma opção de lazer para a região norte da capital, próximo ao Palácio Araguaia, com 8.764 m<sup>2</sup>, possui uma vasta gama de bares e restaurantes possui estacionamento, asfalto até a entrada da praia (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



Figura 5 Praia das Arnos  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

Praia do Prata tem 47.133 m<sup>2</sup>, localizada pela avenida LO-19, próximo as forças Armadas, com acesso à via militar e a marinha, conta com uma estrutura completa com bares e restaurantes (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



Figura 6 Praia do Prata  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

A Praia do Caju possui quiosques com comidas e bebidas, sendo uma das praias com as águas mais limpas e tranquilas, possuem quiosques à beira do lago.



Figura 7 Praia do Caju  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

A Praia dos Buritis é considerada uma das mais belas, devido sua beleza cênica com a presença de pés de buritis (uma palmeira do cerrado) dentro da água, sendo localizada na região sul da capital, próximo ao aeroporto de Palmas.



Figura 8 Praia dos Buritis  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

A Ilha do Canela é de propriedade particular, localizada a 3 Km da praia da graciosa, com extensão de 45 m<sup>2</sup>. Para chegar ao local, o visitante deve procurar um barco na marina da Praia da Graciosa (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



ILHA DO CANELA  
Fotógrafo: Clóvis Cruvinel

Figura 9 Ilha Canela

FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

O distrito de Taquaruçu localizado a 32 km de Palmas e ideal para os adeptos dos esportes radicais, possui várias cachoeiras, corredeiras, rampa para parapente, sendo um refúgio para curtir o clima da serra (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



ENTRADA DE TAQUARUÇU  
Fotógrafo: Fernando Alves

Figura 10 Taquaruçu

FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

A cachoeira do Roncador, a 35 Km de Palmas, possui 70 metros de altura, com uma queda de água fria, ficam em uma propriedade privada cujo se encontra dentro de uma APA, onde e cobrado um valor para entrada, e o turista deve percorrer

uma trilha de 1500 metros para se ter acesso a cachoeira (PREFEITURA DE PALMAS, 2019).



Figura 11 Cachoeira do Roncador  
FONTE: Prefeitura Municipal de Palmas (2019)

É fato nítido que o turismo na região de Palmas não é, portanto, tão somente um emissor de divisas como muitos o consideram. O turismo representa uma atividade que desenvolve tendência diversificada, revelando além da visão econômica, a dimensão alcançada pelo advento do processo turístico, fomentado na variável da inter-relação entre indivíduos de diferentes nações e culturas (PREFEITURA DE PALMAS, 2018).

### **3.4. Hospedagem e hostels em Palmas**

Em Palmas há oferta de diversos atrativos, meios de hospedagens de várias categorias, desde meios de hospedagem mais simples aos mais luxuosos.

Conforme aponta Erig (2014), “embora o turismo seja uma atividade recente em Palmas, sua prática é bastante diversificada, podendo-se praticar as seguintes modalidades: turismo de negócios e eventos, turismo cultural, de lazer, ecoturismo e turismo de sol e praia”. De acordo com Erig (2014), o Diagnóstico Turístico de Palmas realizado em 2010 revelou que há, na cidade, 44 meios de hospedagens, tais como pousadas, *campings* e hotéis.

## Hostel Aconchego Tradicional

Situado em Palmas-TO na Quadra 405 Norte QI 12 AL 09 Lote 23, conta com internet grátis, jardim e lounge compartilhada, área de estar, todos os quartos possuem banheiro privativo e closet.

Teve início nas suas atividades devido a proprietária ter saído para estudar fora de palmas, para que o local de sua residência não ficasse vazio a mesma resolveu investir no hostel, deixando seu pai como responsável pela administração do local.

Atualmente possui 15 Leitos sendo os valores das diárias entre R\$ 30,00 a R\$ 135,00. As camas em beliche em dormitório misto custam R\$ 30,00; o quarto individual com uma cama de solteiro R\$ 45,00; quarto duplo com banheiro compartilhado com duas camas de solteiro R\$ 60,00; a suíte deluxe possui uma cama de casal R\$ 75,00; quarto quádruplo com banheiro privativo com 1 cama de casal e 1 beliche R\$ 135,00.

Sua localização fica a 3,3 Km da Praças do Girassóis, 2,3 Km da Praia das Arnos, 4,9 Km da Praia da Graciosa, 4,5 Km do Palmas Shopping, 3,4 Km, do Capim Dourado Shopping, 23,2 Km do Aeroporto de Palmas, 44 Km da Cachoeira do Roncador e 15,6 Km do Terminal Rodoviário de Palmas.



Figura 12 Hostel Aconchego  
Fonte: [www.booking.com](http://www.booking.com) (2019)

## Hostel Aconchego Centro

Localizado em Palmas-TO na Quadra 105 Norte AL das Aroeiras Lote 40, conta com internet grátis, piscina, café da manhã continental ou buffet, possui um terraço onde os hóspedes podem jogar bilhar, alguns dos quartos possuem forno e micro-ondas.

Teve início nas suas atividades no mês de março de 2018, devido a grande procura no outro hostel situado na quadra 405 norte a proprietária resolveu abrir esse novo empreendimento perto do shopping e mais próximo ao centro.

Atualmente possui 34 leitos e 2 quartos de casal, as diárias variam entre R\$ 45,00 a R\$ 145,00. As camas beliches e as camas solteiras em dormitório mistas custam R\$ 45,00 reais; as camas beliches em dormitório feminino com 1 beliche a diária sai por R\$ 50,00; as camas solteiros em dormitório com 1 cama solteiro sai por R\$ 55,00; os quartos de luxo comportam 2 adultos e 1 criança R\$ 115,00; o quarto triplo básico com banheiro compartilhado, 1 cama solteiro e 2 camas em beliche R\$ 145,00.

Sua localização fica a 1,4 Km da Praças do Girassóis, 5,8 Km da Praia das Arnos, 3,1 Km da Praia da Graciosa, 2,3 Km do Palmas Shopping, 550 m, do Capim Dourado Shopping, 21 Km do Aeroporto de Palmas, 44,4 Km da Cachoeira do Roncador e 14,5 Km do Terminal Rodoviário de Palmas.



Figura 13 Hostel Aconchego Centro  
FONTE: [www.booking.com](http://www.booking.com) (2019)

## Palmas Hostel

Localizado em Palmas-TO na Quadra Orla 14 AL 11 QI 13 Lote 15/16, o Palmas Hostel teve início nas suas atividades em julho de 2018. A proprietária do hostel conta que a motivação para estruturar sua residência com esse tipo de hospedagem se deu pelo fato que já algum tempo alugava um quarto do seu apartamento para usuários de um sítio de acomodações, o Airbnb.com. Nesse contexto, a proprietária decidiu comprar um imóvel, que hoje se faz presente o Palmas Hostel.

