

ANÁLISE DO PERFIL DO SETOR HOTELEIRO DE PALMAS-TO

Naanna Carolina Costa Leite¹, Daniel de Oliveira Alcantara², Janaina Maria Andrade Aires Fonseca³
Joseane Ribeiro de Menezes Granja Junior⁴

¹Graduanda do CST em Gestão de Turismo – IFTO Campus Palmas. Bolsista do PIC/IFTO. e-mail: <naannacarolinac@gmail.com>

²Graduando do CST em Gestão de Turismo – IFTO Campus Palmas. e-mail: <d.oliveira.alcantara@gmail.com>

³Docente da Área de Turismo e Hospitalidade e Lazer do IFTO Campus Palmas. e-mail: <janaina@ifto.edu.br>

⁴Docente da Área de Gestão e Negócios do IFTO Campus Palmas. e-mail: <granja@ifto.edu.br>

Resumo: A Hotelaria de Palmas-TO vem se desenvolvendo nos últimos anos com a oferta e surgimento de novos empreendimentos hoteleiros. Para o turismo esta atividade é de grande relevância, além de ter uma importância econômica e social. Por meio deste estudo buscou-se analisar o perfil do setor hoteleiro de Palmas, buscando ampliar o conhecimento sobre a oferta de serviços de hospedagem, oferecendo importantes subsídios para os planejamentos públicos e privados. Quanto a metodologia, trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória com orientação quantitativa cuja coleta de dados deu por meio de aplicação de questionários in loco nos estabelecimentos hoteleiros de Palmas. O resultado da pesquisa demonstrou que diante da significativa quantidade de hotéis, principalmente familiares e de pequeno porte, é inexpressivo em relação ao número de empreendimentos de redes nacionais ou internacionais.

Palavras-chave: Setor Hoteleiro, Perfil, Palmas

1 INTRODUÇÃO

O Turismo é uma atividade econômica de grande importância em todo o mundo e um grande impulsionador do PIB de vários países. De acordo com a *World Travel and Tourism Council* - WTTC a contribuição total do Turismo para o PIB mundial em 2013 foi US\$ 6,9 bilhões de dólares, correspondendo a 9,5% do PIB global e, em 2014, houve um aumento de 5,7%, correspondendo a uma contribuição de US\$ 7,3 bilhões de dólares.

Nota-se que esse fenômeno ocorre, motivado pelas atividades econômicas desenvolvidas pelo trade, que inclui a indústria hoteleira, agências de viagens, companhias aéreas, serviços locomoção, restaurante e entretenimento dentre outros serviços ofertados ao turista (WTTC, 2014).

O mercado de turismo no Brasil vem sustentando tendência de crescimento nos últimos anos, e o segmento hoteleiro tem acompanhado as transformações e demandas do setor turístico e vem conseguindo recuperar suas taxas de ocupação. No que se refere às despesas com viagens, é conhecido que aproximadamente 33% são oriundas da conta da hotelaria no Brasil (MTUR, 2015; MEIRA, 2012). Isto significa que a atividade hoteleira é responsável por aproximadamente um terço da contribuição advinda do segmento turístico brasileiro.

No entanto, a rede hoteleira deve estar preparada para atender às novas demandas que surgem com o avanço das ferramentas tecnológicas e o surgimento das novas gerações (CASTILLO & QUINTERO, 2013), bem como as demandas de grandes eventos como aconteceram recentemente no Brasil (Copa do Mundo em 2014, Jogos Olímpicos e Paraolímpicos em 2016).

No Brasil esta atividade atrai divisas e gera empregos, notadamente para uma cidade como Palmas capital do Tocantins, que se destaca como um importante destino de turismo de Negócios e Eventos do país. A hotelaria de Palmas tem como característica a gestão familiar, assim a pouca profissionalização e os baixos investimentos em tecnologia, tem gerado perdas significativas no mercado. O crescimento do número de novos hotéis instalados em Palmas e a possibilidade da entrada de redes internacionais torna esse ramo altamente competitivo.

A expectativa é da oferta de unidades hoteleiras superar a demanda. Nesse contexto, os hotéis que não aprimorarem a qualidade, diversidade de serviços, práticas e sistemas de gestão com objetivo de gerar desempenho superior, terão problemas para sobreviver.

Nesse contexto, o presente trabalho foi realizado com o objetivo de analisar o perfil do setor hoteleiro de Palmas, buscando ampliar o conhecimento sobre a oferta de serviços de hospedagem, oferecendo importantes subsídios para os planejamentos públicos e privados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Origem e Expansão da Hotelaria No Brasil

Quando analisamos a história da hotelaria brasileira, observamos que ela está sempre atrelada ao empreendimento familiar e como uma opção secundária de incremento financeiro para seu proprietário, que já tinha outra fonte de renda. No entanto, a partir da segunda metade do século XX que realmente se percebe maior interesse no setor hoteleiro e na sua profissionalização. (MIRANDA, 2008).

