



MEIOS DE HOSPEDAGEM ESTUDANTIL
ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS: RESIDÊNCIA MARIA IMACULADA,
ASSOCIAÇÃO CHIBA KENJIN DO BRASIL E REPÚBLICA

Lissa Mitiko Shirata¹

Marina De Britto Nogueira²

Elizabeth Kyoko Wada³

RESUMO

Muitos estudantes saem de suas cidades em busca de um ensino de melhor qualidade e precisam de um local que dê suporte. Esse grupo é jovem, precisa de apoio e muitas vezes ainda não sabe como administrar uma casa. A pesquisa propõe estudar estabelecimentos extra hoteleiros com características familiares, com foco no segmento estudantil, de modo que se observem as possíveis causas desses meios serem atrativos para estudantes. Por meio de uma pesquisa exploratória com caráter qualitativo e estudo de casos múltiplos, com a Residência Maria Imaculada, Associação Chiba Kenjin do Brasil e uma república. Foi feito levantamento bibliográfico dos conceitos de hospitalidade, serviços, meios extra hoteleiros, *stakeholders* e profissionalização utilizando as obras de Camargo (2004); Fitzsimmons e Fitzsimmons (2002); Lashley e Morrison (2004) e Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011); Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert e Wanhill (2007); Freeman (1984) e Robbins (2009) como referências para a pesquisa.

Palavras-chave: Hospitalidade. Serviços. Meios de Hospedagem Extra Hoteleiros. *Stakeholders*. Profissionalização

RESUMEN

Muchos estudiantes salen de sus ciudades en busca de una mejor calidad de educación y necesitan de un lugar que los apoya. Este grupo es joven, necesita apoyo y muchas veces ni siquiera sabe cómo administrar un hogar. La investigación se propone estudiar los establecimientos hoteleros adicionales con características familiares, enfocándose en el segmento de los estudiantes, de manera que ellos observan las posibles causas de estos establecimientos ser atractivos para los estudiantes. A través de una investigación exploratoria con el estudio de caso cualitativo y múltiple, con María Inmaculada Inicio, Kenjin Asociación de Chiba de Brasil y una "república" (residencia alquilada por un grupo de estudiantes). Se hizo la revisión de literatura de los conceptos de hospitalidad, servicios, establecimientos hoteleros adicionales, *stakeholders* y profesionalización mediante las obras de Camargo (2004); Fitzsimmons y Fitzsimmons (2002); Lashley y Morrison (2004) Lovelock, Hemzo y Wirtz (2011); Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert y Wanhill (2007); Freeman (1984) y Robbins (2009) como referencia para la investigación.

Palabras clave: Hospitalidad. Servicio. Establecimientos Hoteleros Adicionales. *Stakeholders*. Profesionalización

ABSTRACT

Many students move from their cities searching a better education and need a place to stay that support them. This group is young and needs support since they even do not know how to run a

¹ Graduanda em Hotelaria. Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: lissashirata@gmail.com

² Graduanda em Hotelaria. Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: inaa.britto@hotmail.com

³ Coordenadora da Pós-Graduação em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi. Pós-doutoranda em Turismo – Universidade Federal do Paraná (UFPR). Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1994), Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1989), especialização em Administração Mercadológica pela EAESP/FGV (1982), graduação em Turismo pelo Centro Universitário Ibero Americano Unibero (1979) e em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade de São Paulo (1980). E-mail: ewada@uol.com.br

house. The research proposes were to study extra lodging businesses, focusing on students and family characteristics, observing the possible reasons why these places are attractive to students. It is an exploratory qualitative multiple case study of the following establishments: Maria Imaculada Home, Chiba Kenjin Association of Brazil and a student accommodation, known in Brazil as “república”, similar to fraternity houses. A bibliographical survey was conducted in order to get the conceptual framework about hospitality, services, lodging industry with focus on temporary accommodation for students, stakeholders and professionalization. Some of the authors were Camargo (2004); Fitzsimmons and Fitzsimmons (2002); Lashley and Morrison (2004) Lovelock, Hemzo and Wirtz (2011); Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert and Wanhill (2007); Freeman (1984) and Robbins (2009) as references for the study.