O Palmas Hostel é composto por 7 quartos e 20 leitos. Além disso, conta com internet grátis, piscina, banheira de hidromassagem, café da manhã, bilhar, churrasqueira, sala de estar.

As diárias variam entre R\$ 60,00 e R\$ 124,00. As camas de solteiro em dormitório feminino e masculino com cama de solteiro custam R\$ 60,00; os quartos de luxo 2 adultos + 1 crianças variam entre R\$ 105,00 para uma pessoa, R\$ 117,80 para duas pessoas, R\$ 124,00 para três pessoas.

Sua localização fica a 4,5 Km da Praças do Girassóis, 5,1 Km da Praia das Arnos, 950 m da Praia da Graciosa, 4,4 Km do Palmas Shopping, 4,8Km do Capim Dourado Shopping, 21,1 Km do Aeroporto de Palmas, 43,9 Km da Cachoeira do Roncador e 12,6 Km do Terminal Rodoviário de Palmas.



Figura 14 Palmas Hostel

FONTE: [www.booking.com](http://www.booking.com) (2019)

## Hostel Raizes

Localizado em Palmas-TO em Taquaruçu, Rua 10 Quadra 39 lote 17 e 18, conta com internet grátis, jardim, cozinha e lounge compartilhado.

Teve início nas suas atividades no ano de 2015, de maneira não profissional, do tipo familiar, pensando também em proporcionar para os visitantes de Palmas o convívio com a natureza e a oportunidade de aproveitar o clima mais ameno de Taquaruçu, se comparado ao de Palmas. A filosofia do Raízes é voltada para a mesma adotada dos antigos hostels com a ideia de integração e participação de todos, atualmente tem capacidade para receber 12 pessoas, mais camas extras, possui uma suíte e ainda área de camping, com espaço para atender um público menos exigente e que buscar estar em contato com a natureza. Atualmente constitui-se como razão social “raízes”, e busca também realizar atividades socioeducativas em formato de oficinas voltados a temáticas educativas, de áudio visual, fotografia e temáticas ambientais e culturais.

As diárias custam entre R\$ 40,00 e R\$ 90,00. Os quartos individuais econômicos com cama de solteiro custam R\$ 40,00 as diárias; as camas em beliche em dormitório misto e cama de solteiro em dormitório custam R\$ 45,00; os quartos duplos com 1 cama de casal custam R\$ 90,00.



Figura 15 Hostel Raizes  
FONTE: [www.booking.com](http://www.booking.com) (2019)

## **4. METODOLOGIA**

### **4.1. Método de Estudo**

Este trabalho estudou o mercado de hostel em Palmas–TO. A pesquisa foi de caráter exploratório/descritivo e quantitativo.

Uma pesquisa exploratória busca analisar a realidade dos acontecimentos com o objetivo de conhecer mais a fundo determinado objeto de estudo como primeira etapa para um planejamento posterior de uma pesquisa descritiva (GIL, 2002).

Para a realização desta pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico para possibilitar um melhor entendimento sobre o tema abordado. Quanto aos objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como exploratória, pois busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando, assim, um campo de trabalho (Severino, 2007). Para Prodanov e Freitas (2013) o método descritivo mostra as características de uma determinada população ou fenômeno requisitando técnicas padronizadas de coleta de dado; ainda Prodanov e Freitas (*op. cit.*) explicam que a pesquisa exploratória pretende possibilitar maior experiência com o problema, tornando explícito ou construindo hipóteses sobre ele. Segundo Neves (2013), esse tipo de pesquisa também é capaz de explicar ou transformar conceitos e ideias, incentivando o desenvolvimento de abordagens posteriores do mesmo tempo.

### **4.2. Universo de Pesquisa**

O universo de estudo foi feito inicialmente realizado por pesquisas em sítios eletrônicos e páginas online relacionados aos meios de hospedagem do tipo hostel disponíveis em Palmas.

Posteriormente à visita in loco com aplicação de questionários, é importante ressaltar que foram deixados questionários para serem respondidos conforme a demanda. Foram entrevistados 44 hóspedes, sendo eles todos maiores de 18 anos, no período de novembro a dezembro de 2018.

### **4.3. Coleta de Dados**

Os métodos de coleta de dados podem variar da pesquisa bibliográfica e documental ao uso de questionário, entrevista ou observação (DENCKER E VÁ, 2012). Foi realizado um levantamento quantitativo dos estabelecimentos existentes. Assim, foram identificamos quatro hostels na cidade de Palmas, sendo um localizado no Distrito de Taquaruçu.

Posteriormente a essa identificação, foram feitas visitas e entrevista informal com os proprietários a fim de conhecer a história da criação do empreendimento. As entrevistas foram feitas por meio de questionário e teve como objetivo traçar o perfil do público interessado em hostel enquanto meio de hospedagem. Na primeira visita, foram entrevistados 10 hóspedes do Hostel Aconchego Centro, em Palmas. Devido a baixa estação e poucos hóspedes, os questionários foram deixados na recepção de cada hostel, para serem entregues posteriormente na nova visita realizada. Por fim realizou-se a tabulação e análise das informações colhidas nas entrevistas, apresentadas a seguir.

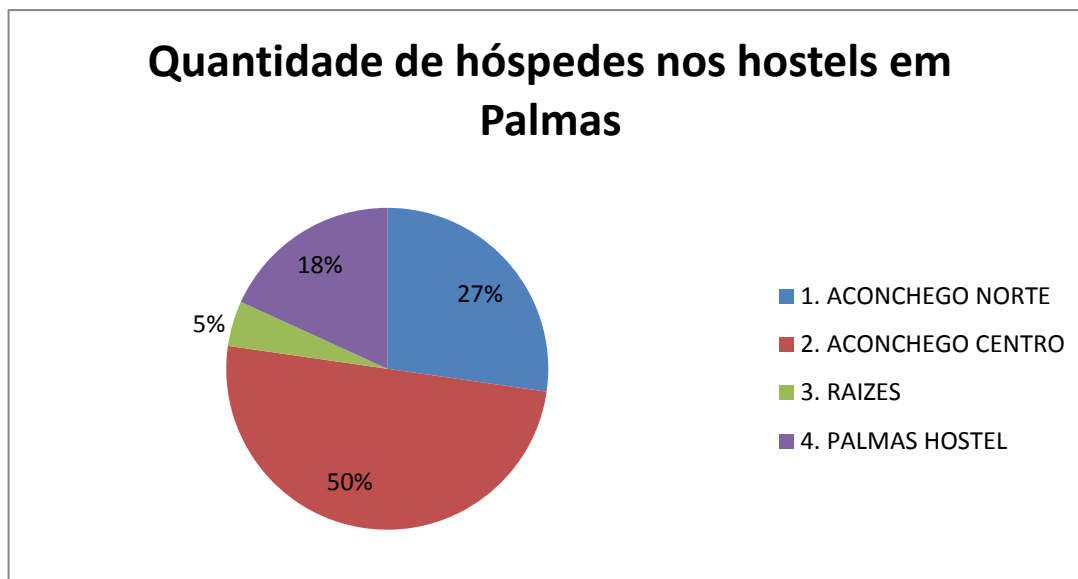
### **4.4. Análise e Interpretação dos Dados**

Abaixo serão apresentados os resultados obtidos na pesquisa realizada nos hostels identificados em Palmas-TO.