Segundo Miranda (2008), a necessidade de hospedar pessoas no Brasil iniciou logo depois do descobrimento, na instalação das capitâneas hereditárias. Coube aos mandatários dessas capitâneas instalarem, na nova colônia, as primeiras hospedarias, pela necessidade de abrigar viajantes que se deslocavam constantemente. No período colonial, os viajantes se hospedavam nas casas-grandes dos engenhos e fazendas, nos casarões das cidades, nos conventos e, principalmente, nos ranchos que existiam à beira das estradas, erguidos, em geral, pelos proprietários das terras marginais. Aos ranchos e pousadas ao longo das estradas foram se agregando outras atividades comerciais e de prestação de serviços que deram origem a povoados e, oportunamente, a cidades.

Em 1808, a chegada da corte portuguesa à cidade do Rio de Janeiro e a consequente abertura dos portos trouxeram um grande fluxo de estrangeiros, que aqui vieram exercer funções diplomáticas, científicas e comerciais só então, os brasileiros nativos puderam ter seus próprios negócios, antes só permitidos aos portugueses (MIRANDA, 2008).

Conforme mostra Andrade (2002) as pequenas hospedarias e pensões com finalidade específica de hospedar pessoas foram instaladas nas principais cidades. Com isso, houve aumento da demanda por alojamentos, e nos anos seguintes os proprietários da maioria das casas de pensão, hospedarias e tavernas passaram a utilizar a denominação de hotel, com a intenção de elevar o conceito da casa, independentemente da quantidade dos quartos e do padrão dos serviços oferecidos.

No início da década de 70, houve um progresso acentuado. Segundo Castelli (2000) em 1966 é criada a Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), junto com ele, o Fungetur (Fundo Geral de Turismo), atuando com incentivos fiscais para implantação de hotéis, promovendo uma nova fase na hotelaria brasileira, principalmente no segmento de hotéis de luxo, os chamados cinco estrelas. Nos anos 60 e 70 chegam ao Brasil as redes hoteleiras internacionais. Mesmo sem um número importante de hotéis, essas redes vão criar uma nova orientação na oferta hoteleira, com novos padrões de serviços e de preços.

Com o desenvolvimento das comunicações e dos transportes, aumentou o volume de viagens, passeios turísticos e também a necessidade de boas acomodações em hotéis. Novas unidades hoteleiras começaram a surgir em todas as grandes cidades brasileiras e também em pequenas cidades que possuíam mananciais turísticos. Surgiram as cadeias hoteleiras nacionais como: *Horsa, Othon, Tropical/Varig* e outras. A primeira cadeia internacional que investiu no Brasil foi a cadeia Hilton, e seguiram-se muitas outras como: *Sheraton, Intercontinental, Holiday Inn, Méridien, Accor*, que juntamente com as nacionais fazem parte do desenvolvimento turístico do Brasil. (PEREIRA e COUTINHO, 2017)

A hotelaria é considerada uma atividade primordial para o turismo, tanto na importância quanto na quantidade de recursos que os turistas deixam nestes estabelecimentos, ou ainda na quantidade de empregos formais gerados (MTUR, 2015). A hotelaria está vinculada a demanda turística, e não está composto de hotéis, pousadas e hospedarias que prestam serviços, basicamente, a turistas (MELLO & GOLDENSTEIN, 2016).

De acordo com Maurício e Ramos (2011), a hotelaria é considerada a indústria de bens e serviços, possuindo características próprias de organização e sua principal finalidade de fornecimento de hospedagem, alimentação, entretenimento, segurança e bem-estar dos hóspedes.

Duduche et al. (2011, p.106), conceituam empresas hoteleiras como “prestadoras de serviços que possuem como atividade principal a hospedagem, diferenciando-se das demais atividades econômicas, dependendo de seus clientes para o seu funcionamento”.

As perspectivas de crescimento da hoteleira no Brasil são promissoras, em função da relativa estabilização da economia do país e do aumento acentuado das viagens turísticas nos dois últimos

anos, principalmente ao exterior, o que significa que a estabilização da moeda e dos preços conduziu à incorporação do item viagens ao orçamento familiar, pelo menos entre a classe média. As viagens turísticas ao exterior apresentam um componente importante para a hotelaria brasileira: os turistas brasileiros, 80 por cento dos quais se destinam aos Estados Unidos, passam a conhecer o padrão da hotelaria de países desenvolvidos, que apresentam melhor qualidade e menores preços. Gradualmente, esses turistas irão pressionar as empresas do setor hoteleiro no Brasil a oferecer mais qualidade e preços menores.