Key words: Hospitality. Services. Extra Lodging. Stakeholders. Professionalization

INTRODUÇÃO

Os meios de hospedagem sofreram várias mudanças ao longo do tempo, desde que a hospitalidade era oferecida gratuitamente em torno da matriz do dar-receber-retribuir (CAMARGO, 2004) até o surgimento da atividade comercial da hospitalidade, foram aparecendo diversos tipos de hospedagem que atendem as mais diversas necessidades. Cabe salientar que a partir do momento que passou a existir a possibilidade de possuir uma educação de melhor qualidade e prestígio, jovens passaram a se mudar para São Paulo, os que não possuíam familiares procuravam lugares que os acolhessem e assim surgiram lugares próprios para estudantes. Ressalta-se que até hoje em dia as formas de hospedagem que surgiram por esta necessidade resistem fornecendo acolhimento para estudantes, como destaca Stolf (2004). Esse movimento de estudantes que se mudavam de suas casas para estudar em São Paulo, fez com que a cidade ficasse mais movimentada (BRUNO, 1953) e como Morse (1970) explanou, também imprimiram suas marcas fazendo com que houvessem mudanças de costumes e estruturas.

Dados confirmam que várias universidades e faculdades de São Paulo estão entre as melhores do país. Segundo o site Exame, ele possui a melhor universidade da América Latina, a USP, além de outras 3 universidades que constam no ranking das 18 melhores universidades do Brasil e 9 das universidades preferidas pelos empregadores (todos os dados de 2015). Isso mostra que São Paulo além de ser um centro de negócios também é um centro educacional por ofertar qualidade de ensino, fazendo com que estudantes continuem se mudando para realizar seus estudos. Outro fator que vêm aumentando o número de estudantes que migram de seus estados para estudar em outros é o programa do governo SISU (Sistema de Seleção Unificada), o informativo on-line da Gazeta do Povo informou que em 2013, 13% dos aprovados se matricularam em estados diferentes do seu. Para compreender como este tipo de hospedagem se adaptou a estas novas necessidades para continuar tendo demanda dos seus serviços, a pesquisa propõe estudar meios de hospedagem extra hoteleiros, com foco no segmento estudantil, de modo que se observe o motivo dos estudantes procurarem um ambiente com características familiares.

A pesquisa tem como objetivo geral verificar as possíveis causas dos meios extra hoteleiros com características familiares serem atrativos para estudantes. Busca-se verificar se os ambientes extra hoteleiros conseguem proporcionar um ambiente familiar aos estudantes; analisar se as estruturas oferecem conforto e segurança aos estudantes, sendo um ambiente hospitaleiro e Investigar se a profissionalização melhora a qualidade da hospedagem e dos serviços prestados afetando sua relação com os stakeholders. Buscou-se responder a seguinte pergunta: Por que os estudantes procuram os ambientes extra hoteleiros com características familiares? Que procurou-se responder por meio de três proposições geradas a partir de investigações preliminares e respaldadas nos objetivos específicos, sendo elas: a) Os meios extra hoteleiros são procurados pois possuem um ambiente hospitaleiro e familiar; b) Os meios extra hoteleiros fornecem conforto e segurança aos estudantes, para que foquem nos estudos; c) A profissionalização dos serviços prestados melhorou a qualidade da hospedagem e dos serviços afetando sua relação com os *stakeholders*.

Para dar início à pesquisa foi feito um levantamento bibliográfico onde foram coletadas informações bibliográficas com temas ligados a meios de hospedagem extra hoteleiros, serviços, stakeholders, hospitalidade e profissionalização com embasamento em autores como Beni (2001 e 2012); Camargo (2004); Fitzsimmons e Fitzsimmons (2002); Freitas (2007); Lashley e Morrison (2004); Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011); Petrocchi (2007); Camargo (2004); Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert e Wanhill (2007); Freeman (1984); Mitchell (1997); Castelli (2006) e Robbins (2009). Pesquisa empírica e exploratória,