Importante salientar que nesta subseção, abordamos os dados obtidos a partir dos questionários aplicados em 4 hostels na cidade de Palmas, sendo 1 hostel localizado no Distrito de Taquaruçu.

No centro de Palmas, foram encontrados dois hostels com o mesmo nome, da mesma família, porém, com administrações distintas. Por isso, denominamos Hostel Aconchego Norte e Hostel Aconchego Centro, conforme orientação de um dos proprietários. Além desses, identificamos o Palmas Hostel, no centro da capital próximo a praia da graciosa. O Raízes Hostel & Camping está sediado no Distrito de Taquaruçu, a 45km de Palmas.

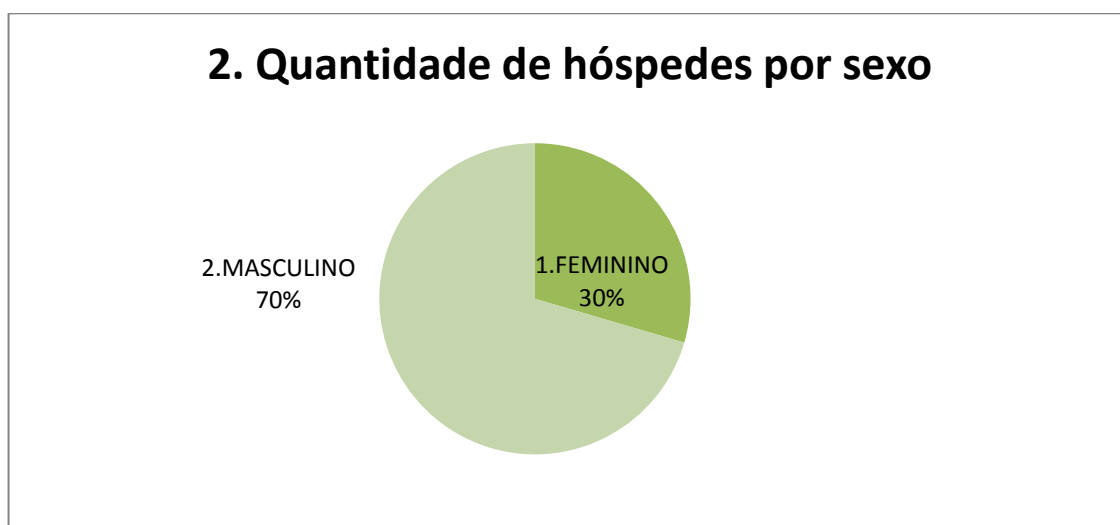
**Gráfico 1.** Quantidade de hóspedes nos hostels em Palmas.



Fonte: Elaboração própria

Os resultados apresentados no Gráfico 1 demonstram que, 50% dos turistas entrevistados e que buscam este tipo de hospedagem na região de Palmas, Tocantins, e que se responderam os questionários, 50% se hospedaram no Hostel Aconcheço Centro, 27% no Aconcheço Norte, 18% no Palmas Hostel e 5% no Hostel Raízes. Pode-se observar que existe uma preferência pelos estabelecimentos localizados no centro da cidade devido à oferta de serviços e facilidade no deslocamento na cidade.

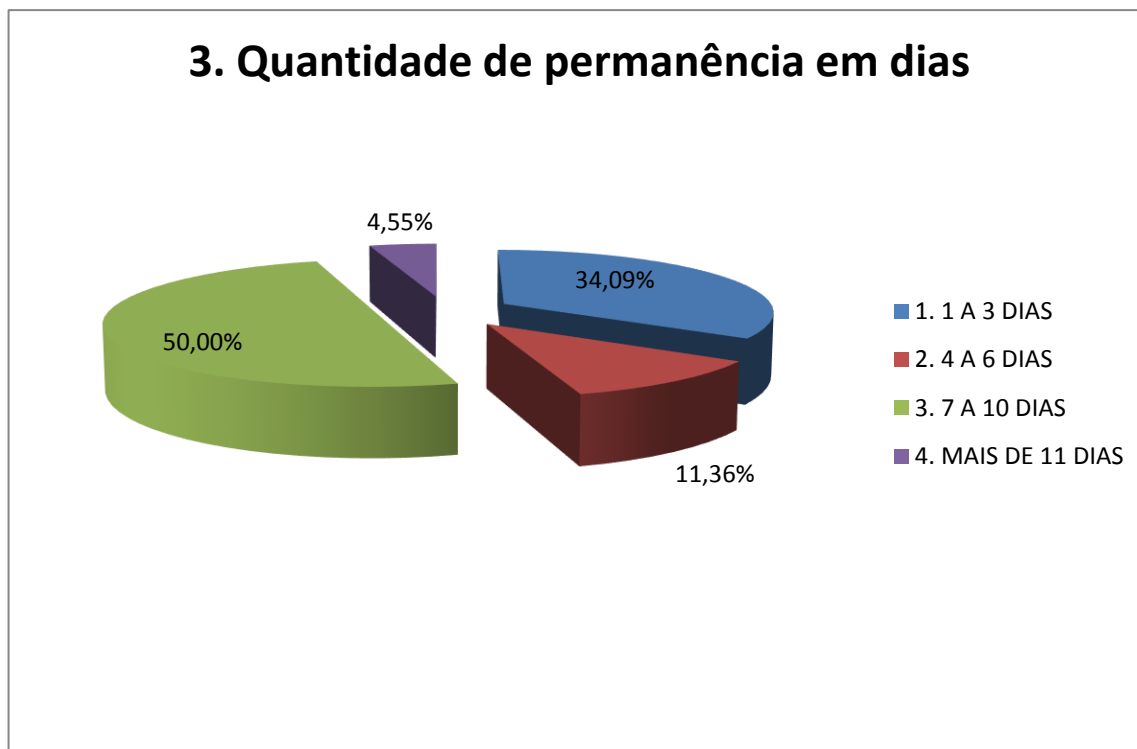
**Gráfico 2.** Quantidade de hóspedes por sexo.