Uma forte tendência ressaltada por Davies (2003) é que, nos últimos anos, cadeias hoteleiras internacionais vêm promovendo uma política mais sistemática para ampliar sua participação no mercado brasileiro, visando inclusive os segmentos de mercado menos atendidos (hotéis econômicos). De modo geral, a continuidade dessa política trará alterações significativas nos padrões da oferta atual. A concorrência se tornará mais acirrada, com conseqüente diminuição das tarifas, e os padrões de atendimento ao cliente deverão melhorar e se aprimorar.

Hoje, a hotelaria no Brasil se vê em meio a um mercado altamente competitivo, onde se preza por uma melhor qualidade nos seus serviços, decorrente de uma clientela cada dia mais exigente e que não busca apenas um lugar para se hospedar e alimentar-se, mas um lugar em que se sinta acolhido, despertando assim uma maior necessidade na qualificação de profissionais que compõem a organização hoteleira, além de serviços diferenciados (MENEZES et al, 2011).

2.2. Classificação e Tipologia dos Meios de Hospedagem

Consideram-se meio de hospedagem os negócios que tem como objetivo prestar serviços de alojamento temporário, independentemente de sua forma constitucional. De acordo com a Lei 11.771/2008 – Art.23., os serviços devem ser ofertados em unidades de uso exclusivo do hóspede, assim como os outros serviços de hospedagem, mediante a contrato e cobrança de diária. A partir do conceito geral de meio de hospedagem é possível definir cada um dos tipos de hospedagem, de acordo com Ministério do Turismo (2010):

Hotel: Estabelecimento de alojamento temporário, que possui serviço de recepção, ofertando ou não refeição, oferecendo UH individual e de uso exclusivo dos hóspedes, a partir de cobrança de diária; **Resort:** Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento, com disponibilidade de serviços de estética, atividades físicas, recreação e contato com a natureza; **Hotel Fazenda:** Hotel localizado no ambiente rural, com exploração agropecuária, oferecendo entretenimento e vivência no campo; **Café e Cama:** Hospedagem em residência, com no máximo três UH's para uso turístico, com serviços de hospedagem, sendo que o possuidor do “estabelecimento” resida no mesmo;

Hotel Histórico: Hotel instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida; **Pousada:** Prédio de característica horizontal, contendo no máximo 30 UH's e 90 leitos, dispondo de serviço de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ainda ser composto de um único prédio com até três pavimentos, ou ter a disposição chalés ou bangalôs; **Flat/Apart-Hotel:** Constituídos por UH's que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em prédio com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção e serviço de quarto.

O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem mantém a utilização da simbologia de estrelas e passa a adotar a seguinte segmentação: hotel (de uma a cinco estrelas); resort (de quatro ou cinco estrelas); hotel fazenda (de uma a cinco estrelas); cama & café (de uma a quatro estrelas); hotel histórico (de três a cinco estrelas); pousada (de uma a cinco estrelas); e flat/aparthotel (de três a cinco estrelas). (MELLO & GOLDENSTEIN, 2016)

De acordo com Bertoli Neto (2013), o objetivo da classificação hoteleira é oferecer ao hóspede uma referência de acomodação que traduza fielmente os níveis de conforto, serviços e preços esperados de acordo com as suas diferentes motivações e objetivos, possibilitando a comparação entre os diversos equipamentos de hospedagem disponíveis em uma região.

Os hotéis podem ainda ser classificados de diversas formas: pelo tamanho, pelo tipo de serviço que oferece, pelo tipo de unidades Habitacionais (UH), pelo número de leitos, pela receita anual, e até pela autoclassificação.

Segundo Castelli (2000), as empresas hoteleiras podem ser classificadas de acordo com seu tamanho, em pequenas, médias e grandes. São considerados meios de hospedagem de pequeno porte aqueles que possuem de 1 a 50 Unidades habitacionais (UHs), de 51 a 100 UHs são de médio porte e meios de hospedagem com mais de 101 UHs são considerados de grande porte.

Podem ser classificados também quanto a sua constituição em forma de cadeia (rede) ou organizadas de forma isolada ou independente (Pinto & Santos, 2012). A separação entre a propriedade do imóvel e a gestão do negócio é mais comum e evidente no segmento da grande hotelaria, em que se sobressaem as grandes bandeiras operadoras, ou marcas, das redes internacionais e domésticas. Várias formas de acordo podem ser firmadas entre proprietários e operadoras, mas, via de regra, a opção estratégica das grandes bandeiras é ser prestadora dos serviços de gerenciamento do hotel. Por sua vez, os denominados hotéis independentes são gerenciados por seus proprietários ou, em alguns casos particulares, por terceiros. Contudo, as grandes administradoras, detentoras das marcas,

fazem exigências para gerir os hotéis que devem ser atendidas ainda na fase de projeto de uma nova construção (MELLO & GOLDENSTEIN, 2016).