que segundo Yin é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes” (2010, p. 39). Houve preparação do estudo de casos múltiplos, seguindo o Protocolo de Yin (2010); categorização das proposições, com critérios de Bardin (1994), para posterior utilização nos roteiros de visita e de entrevistas, para análise de conteúdo. Após isso foi feita a caracterização dos três objetos: Residência Maria Imaculada, Associação Chiba Kenjin do Brasil e uma república seguida das entrevistas com o gestor de cada empresa aplicando a técnica de “bola de neve” para geração de três entrevistas com *stakeholders*. Após isso, realizou-se a análise de conteúdo das entrevistas gravadas e transcritas, com eliminação de erros gramaticais e vícios de linguagem, tornando possível obter informações mais próximas da realidade.

1. HOSPITALIDADE E SERVIÇOS

A hospitalidade tem várias abordagens, pode ser praticada por algum interesse, por filantropia, comercialmente e até por religião. Lashley (2004, p.5) ressalta que “a hospitalidade pode ser concebida como um conjunto de comportamentos originários da própria base da sociedade”, ajudando assim a formar comunidades em torno das relações geradas devido a sua utilização. Segundo Gotman (2009), a ambiguidade da hospitalidade faz com que, em seu âmbito doméstico, exija cuidados especiais com o convidado, pois ao mesmo tempo que o anfitrião quer que ele se sinta à vontade não quer ter o seu espaço invadido. E partindo deste ponto ele tenta prover todas as necessidades do visitante, como alimentação, conforto, diversão, etc. Porém existem os limites invisíveis, impostos e aceitos pelas duas partes, das fronteiras que não podem ser ultrapassadas. Quando as pessoas se uniam em pequenos grupos todos se conheciam e assim era mais fácil que existisse respeito entre si, já com a aglomeração que foi acontecendo durante os anos os indivíduos passaram a se distanciar, assim não há segurança nem mesmo entre aqueles que fazem parte da mesma comunidade, o medo e insegurança em relação ao outro aumentou e como uma forma de proteção os gestos de hospitalidade diminuíram e até se transformaram em hostilidade. A hostilidade surgiu com a hospitalidade e é seu antônimo. Como ressaltou Camargo (2004), ela se caracteriza pela quebra da matriz do dar-receber-retribuir e acontece por que seus protagonistas não estão no mesmo universo moral, principalmente por que:

A hospitalidade é um processo de comunicação interpessoal, carregados de conteúdos não verbais ou de conteúdos verbais que constituem fórmulas rituais que variam de grupo social para grupo social, mas que ao final são lidas apenas como desejo/recusa de vínculo humano (CAMARGO, 2004, p. 31).

Esta característica de ser algo impalpável e de diferentes entendimentos dependendo de cada sociedade e cultura, torna a hospitalidade muito abrangente e pode ser sentida da maneira errada, mesmo que o anfitrião esteja fazendo algo que considere hospitaleiro o receptor pode entender como um ato hostil dependendo de sua percepção. Apesar da hospitalidade ser antagônica as trocas monetárias, ela passou a ter uma versão “falsa” a partir da sua comercialização. Passaram a existir o “sorriso comercial”, assim como toda uma maneira de agir que permeia as relações nos estabelecimentos que a utilizam. Gotman (2009, p. 7), disse que: “a atenção e o serviço são contratuais e não objetos de dádiva e o cliente é qualificado pelas “exigências” relacionadas à regra do preço justo que mediatiza as relações sociais”, ou seja, ela só é oferecida porque o cliente está comprando o produto. Ao contrário da hospitalidade em sua forma original, em que quem aceita a dádiva não paga por ela, mas fica com um débito, mesmo que seja implícito, a quem lhe ofereceu:

A hospitalidade é sempre assimétrica. Receber algo de presente resulta na consciência de uma situação clara de desvantagem. Quem recebe a dádiva deve manifestar alegria mesmo sentindo que assume um débito para com aquele que doou (Camargo, 2004, p. 22).