Fonte: Elaboração própria

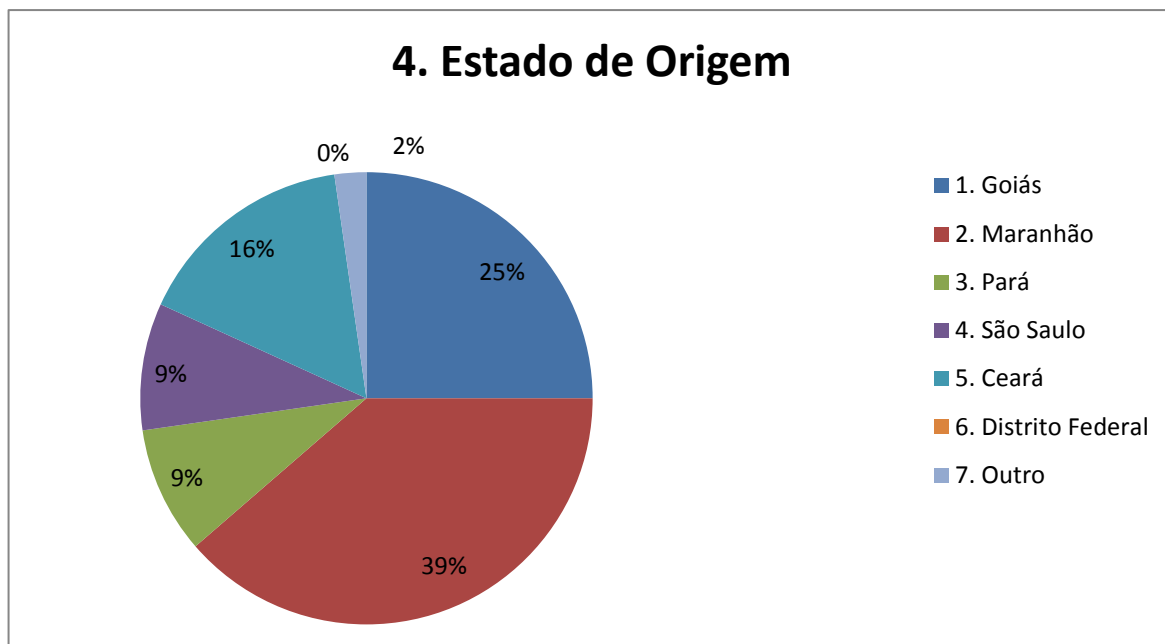
Em relação ao Gênero dos entrevistados percebe-se que houve uma predominância do sexo masculino obtendo um percentual de 70% do sexo masculino e 30% do sexo feminino conforme demonstra o Gráfico 2. Acredita-se que este tipo de hospedagem tem uma forte demanda predominante do sexo masculino pela pouca oferta de serviços e conforto.

**Gráfico 3.** Quantidade de permanência em dias.



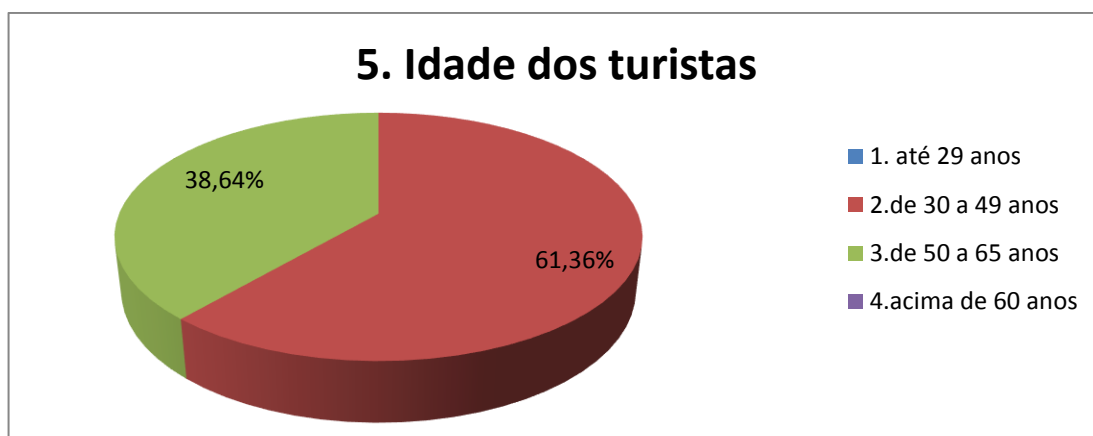
Fonte: Elaboração própria

Diante do Gráfico 3 pode ser visualizado que uma parcela significativa permanece na região durante 7 a 10 dias. Esse período de estadia é justificado pelo interesse em conhecer as belezas do Tocantins, como o Parque Estadual do Jalapão, que pode ser visitado com programação de 6 a 8 dias. Além disso, Palmas oferece outros atrativos que podem contribuir para a permanência do turista pela zona urbana, tais como as praias de rio e o Parque Cesamar.

**Gráfico 4.** Estado de Origem.

Fonte: Elaboração própria

Os resultados apresentados no Gráfico 4 demonstram que, 39% dos turistas que visitam Palmas, são do Estado do Maranhão, mostrando o potencial que pode ser explorado para atrair turistas das regiões sul e sudeste, e fortalecer o marketing para as regiões norte e nordeste.

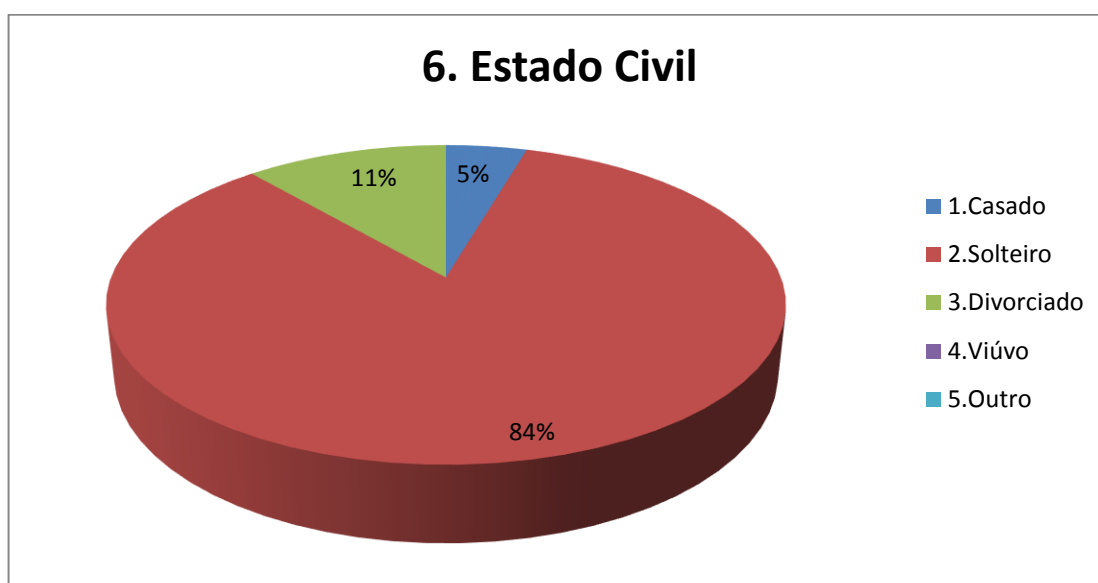
**Gráfico 5.** Idade dos turistas.

Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 5 indica que mais da metade dos turistas que visitam a região de Palmas estão concentrados na faixa dos 30 a 49 anos. Caracterizando, portanto um

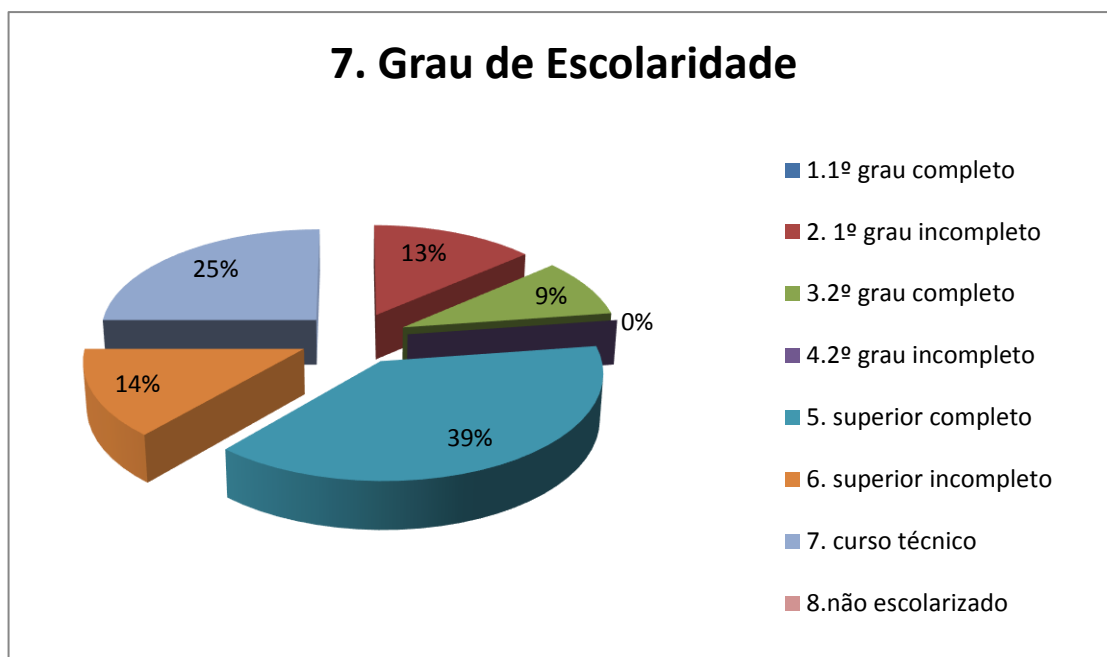
perfil de turistas mais experientes e em busca de atrações diversas, como as oferecidas na capital e no interior do Estado (destacando a região do Jalapão e o Parque do Cantão).

**Gráfico 6.** Estado Civil



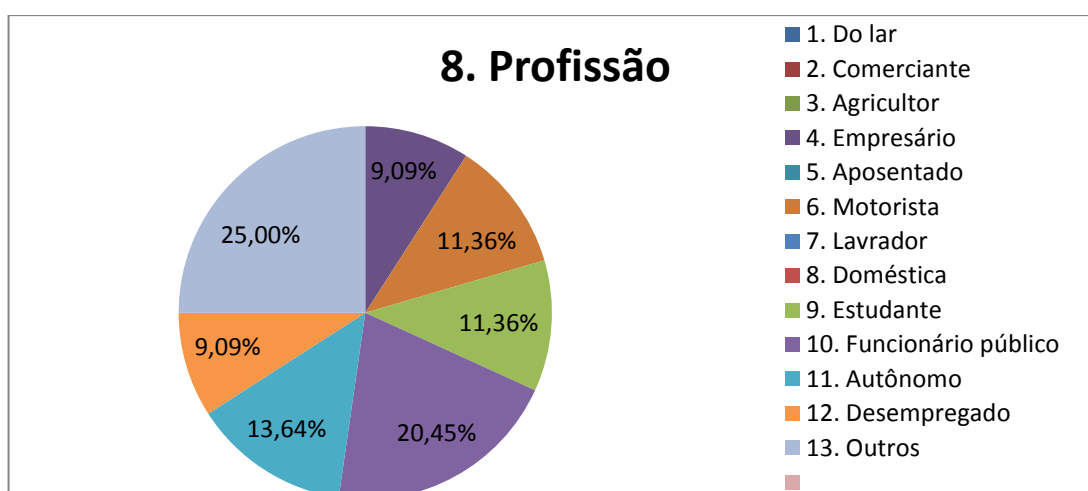
Fonte: Elaboração própria

Quanto ao Estado Civil, a pesquisa demonstrou que há um percentual altíssimo para os hóspedes solteiros, como constatado no Gráfico 6. São diversos os atrativos oferecidos em todo o Estado de Tocantins. Em sua maioria, as atividades turísticas podem ser aproveitadas individualmente (ou melhor, sem a necessidade explícita de um cônjuge), por isso o público solteiro se volta para o *trending* turístico ofertado em todo o Estado.

**Gráfico 7.** Grau de Escolaridade.

Fonte: Elaboração própria

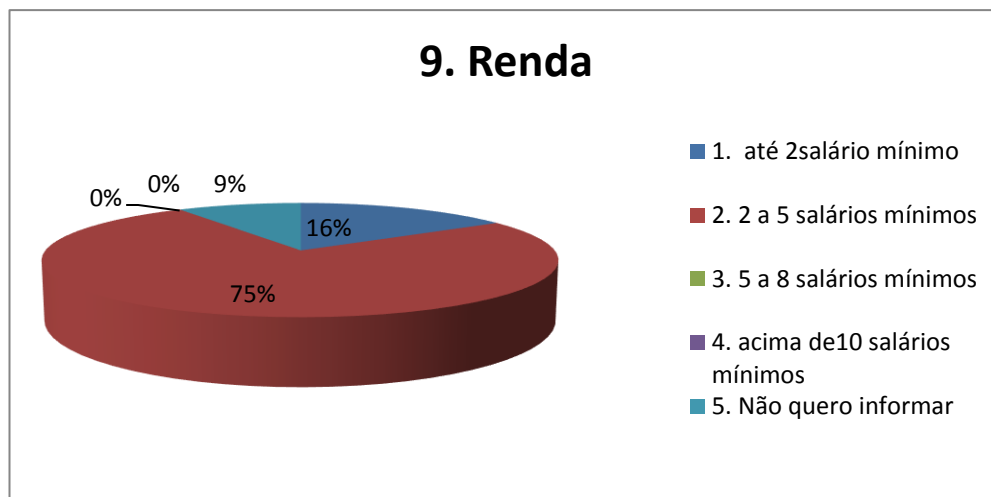
O gráfico 7 revela que 39% dos entrevistados possuem escolaridade com ensino superior completo e outros 25% possuem uma formação técnica. Esse fenômeno demonstra que os turistas participantes da pesquisa estão em uma fase da vida em que priorizam mais as atividades de lazer, realizando viagens turísticas, uma vez que suas formações escolares, por exemplo, integram um objetivo já alcançado.