3. METODOLOGIA/MATERIAIS E MÉTODOS

Esse estudo é classificado, metodologicamente, segundo seus objetivos, em uma pesquisa descritiva e exploratória, pois será realizada uma descrição sobre o perfil do setor hoteleiro de Palmas, já que não existem dados sobre esta temática, na localidade. Dentre os procedimentos adotados, a pesquisa pode ser classificada como bibliográfica e documental a qual buscará informações teóricas e dados secundários, bem como uma pesquisa de campo in loco com intuito de se obter dados primários sobre as características do setor hoteleiro de Palmas.

Conforme Santos (2016), a pesquisa bibliográfica é feita com base em documentos já elaborados e a pesquisa estudo de caso analisa com profundidade um ou poucos fatos e é usada em estudos exploratórios. A pesquisa bibliográfica abrange a leitura, análise e interpretação de obras escritas sobre o tema em estudo, como a origem e expansão da Hotelaria no Brasil e Tipologia dos Meios de Hospedagem, com a finalidade de servir de fundamentação teórica ao trabalho.

A pesquisa documental será obtida pelo sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo – o CADASTUR, através do órgão público responsável pelo turismo no Estado do Tocantins, com o intuito de identificar os hotéis existentes na cidade.

O Cadastur é um sistema de cadastro que tem como principal objetivo promover a formalização e a legalização de pessoas, físicas e jurídicas, que trabalham na cadeia produtiva do turismo. É executado pelo Ministério do Turismo em parceria com órgãos Oficiais de Turismo das unidades da Federação (MINISTÉRIO DE TURISMO, 2010).

Destarte, a partir de uma pesquisa de campo foi realizada uma coleta de dados por meio da aplicação de questionários com perguntas fechadas em uma amostra de 26 estabelecimentos hoteleiros de Palmas de um universo total de 52 empreendimentos existentes na cidade, com o objetivo de conhecer suas principais características.

Após a coleta de dados, ocorrerá a tabulação dos mesmos, e o seu processamento será realizado na ferramenta *LibreOffice*, utilizando-se de métodos estatísticos de modo a obter subsídios suficientes para a compreensão da realidade investigada e a proposta de uma resposta à problematização construída.

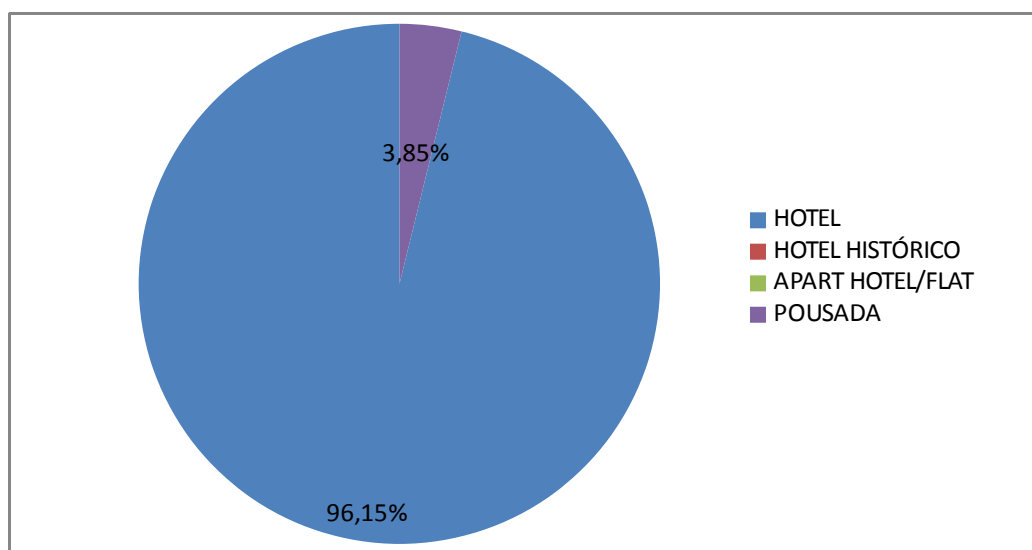
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfil do Setor Hoteleiro de Palmas-TO

O perfil dos meios de hospedagem levantou questões como o tipo de estabelecimento, porte, categoria e característica do estabelecimento. A compreensão do seu perfil, juntamente com os demais dados como infraestrutura e serviços oferecidos, dentre outros, permite conhecer as particularidades do setor de hoteleiro de Palmas-TO.

De acordo com os dados coletados, dos tipos de estabelecimentos hoteleiros existentes, observa-se que 96% são do tipo Hotel e apenas 4% se enquadra na categoria pousada, conforme apresentado no gráfico 1.