Dessa forma, o cliente, por sua vez, tem o poder de ditar essas regras, os empreendimentos que são percebidos como mais hospitaleiros ficam na memória como melhores e acabam recebendo mais demanda, como Gotman (2009, p. 8) ressaltou: “em face deste muro, o cliente com exigências, como já foi dito, dispõe, entretanto, de uma arma igualmente eficaz, pois a relação entre oferta e demanda é, ao mesmo tempo, condição da expansão da relação comercial e igualmente seu limite”. Ainda segundo Lopes e Oliveira, “Ao se referir ao termo hospitalidade no mundo contemporâneo ressalta-se que nos Estados Unidos a noção da hospitalidade está constantemente associada à atividade comercial desenvolvida pelos meios de hospedagem, restaurantes, agências e operadoras de viagens e turismo.” (2013, p. 3). É importante ressaltar que quando se trata da hospitalidade em sua

forma comercial não se espera que as pessoas envolvidas se utilizem dela para fazer gentilezas sem querer nada em troca, o anfitrião pensa em gerar dinheiro com o serviço e em troca o hóspede espera receber um produto condizente com o preço e não se sente obrigado a retribuir, como fala Lashley (2004, p. 19): "A troca financeira isenta o hóspede da obrigação mútua e da lealdade". Porém se depara todo tempo com gestos que vão além deste âmbito dos dois lados, como funcionários que fazem mais do que sua atividade habitual só para que o hóspede possa ficar mais confortável e hóspedes que em troca disso oferecem gorjetas ou agradados. Este aspecto da comercialização da hospitalidade faz com que se pense se ela é mesmo uma relação baseada somente na troca monetária ou se também possui as dádivas de sua versão original.

Assim, mesmo sendo uma empresa que visa o lucro, os hotéis ainda conseguem captar a hospitalidade em sua forma original. Para que se perceba isso, é preciso olhar para além das atividades rotineiras dos funcionários e enxergar as relações pessoais que se formam dentro do empreendimento: "O gestor de experiências em hospitalidade precisa atender a exigências maiores que resultados financeiros positivos, lucro e preocupação com inventário limitado". Beni (2012, p. 422). Para gerar lucro pela atividade comercial da hospitalidade é considerado importante criar uma carteira de clientes que são fidelizados pela sua forma original, assim apesar de se preocupar com a troca monetária os empreendimentos que trabalham com isto também prestam atenção no bem estar que seu produto oferece:

Evidentemente, as organizações de hospitalidade não podem mudar o domínio social da hospitalidade, nem gerir suas operações como no domínio privado, mas terão mais capacidade de estabelecer uma comunidade de clientes mais leais se entenderem melhor a hospitalidade neste contexto (LASHLEY, 2004, p. 20).

Mesmo sabendo que a relação comercial é de pouca reciprocidade, é importante que os hotéis invistam em treinamentos e em procedimentos que tenham como foco a hospitalidade e que saibam reter e gratificar os funcionários que possuem esta qualidade. O setor de serviços é considerado um indicador de desenvolvimento de uma economia, importante para que esta se mantenha bem e evoluindo: "É imperativo reconhecer que os serviços não são atividades periféricas, mas, sim, parte integrante da sociedade. Eles são fundamentais para a que a economia se mantenha sadia e funcional [...]" (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2002, p. 28). É um setor que precisa de cuidados especiais, devido à alta inserção do cliente no processo de produção, a falta de margem para erros e a impossibilidade de estocagem. Evidencia-se que uma característica importante do setor de serviços é que o cliente pode fazer parte do processo de produção, isso é o que torna nula a possibilidade do processo ser igual às fábricas de produção, pois ele será comandado no tempo do cliente e não das máquinas, ele irá tomar decisões quanto à qualidade do produto enquanto o consome, começando pelo primeiro contato com a empresa, como ressaltaram Fitzsimmons e Fitzsimmons (2002). Ademais, eles são uma categoria de produtos que é intangível, por isso, não estocáveis, sendo assim necessário que sejam muito bem administrados para que não haja prejuízos. Segundo Lovelock, Wirtz e Hemzo esta característica é a que mais os diferencia dos bens de consumo materiais e definem serviços como sendo:

A atividade econômica que uma parte oferece a outra. Geralmente baseadas no tempo, seu desempenho traz a seus destinatários os resultados desejados, objetos ou outros ativos pelos quais os compradores têm responsabilidade. Em troca de dinheiro, tempo e esforço, os consumidores de serviços esperam receber o valor do acesso a bens, mão de obra, habilidades profissionais, instalações, redes e sistemas, mas eles não costumam deter a propriedade de qualquer um dos elementos físicos envolvidos. (LOVELOCK; WIRTZ; HEMZO, 2011, p. 21)

Essas características tornam impossível que o hóspede analise a qualidade do produto antes de comprá-lo: "Quando escolhe um produto o consumidor é capaz de vê-lo, senti-lo e testar seu desempenho antes da compra. Para um serviço, entretanto, o cliente precisa basear-se na reputação da empresa." (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2002, p. 51). Apesar da intangibilidade ser o que caracteriza este tipo de produto, ele possui partes tangíveis em seu processo, como por exemplo, refeições, quartos e área de lazer dos hotéis. Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011) citam que o setor de serviços é dividido em quatro categorias: processamento de pessoas, processamento de posses, processamento de estímulo mental e processamento de informação. Os dois primeiros de natureza tangíveis e os dois últimos intangíveis. As partes tangíveis do serviço são importantes para o cliente,

que sem saber ao certo como definir a qualidade do produto se utiliza da parte em que ele pode tocar: "Serviços são em geral intangíveis e os clientes não podem avaliar bem sua qualidade. Por isso, muitas vezes utilizam o ambiente de serviço como um importante indicador da qualidade" Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011, p. 310). Cabe salientar que o funcionário deve ser levado em conta quanto ao planejamento do local, afinal quem quer colocar o "cliente em primeiro lugar" deve prestar atenção àqueles que irão realmente fazer isto e tornar sua rotina de trabalho o mais simples possível: "Ambientes de serviço devem ser projetados para facilitar o encontro de serviço e aumentar a produtividade", como foi dito por Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011, p. 312). Ainda segundo os autores, obtendo sucesso com o ambiente e a atmosfera que o embala, o empreendimento conseguirá passar mensagens subliminares para os clientes sobre a qualidade, além de criar uma identidade que os diferencia e consegue criar uma experiência que envolva e seja percebida: "Entornos físicos ajudam a moldar sentimentos e reações adequados em clientes e funcionários". Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011, p.313).

O valor de um produto não está atrelado apenas ao quanto ele vale e sim ao serviço que foi oferecido junto com ele. Por isso que a qualidade de um produto intangível é tão importante e o fator chave para se obter sucesso é contratar as pessoas certas e fornecer treinamento adequado: "Os gerentes de RH que pensam estrategicamente reconhecem que funcionários leais, talentosos e motivados, capazes de trabalhar bem de modo independente ou em equipes, representam uma vantagem competitiva essencial", como ressaltaram Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011, p. 35). Acrescenta-se que mesmo com todo treinamento para que o funcionário trate o cliente da melhor forma possível, isso ainda dependerá de outros fatores: "[...] A "qualidade da hospitalidade" do funcionário deste setor é influenciada pelo modo como ele percebe o tratamento do seu empregador, assim como o modo pelo qual é tratado pelo cliente", como ressaltaram Guerrier e Adib (2004, p. 380).

Vale salientar que a hospitalidade transformada em produto vira um serviço e por sua característica de ser produzido e entregue no mesmo momento para o cliente cria um ambiente aonde é necessário que se minimize a ocorrência de erros. A hospitalidade, essência da vida em grupo, é uma necessidade natural, biológica e social". Castelli (2005, pág. 180), o cliente espera ter esta necessidade suprida, por isto é importante que na comercialização da hospitalidade como serviço ela esteja implícita: "O viajante, ao chegar ao hotel, paga não somente por um apartamento confortável, mas também pela boa acolhida e pela boa hospitalidade" Castelli (2005, pág. 180).