**Gráfico 8.** Profissão

Fonte: Elaboração própria

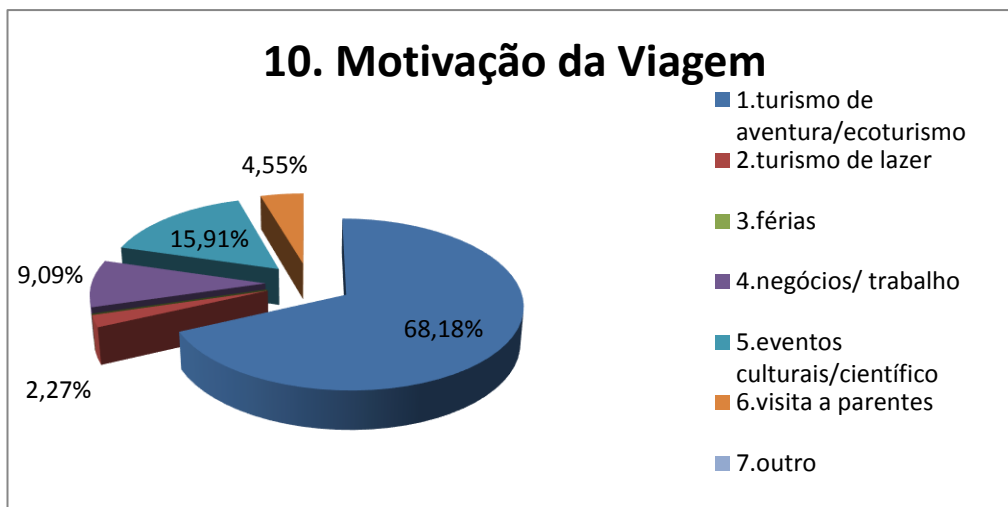
De acordo com o Gráfico 8, fica evidenciado que não houve prevalência de uma profissão específica, sendo as mais citadas: Funcionário Público e Autônomo. Essas profissões não estão ligadas aos trabalhos de iniciativa privada em si, por isso, é justificável a presença desses profissionais na região no período de realização da pesquisa.

**Gráfico 9. Renda**



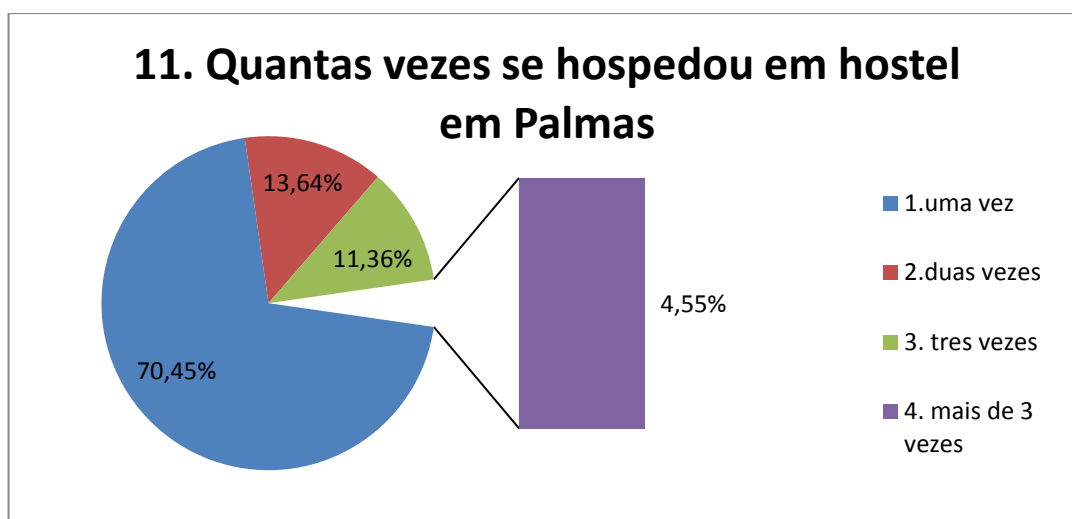
Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 9, mostra que grande parte dos entrevistados tem renda entre 2 a 5 salários mínimos, podendo comprovar que os hóspedes têm uma renda que permite viajar, porém a sempre opta por um local de hospedagem mais barato, perfil esse que se enquadra perfeitamente na proposta do Hostel.

**Gráfico 10. Motivação da Viagem**

Fonte: Elaboração própria

Nota-se no Gráfico 10 que a maior parte (68,18%) dos hóspedes que procuram hostel, o utiliza para turismo de aventura/ecoturismo e 15,91% para eventos culturais e ou científicos. Isso revela o forte potencial presente nos atrativos naturais do Tocantins, bem como a produção de eventos culturais e científicos promovidos na cidade de Palmas.

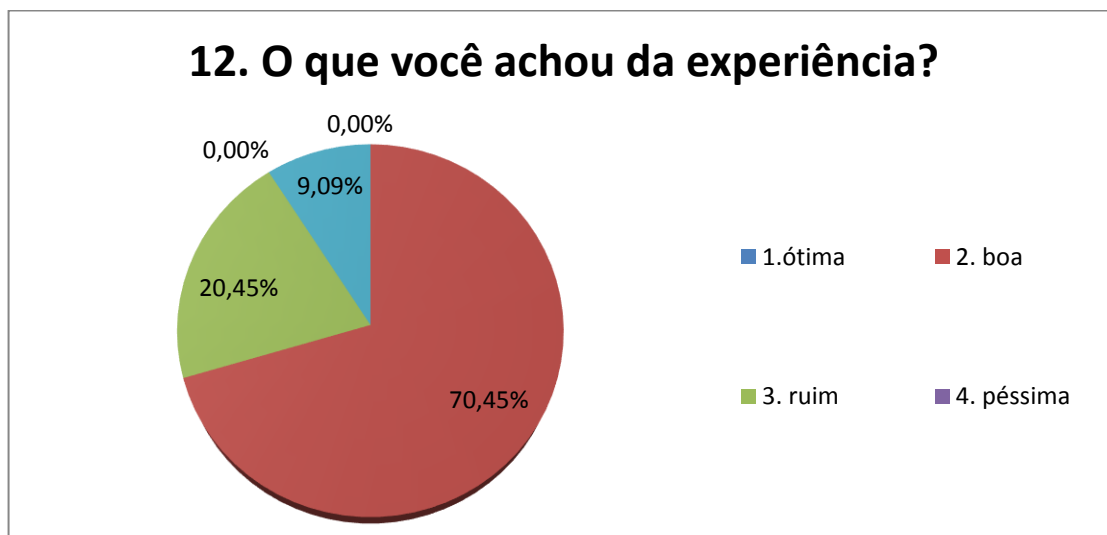
**Gráfico 11. Quantas vezes se hospedou em hostel em Palmas**

Fonte: Elaboração própria

Fica evidenciado pelo gráfico 11 que a maioria dos hóspedes (70,45%) teve sua primeira experiência em um hostel no período de realização da pesquisa. Nesse

cenário, verifica-se o quanto é recente a promoção desse tipo de hospedagem em Palmas.