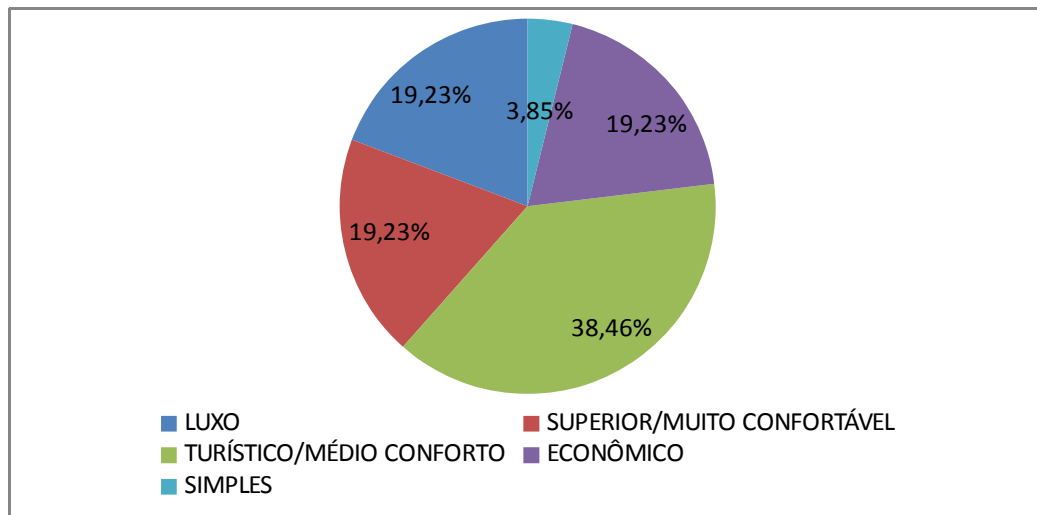
Gráfico 1: Tipo de Estabelecimento



Fonte: Elaborado pelos autores

O gráfico 2 nos mostra que, 39% dos empreendimentos hoteleiros possuem a categoria de turístico/médio conforto e 19% são respectivamente: luxo, superior/muito confortável e econômico. Isso nos mostra que grande parte dos hotéis oferece aos turistas uma estrutura básica, fazendo-se necessário que os mesmos busquem alternativas que visem melhorar seus serviços com excelência e qualidade, como também fazer com que eles tragam um diferencial para cativar e fidelizar seus clientes.

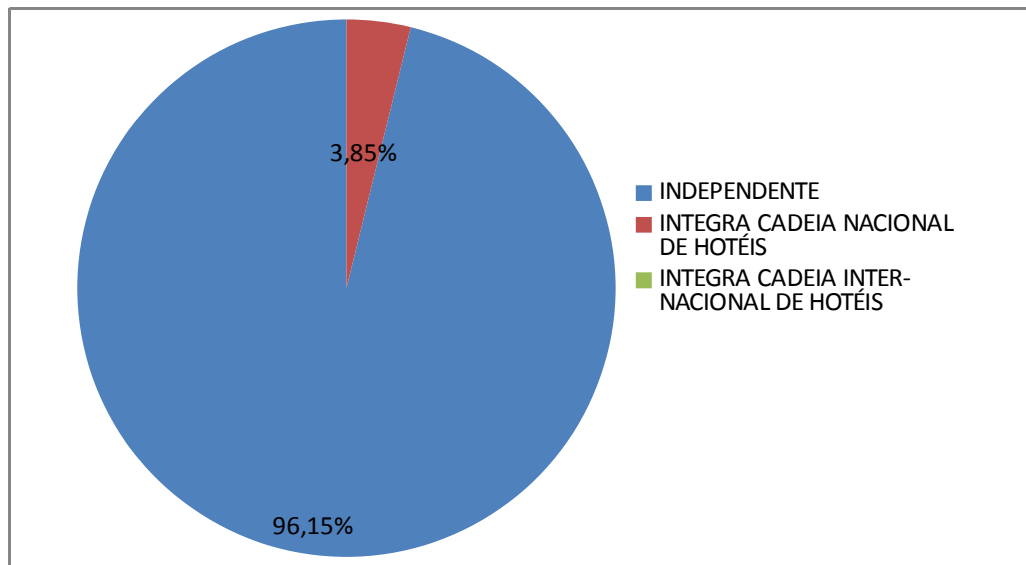
Gráfico 2: Categoria do Estabelecimento



Fonte: Elaborado pelos autores

No gráfico 3 podemos observar que 96% dos empreendimentos são independentes e apenas 4% integram cadeia nacional de hotéis. Analisamos que Palmas por ser uma capital ainda em fase de crescimento, com o decorrer do tempo apresentará novos empreendimentos que possam integrar a cadeia nacional ou internacional de hotéis. É necessário que haja por parte dos governantes políticas públicas voltadas para o setor de hotelaria, bem como no turismo em geral.