A hospitalidade enquanto sua forma comercial traz consigo a ideia de cordialidade, o cliente sempre espera ser tratado com um sorriso no rosto e por pessoas que tentem fazer com que ele se sinta em casa, ou que no caso, o hotel sirva de uma extensão da mesma, Lashley resalta que: "Ao receber a autêntica hospitalidade, o indivíduo sente-se genuinamente querido e bem-vindo. Isso não é o mesmo que ser acolhido como um cliente a ser cobrado" (LASHLEY, 2004, p.18). Ou seja, apesar da troca monetária impor que ele só é bem tratado por sua causa, o hóspede espera receber um acolhimento hospitaleiro que pelo menos pareça verdadeiro, se ele percebe que está sendo oferecida por que está sendo cobrada, ela perde o seu valor.

2. MEIOS EXTRA HOTELEIROS, STAKEHOLDERS E PROFISSIONALIZAÇÃO

Os meios de hospedagem evoluem a cada ano que passa e com isso os empreendimentos buscam alternativas para se destacar, muitos conceitos e inovações desenvolvidas pelo setor encontraram aplicações em outras áreas de negócios. Segundo Camargo (2004), para compreender a realidade dos meios de hospedagem atual é importante conhecer as suas origens, a necessidade de ter um local para se repousar fora de casa é tão antiga quanto a prática dos nômades viajarem, é difícil precisar quando se inicia a hospedagem quanto atividade comercial, mas há relatos anteriores aos tempos dos antigos impérios grego e romano onde os oficiais e mensageiros, percorriam cada vez distâncias mais longas fazendo com que tivessem que buscar um local para repousar devido a longa jornada e difícil caminho, Walker (2002) relata que o incremento do comércio e das viagens fez com que o aparecimento das acomodações para se passar a noite se tornasse uma necessidade absoluta. Por causa das longas e lentas jornadas, muitos viajantes contavam somente com a hospitalidade dos habitantes por onde passavam. Diante disto, Stolf (2004) acrescenta que no século XVIII as ferrovias, os canais fluviais e marítimos transformaram o setor hoteleiro, o aumento no fluxo dos viajantes fez com que os hotéis se popularizassem e os meios de hospedagem se tornaram uma atividade financeira geradora de fonte de lucro, iniciando assim um ciclo de desenvolvimento e inovações. Hammerl, Silveira e Benetti ainda comentam:

O principal marco tecnológico advindo das transformações decorrentes da expansão cafeeira está a construção das estradas de ferro. Em razão da onerosidade do transporte de tração animal, das péssimas condições da estrada de rodagem (que ocasionavam a perda da produção), bem como em razão do crescimento da produção cafeeira, os investimentos na implementação de ferrovias tornaram-se a alternativa mais viável para escoamento do cultivo (2015, p. 3).

Diego, Paschoal e Salles comentam que “Os anos 70 podem ser definidos como efervescentes, pois com a criação da EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) surge a disponibilidade de financiamento de longo prazo (EMBRATUR, FINAME, etc.) e incentivos fiscais (SUDENE, SUDAM) para a construção de hotéis.” (2011, p. 8) e Andrade, Brito e Jorge afirmam que “com a Revolução Industrial e a expansão do capitalismo, a hospedagem passou a ser tratada como uma atividade estritamente econômica a ser explorada comercialmente” (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2007, p. 18). O novo sistema oficial sob Deliberação Normativa n.429 do Instituto Brasileiro de Turismo dividiu o setor hoteleiro em sete tipos de meios de hospedagem para suprir a diversidade da oferta nacional: Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/ Apart-Hotel e utiliza as estrelas para simbolizar e diferenciar as categorias (REGULAMENTO DO SISTEMA OFICIAL DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM, 2015).

Existem outros tipos de meios de hospedagem com classificações não oficiais incluso nesse setor descritos de acordo com Beni como: “estabelecimentos comerciais de hospedagem, subvencionados ou não, que possuem instalações e serviços básicos para atender demanda específica de alojamento de segmentos sociais com recursos financeiros reduzidos” (BENI, 2001, p. 38) e de acordo com Montejano hospedagem extra hoteleira: “são aqueles estabelecimentos mercantis que prestam diversos tipos de alojamentos distintos dos que oferecem os hotéis, devido a sua diferente ordenação legal infraestrutura, preços e serviços” (MONTEJANO, 2001, p. 71). Os meios de hospedagem extra-hoteleiros segundo Ribeiro (2011) podem ser: Cama e Café, Hotel Fazenda, Motel, Pensões, Pensionato, Albergue. Segundo Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert e Wanhill, “O setor de viagens para jovens é uma parte crescente e pouco pesquisada do mercado de turismo. [...] Os jovens tendem a utilizar a hotelaria nos níveis de custos mais baixos do mercado” (COOPER; FLETCHER; FYALL; GILBERT e WANHILL, 2007, p. 391). Diante disso, as instalações específicas para servir às necessidades desse tipo de mercado variam muito, assim como a hospitalidade e os serviços oferecidos em cada estabelecimento.