**Gráfico 12.** O que você achou da Experiência



Fonte: Elaboração própria

Percebe-se no Gráfico 12, que a maior parte (70,45%) dos hóspedes dos hostels estudados ficou satisfeitos com as estruturas encontradas já que cumpriu o conceito deste meio de hospedagem com excelente recepção, e é importante também destacar que apesar dos questionários aplicados os participantes também fizeram relatos sobre suas experiências vivenciadas. Exemplo de palavras citadas nos relatos como: sensação, interação, conforto, sentimentos, valores, pessoas com culturas diferentes. Tendo essas questões em consideração, afirma-se que deve haver uma exploração de conhecimento de novo segmento da demanda turística que possui diferentes elementos como atributos para suas escolhas de produtos e serviços turísticos, que se importa mais com seu lado emocional e que espera superar suas expectativas durante a viagem e a hospedagem.

**Gráfico 13.** Pretende se hospedar em um hostel novamente.



Fonte: Elaboração própria

A experiência de se hospedar em hostel no campo investigado, demonstra que 90,91% dos hóspedes pretendem novamente se hospedar no mesmo meio de acomodação, conforme Gráfico 13. Acredita-se que as experiências vividas nesta região foram satisfatórias o suficiente para serem escolhidas e repetidas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crescimento do turismo em Palmas é notório, mesmo assim percebe-se um fluxo sazonal de turistas, acreditando que tal fluxo segue o período da realização dos eventos e do período de férias escolar. Acredita-se que o fluxo turístico permanecerá nesta região pelo fato da diversidade de atrativos naturais e culturais. Baseado nisso, o presente projeto buscou averiguar não o fluxo, mas a demanda existente pelos meios de hospedagem denominados Hostel.

O estudo foi realizado por meio de uma revisão de literatura, assim possibilitou a maior compreensão dos meios de hospedagem, sedimentou-se num estudo exploratório-descritivo com interpretação de dados, sob o enfoque da pesquisa de campo. Uma das dificuldades encontradas para a realização deste trabalho foi o quantitativo de hóspedes encontrados no momento da aplicação dos questionários, sendo necessário deixar o material *in loco* para serem respondidos conforme o objeto do trabalho, que era identificar a demanda existente e os fatores motivacionais por hostel em Palmas.

Adotou-se como instrumento um questionário de 13 questões de múltipla escolha. O conteúdo do questionário centrou-se em assuntos que pudesse identificar o perfil do usuário e suas experiências na região.

Primeiramente, foram identificados 4 meios de hospedagem caracterizados como hostels.

Constatou-se, com a análise dos dados obtidos, que o atual perfil do consumidor de hostels em Palmas não busca apenas preço baixo, uma vez que, conforme o gráfico nove (9), 75% dos entrevistados possuem renda entre 2 a 5 salários mínimos e permanecem no estabelecimento de 7 a 10 dias.

Vale ressaltar que apesar de a maioria dos estudos da área citar que o público alvo do hostel seja de jovens entre 20 a 30 anos, o percentual de entrevistados nos 4 hostels surpreendeu pois, 61% dos hóspedes apresentaram faixa de 30 a 49 anos. E ainda que estes estabelecimentos sejam montados de forma simples, em Palmas, o cenário tem estrutura diferente do padrão, pois os mesmos ofertam equipamento de

boa qualidade e serviços diferenciados.

Ao traçar os dados obtidos nos gráficos 5, 6, 7, 8 e 9, pode-se compreender o motivo pelo qual esse público busca este tipo de hospedagem. Em sua maioria, solteiros, com renda razoavelmente boa e com profissões sem relação direta com o setor privado, a mesma ideia do autor PERCE; LOKER-MURPHY, que associa este tipo de consumidor por ele chamado de Backpacker, que estão em busca de hospedagem econômica.

Os resultados da pesquisa mostram a presença desses turistas em uma época de final de baixa temporada, o mês de dezembro. O cenário mostra que existe uma demanda reprimida por este tipo de alojamento, acredita-se que pelas festas de fim de ano que movimentam as cidades no período de tais festividades.

Diante do exposto, conclui-se, através da pesquisa que os hóspedes que escolheram esse meio de hospedagem na cidade de Palmas, estão acostumados com a rotina e as características de um hostel, pois mostraram nas suas respostas que além de poderem preparar seu próprio alimento, podem ao mesmo tempo interagir com pessoas de diversas nacionalidades, culturas e com interesses em comum. Percebeu-se também que um dos fortes interesses em se hospedar nos hosteis em Palmas vem pela prática do Turismo de Aventura e Ecoturismo que é bastante presente no Estado.

Foi constatado que esses consumidores não estão interessados no contato com os residentes, mas sim na interação com outros consumidores e turistas que fazem parte do mesmo ambiente, fato este que não é presente na atividade pois no turismo um dos fatores importantes é o contato com a comunidade local. Isso configura um aspecto diferencial do que está posto em literatura acerca do perfil do público alvo do tipo de hospedagem hostel.

Para um dos empresários, eles buscam o hostel não só pelo fator econômico e sim pela oportunidade de conhecer novas pessoas e poder interagir com outras pessoas, ou seja, a busca da não solidão.

## REFERÊNCIAS

ALTELJEVIC, I.; DOORNE, S. **Theoretical Encounters: A Review of Backpacker Literature – A Transnational Research Project on Backpacker Tourism**, 2002. 19 p.

BACKPACKER HOSTELS: **Place and Performance**. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/264055205\\_Backpacker\\_Hostels\\_Place\\_and\\_Performance](https://www.researchgate.net/publication/264055205_Backpacker_Hostels_Place_and_Performance): acesso em 06 de janeiro de 2019.

BADARÓ, Rui Aurélio de Lacerda. **O Direito do Turismo através da história e sua evolução**. São Paulo: [s.n.], 2005. Disponível em: <[www.ibcdtur.org.br/arquivos/DireitoDoTurismoHist.pdf](http://www.ibcdtur.org.br/arquivos/DireitoDoTurismoHist.pdf)>. Acesso em: 10 jul. 2018.

BAHLS, Álvaro Augusto Dealcides Silveira Moutinho. **HOSTEL: proposta conceitual, análise socioespacial e do panorama atual em Florianópolis (SC) (Dissertação de Mestrado)**. Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, 2015.