Gráfico 3: Característica do Estabelecimento



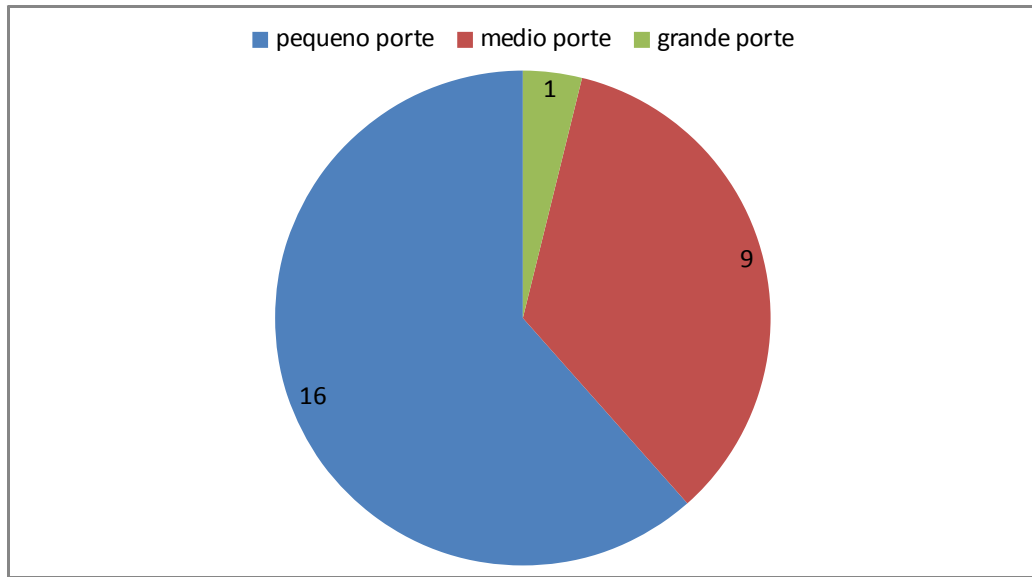
Fonte: Elaborado pelos autores

Foi solicitado no estudo que os empreendimentos informassem a taxa média anual de ocupação do empreendimento. A taxa de ocupação é um indicativo do nível de utilização da capacidade instalada de um empreendimento hoteleiro. É calculada a partir da relação entre leitos ocupados e o total de leitos disponíveis e, normalmente, é expressa em percentuais. As taxas de ocupação variam de acordo com o comportamento sazonal da demanda. Assim, identificou-se para o conjunto dos estabelecimentos pesquisados, que a maioria possui uma taxa média de ocupação anual entre 33% e 60%, e apenas uma minoria possui taxa de ocupação acima de 60%.

Com relação as Unidades habitacionais e leitos, a pesquisa realizada contabilizou 1206 unidades habitacionais e 2605 leitos no total de 26 estabelecimentos hoteleiros. São consideradas unidades habitacionais os quartos, apartamentos, suítes, chalés colocados à disposição dos usuários nos meios de hospedagem. Já os leitos são as camas (solteiro ou casal) existentes nas unidades habitacionais.

Observa-se no gráfico 4 que mais da metade dos hotéis de Palmas possuem até 50 unidades habitacionais. Verifica-se, portanto, que os estabelecimentos de hospedagem de Palmas são a maioria de pequeno porte, 61% deles possui no máximo 50 UHs. Chama atenção o baixo número de empreendimento com mais de 100 unidades habitacionais, sendo apenas um dos hotéis pesquisados.

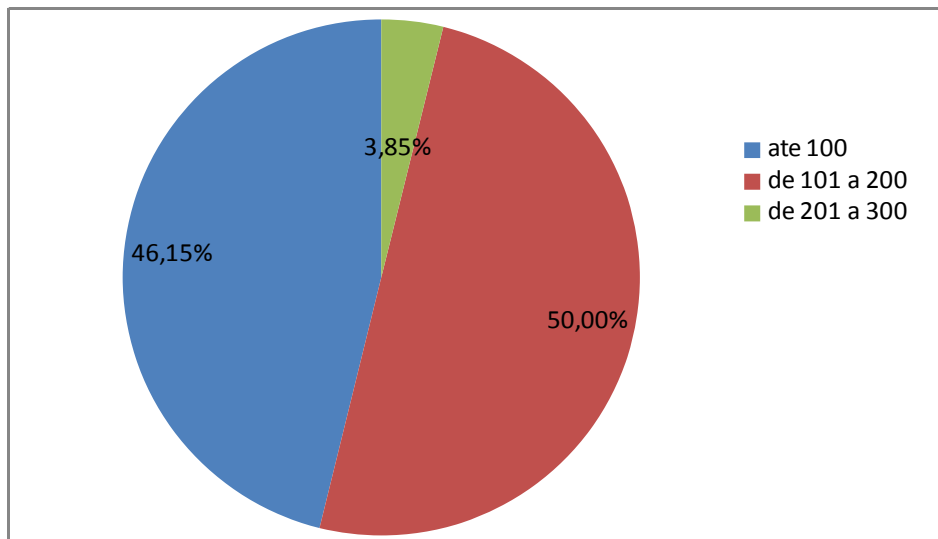
Gráfico 4: Porte do empreendimento



Fonte: Elaborado pelos autores

Quanto ao número de leitos, observa-se no gráfico 05 que metade dos estabelecimentos possui entre 101 e 200 leitos. O restante dos estabelecimentos possui entre no máximo 100 leitos (46%), e apenas 4% possui de 201 a 300 leitos.