Cunha (2010) observa que na hotelaria ser hospitaleiro traduz todo o significado de marketing, pois é aonde se vê a estratégia de fidelização, nestas circunstâncias, o profissional hoteleiro necessita sempre demonstrar maleabilidade e destreza para transformar as situações decorrentes do dia a dia em pontos positivos para o estabelecimento e isso depende apenas da capacidade do profissional sendo ele da recepção, da governança, da manutenção ou de qualquer outra área, para obter êxito tanto de fornecedores como do cliente final precisa-se ter a adequada atenção, pois um produto negativo pode afetar toda a expectativa criada pelo cliente e isso gera insatisfação e como decorrência gera-se uma difamação do local de trabalho por parte do hóspede, perdendo toda a credibilidade da empresa, logo, o sucesso de uma boa hospitalidade varia de acordo com a dinâmica e a pró atividade dos funcionários no empreendimento.

Conforme Mitchell, Agle e Wood (1997), existem três atributos que combinados levam aos tipos de *stakeholders*. São eles: poder, legitimidade e urgência – o grupo que possuir um desses atributos é formado pelos tipos adormecido, arbitrário ou reivindicador; já a combinação de dois atributos leva a perigoso, dependente ou dominante; e por fim o grupo que possuir os três atributos será o definitivo. Os autores ressaltam ainda que esses atributos, combinados entre si levam a sete tipos de *stakeholders*, como mostra o quadro a seguir, já com considerações sobre meios de hospedagem para o público estudantil.

Tipos de Stakeholders	Conceitos	Nesta Pesquisa
-----------------------	-----------	----------------

<i>Stakeholder</i> Adormecido	É aquele que tem poder para impor sua vontade na organização, porém não tem legitimidade ou urgência e assim seu poder fica em desuso, tendo ele pouca ou nenhuma interação com a empresa. Entretanto, a gestão deve conhecer <i>stakeholder</i> para monitorar seu potencial em conseguir um segundo atributo.	Dono do apartamento onde se encontra a república.
<i>Stakeholder</i> Arbitrário	É aquele que possui legitimidade, mas não tem poder de influenciar a empresa e nem alega urgência. A atenção que deve ser dada a essa parte interessada diz respeito à responsabilidade social corporativa, pois tendem a ser mais receptivos.	Pais dos estudantes (do pensionato, associação e república).
<i>Stakeholder</i> Reivindicador	Quando o atributo mais importante na administração do <i>stakeholder</i> for urgência, ele é reivindicador. Sem poder e sem legitimidade, não devem atrapalhar tanto a empresa, porém devem ser monitorados quanto ao potencial de obterem um segundo atributo.	Clientes (do pensionato, associação e república). Colaboradores.
<i>Stakeholder</i> Dominante	É aquele que tem sua influência na empresa assegurada pelo poder e pela legitimidade. Espera e recebe muita atenção da empresa.	Clientes (do pensionato, associação e república).
<i>Stakeholder</i> Perigoso	Quando há poder e urgência, porém não existe a legitimidade, o que existe é um <i>stakeholder</i> coercitivo e possivelmente violento para a organização, o que pode ser um perigo, literalmente.	Colaborador insatisfeito.
<i>Stakeholder</i> Dependente	É aquele que tem alegações com urgência e legitimidade, porém dependem do poder de um outro <i>stakeholder</i> para verem suas reivindicações sendo levadas em consideração.	Gerentes. Colaboradores. Estudantes (do pensionato, associação e república).
<i>Stakeholder</i> Definitivo	Quando o <i>stakeholder</i> possui poder e legitimidade ele praticamente já se configura como definitivo. Quando, além disso, ele alega urgência, os gestores devem dar atenção imediata e priorizada.	Não se aplica.