BAHLS, Álvaro Augusto Dealcides Silveira Moutinho; Pereira, Raquel Maria Fontes do Amaral. **Hostel, uma proposta de revisão conceitual para a abordagem de futuras pesquisas**. Revista Tur., Visão e Ação, Vol. 20 - n. 2 - mai./ago. 2018.

BELCHIOR, Elyσιο e POYARES, Ramon. **Pioneiros da hotelaria no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1987.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 1998

CEZAR, Therbio Felipe M. **Antecedentes históricos do turismo e da hotelaria; uma revisão**. Disponível em: <<http://www.infotecne.com.br/infotecne.cgi?flagweb=tur10>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

COBURN, O. **Youth Hostel Story: The National Council Social Service**. 1950.

Confederação Nacional do Comércio. **Breve história do turismo e da hotelaria**. Rio de Janeiro, 2005. Conselho de Turismo – Rio de Janeiro, 2005. 38 p. 1. Turismo. 2. Hotelaria. I

DIAS, Célia M. (org). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo. Manole, 2002. Turismo, Hotelaria e Hospitalidade.

EMBRATUR. **Projeto dos Albergues da Juventude**. Rio de Janeiro: EMBRATUR, 1987.

ERIG, Geruza Aline. **Hospitalidade como vantagem competitiva: um estudo de**

**caso das instituições turísticas de Palmas – TO na visão dos atores**(Dissertação de Mestrado). Curso de Pós - graduação em Turismo, Universidade de Brasília, 2014. 125p.

FALCÃO, A. S.; OLIVEIRA I. D. **O “hostel” como um novo meio de hospedagem e sua vertente sustentável.***DisciplinarumScientia*. Série: Artes, Letras e Comunicação, S. Maria, v. 14, n. 1, p. 49-56, 2013.

FILHO, Wanderlei Gomes, Dissertação: **TURISMO BACKPACKER NA CIDADE DE SAO PAULO**;Um estudo sobre a rede de Albergues *Hi Hostel*, 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, M. H. B.; Campos, L. C. de A. M.. **Introdução a Turismo e Hotelaria. Rio de Janeiro: SENAC Nacional**. (1998).

GUASSO, Igor; CARNEIRO, Michael Loureiro; PERON, Thiago. **Os serviços e a empresa hoteleira: um estudo de caso do Cristal Palace Inn – Lins**, 2009. 92p. il. 31cm. Monografia apresentada ao Centro Universitário Católico Salesiano *Auxilium*–UNISALESIANO, Lins-SP, para graduação em Administração, 2009.

HIRATA, Fernanda Akemi; BRAGA, Debora Cordeiro. **Demanda turística e o estudo sobre motivação. Boa Vista: Editora da UFRR**, 2017, 113p.

HOSTELLING INTERNATIONAL. **Hostels**. Disponível em:<<http://www.hihostelbrasil.com.br/>>. Acesso em: 16 de maio de 2018.

IBGE. **Panoramas**. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/to/palmas/panorama>>, acesso em 16 ago 2018.

JO ANNE HECHT , DAVID MARTIN , (2006) "**Backpacking e hostel-picking: uma análise do Canadá**",*Revista Internacional de Gestão Hoteleira Contemporânea***Vol. 18** Edição: 1, pp.69-77.

NASCIMENTO, M.; ERIG, G.**Hospitalidade como vantagem competitiva: um estudo de caso dos empreendimentos turísticos de Palmas na visão dos atores. Ágora**. Santa Cruz do Sul, v.19, n. 02, p. 89-100, jul./dez. 2017.

NEVES, Tonderson Ribeiro. **Turismo e acessibilidade: um estudo nos equipamentos turísticos natalenses, Aquário Natal e Fortaleza dos Reis Magos com base na Associação Brasileira de Normas Técnica (ABNT)**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, RN, 2013.

PEARCE, Philip L., LOKER-MURPHY, Laurie. Young Budget Travelers: **Backpackers in Australia. Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 4, p. 819-843, 1995.

PREFEITURA DE PALMAS. Disponível em: <http://www.palmas.to.gov.br>. Acesso em: 22 de julho de 2018.

PREFEITURA DE PALMAS/Agência Municipal de Turismo. **O Guia Turístico Palmas e Cidades do Lago**. Tiragem: 10.000ex. Gráfica: Fotolaser Gráfica e Editora Ltda. 2014.

SATYRO, A. G., PINHEIRO, Z. **Os albergues independentes como um novo meio de hospedagem e prestação de serviços. Estudo de caso: Red Hostel**. *UNOPAR Cient., Ciênt. Juríd. Empres.*, Londrina, v. 7, p. 31-38, mar. 2006.

SENAC. DN. **Introdução a Turismo e Hotelaria/ Luiz Cláudio de A. Manescal Campos; Maria Helena Barreto Gonçalves**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998. 112p. II. Inclui bibliografia. Turismo; Hotelaria; Mercado: Desenvolvimento.

**ANEXOS**

**Anexo I – Questionário - Pesquisa de Demanda por hostels em Palmas- TO**

Data: \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

Local: Hostel \_\_\_\_\_

1. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino ( ) Outro: \_\_\_\_\_
2. Check in : \_\_\_\_\_ Check out: \_\_\_\_\_
3. Qual o seu local de origem?  
Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_
4. Qual sua idade?  
( ) Até 29 anos  
( ) De 30 a 49 anos  
( ) De 50 a 65 anos  
( ) Acima de 65 anos
5. Qual o seu estado civil?  
( ) Solteiro ( ) Casado ( ) Divorciado ( ) Viúvo
6. Qual a sua escolaridade?  
( ) Ensino Fundamental completo  
( ) Ensino Fundamental incompleto  
( ) Ensino Médio completo  
( ) Ensino Médio incompleto  
( ) Curso Técnico \_\_\_\_\_  
( ) Ensino Superior \_\_\_\_\_  
( ) Não escolarizado
7. Qual sua profissão?  
\_\_\_\_\_.
8. Qual a sua renda mensal? (Salário Mínimo R\$ 954,00)  
( ) Até 2 ( ) De 2 a 5 ( ) De 5 a 8 ( ) De 8 a 10 ( ) Acima de 10  
( ) Não quero informar
9. Qual a motivação de sua viagem?

- Turismo de aventura/ecoturismo
  - Turismo de lazer
  - Viagem de Férias.
  - Viagem de Negócios/Trabalho.
  - Participação em eventos (culturais, esportivos, científicos/acadêmicos, etc.)
  - Visita a familiares/amigos.
  - Outra: \_\_\_\_\_

10. Quantas vezes você se hospedou em hostel em Palmas-TO?

- Uma vez/Esta é a primeira vez - O que você achou da experiência? ( Ótima ( Boa ( Ruim  
 Péssima
- Duas vezes
- Três vezes
- Mais de três vezes

11. Por que escolheu se hospedar em um Hostel?

---

12. O que você achou da experiência?

- Ótima ( Boa ( Ruim ( Péssima

13. Você pretende se hospedar em hostel novamente?

- Sim ( Não