Gráfico 5: Número de Leitos

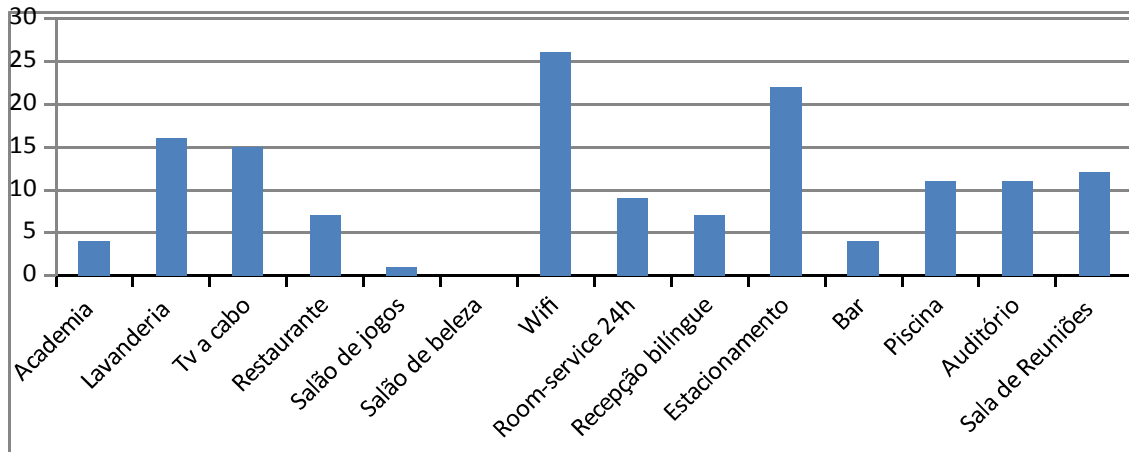


Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os serviços oferecidos, observamos que a maioria dos hotéis oferecem *wifi* e estacionamento, que são considerados básicos. É importante que o ramo da hotelaria ofereça para seus

clientes além do que aquilo que eles já esperam, para que assim haja um notório diferencial na sua estrutura, nos serviços e/ou produtos ofertados e principalmente na satisfação de seus consumidores.

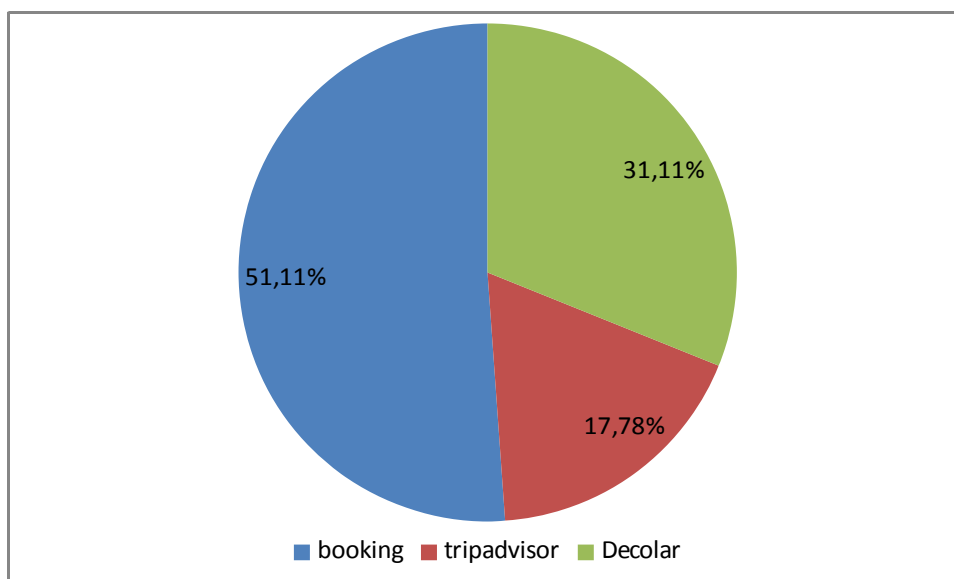
Gráfico 6 : Serviços oferecidos



Fonte: Elaborado pelos autores

Quando questionados sobre as plataformas de comercialização utilizadas pelo hotel, mais da metade (51%) dos empreendimentos hoteleiros efetuam sua comercialização através do Booking, 31% pela Decolar e 18% pela *Tripadvisor* que são plataformas virtuais onde os hotéis se cadastram e pagam uma taxa para que as mesmas divulguem, facilitando o acesso e deixando os clientes livres para escolherem e fazerem suas reservas, conforme seus gostos e preferências. (Gráfico 7)

Gráfico 7: Plataformas de comercialização



Fonte: (Elaborado pelos autores)

È importante ressaltar que esses recursos tecnológicos são de suma importância dentro da hotelaria, pois além de facilitar possibilita que os usuários comentem o que acharam do estabelecimento e o avaliem para que outras pessoas vejam seus comentários e como foi sua experiência.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os serviços de hospedagem estão relacionados ao turismo como um dos mais importantes elos na cadeia do segmento. Tendo Palmas um enorme potencial turístico, compreender a realidade do setor hoteleiro na cidade é de fundamental importância, pois só a partir do entendimento do contexto é possível adotar ações e políticas que viabilizem o seu crescimento.

A pesquisa sobre o perfil do setor hoteleiro de Palmas demonstrou que diante da significativa quantidade de hotéis, principalmente familiares e de pequeno porte, é inexpressivo em relação ao número de empreendimentos de redes nacionais ou internacionais. Com a perspectiva de chegada de hotéis de redes na cidade, o setor hoteleiro alcançará um grau de maturidade e competitividade a médio e longo prazos, beneficiando assim empresários e hóspedes.

A economia do município atualmente gira em torno de atividades ligadas ao comércio e agropecuária. Embora o turismo, principalmente de negócios e eventos também contribua para a economia do município é importante que tenha um calendário de eventos como forma de incentivo para que os hotéis busquem estratégias de marketing e publicidade com a finalidade de atrair mais clientes e movimentar ainda mais a economia local, abrindo portas para geração de emprego e renda.

O turismo de negócios e eventos pode ser utilizado pelo setor hoteleiro tocantinense como forma de minimizar os efeitos negativos da sazonalidade e não apenas ser uma contribuição de alternativa econômica para a sociedade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, J. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 8.ed. São Paulo: Ática, 2002.

BERTOLI NETO, L. (2013). Classificação hoteleira: uma exigência do mercado internacional de viagens e turismo. In: Ruschman, D. V.; Tomelin, C. A. (Org.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri, SP: Manone.

DAVIES, C. **Manual de hospedagem: Simplificando ações na hotelaria**. 2.ed. Caxias do Sul: Educs, 2003.

DUDUCHE, K.; Costa, A. D.; Silva, A. J.; Igarashi, D. C. C.; & Góis, J. L. **Custeio baseado em atividade: proposta de implantação em uma empresa hoteleira.** Perspectivas Contemporâneas, Campo Mourão, v. 6, n. 2, p. 101 - 125, jul./dez, 2011.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira.** Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

ISMAIL, A. **Hospedagem: front Office e Governança.** São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2004.

MAURÍCIO, N. R. & Ramos, K. C. M. **Gestão na hotelaria.** Revista F@pciência, Apucarana- PR, v. 8, n. 11, p. 99 – 113, 2011.

MEIRA, J.V.S. **A qualidade dos serviços na hotelaria brasileira: uma avaliação das redes hoteleiras sob a ótica de seus gestores.** Dissertação de Mestrado. UNIVALI: Balneário Camboriu, 2012.

MELLO, G. & Goldenstein, M. **Perspectivas da hotelaria no Brasil,** Turismo-BNDES Setorial 33, p. 5-42, 2016. Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arqui-vos/conhecimento/bnset/set3301.pdf. Acesso em maio/2017

MENEZES, P. D. L. et. al. **Gestão Hoteleira No Litoral Norte Da Paraíba: Estrutura e Funcionamento.** Qualit@s Revista Eletrônica ISSN 1677 4280 Vol.1. N°1, 2011.

MIRANDA, Luis Cesar de. **Hotelaria Brasileira: hospitalidade como vantagem competitiva.** In: IV CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO. Niterói-RJ, 2008.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o mercado.** Brasília: Ministério do Turismo, 2010.. Disponível em: www.turismo.gov.br>acesso em 05 de maio de 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem.** 2 ed. Brasil, 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/qualificacao_equipamentos/classificacao_hoteleira_2.html Acesso em 23 de abril de 2018.

PEREIRA, F. F.; COUTINHO, H. R. M. **Hotelaria: da era antiga aos dias atuais.** Revista Eletrônica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo Edição 03/2007 Disponível em: http://www.revistas.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos_3/Francisca%20Felix%20Pereira.pdf. Acesso em: 12 mai. 2017.

SANTOS, I. E. dos. **Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica**. 12. ed. Rev. e atual. Niterói, RJ: Impetus, 2016.

WTTC-World Travel & Tourism Council. (2014). **Brazil is leading the travel & tourism economy in Latin America**, 2014. Disponível em: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/> . Acesso em 30 de abril de 2017.