Quadro III – Classificação dos Stakeholders

Fonte: Adaptado de *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts*.

A teoria dos *stakeholders*, como modelo de gestão organizacional, aponta que para sobreviver, crescer e atingir os objetivos estratégicos, uma organização necessita de interagir em várias esferas e com vários públicos, como ressaltou Sobreira (2011). Faz-se necessário conhecer as expectativas dos *stakeholders* envolvidos, para assim determinar o poder que cada um irá influenciar no projeto, definindo assim as prioridades do negócio e limitando-os na execução (colocando limites). Desta forma, a importância na gestão das diretrizes não se limita à sua atividade cotidiana. A gestão dos *stakeholders* deve focar em objetivos a médio e longo prazo e delinear uma boa estratégia para a sobrevivência do empreendimento. As externalidades influem a todo o momento na gestão hoteleira, pois esta interage com o meio em um ambiente altamente competitivo, recebendo influências e influenciando seus *stakeholders* (PETROCCHI, 2006). Assim existe a necessidade de realizar o planejamento como base, para o sucesso do empreendimento, dando enfoque nas tomadas de decisões, idealizadas não só no empreendimento, mas no meio hoteleiro como um todo. Neste segmento, pode-se afirmar que a gestão hoteleira pode ser considerada uma gestão de serviços, lidando com pessoas e expectativas a todo o momento e os próprios clientes são os inspetores de qualidade, segundo Petrocchi (2006).

Freeman (1984) sugere que todos os grupos ou indivíduos que afetam, podem afetar ou são afetados, pela realização dos objetivos da empresa devem ser considerados, ou seja, além da concorrência, os meios de comunicação, governo, comunidade local, acionistas, fornecedores e funcionários influenciam na competitividade de um setor. E de acordo com Freeman, Harrison e Wicks (2007), para estabelecer a prioridade cabe a cada organização mapear os seus *stakeholders* para que seja possível estruturar um relacionamento com seus grupos ou indivíduos, destacando as ações guiadas de acordo com os objetivos traçados, principalmente no meio extra-hoteleiro é

importante definir parâmetros quanto à prioridade e relevância desses componentes, como conta Lopes e Oliveira:

Verifica-se a hospitalidade na perspectiva comercial praticada por empresas do setor de viagens e turismo, em que se observam distintos pontos relacionados a satisfação e criação de valor para o cliente. Este modelo se apresenta por meio da interação e da prestação de serviços aos clientes, em que se busca criar bom relacionamento com os clientes, de forma a fidelizá-los e a obter vantagem competitiva em relação à concorrência (2013, p. 5).

Logo, a relevância de cada grupo depende de variáveis relacionadas ao negócio de cada empresa, isso porque como o fluxo de clientes, marketing e caixa são menores, se faz necessário que exista uma excelência nos serviços com isso acarreta numa oportunidade fidelização dos clientes ou mesmo um meio de divulgação.

Segundo Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert e Wanhill, em muitos lugares o turismo é a principal fonte da atividade econômica da região e assim como em todos os lugares onde o segmento turístico está presente, a hotelaria é um componente fundamental nesse meio, pois participa do desenvolvimento da atividade turística dentro de qualquer destino. E ainda, "somados aos impactos decorrentes da atividade turística, tanto o turismo quanto a hotelaria dependem da qualidade do local onde estão inseridos." (Diego; Paschoal; Salles, 2011, p. 7). Castelli ainda afirma: "A indústria hoteleira não pode mais ser considerada como uma atividade marginal, mas como um elemento de grande significado dentro de uma estratégia e de uma política do desenvolvimento turístico de uma região ou país." (CASTELLI, 2001, p. 37). Pode-se dizer que a hotelaria é como uma parte da atividade turística, sem a qual os turistas não teriam o incentivo de visitar a região, um destino turístico pode ter sua demanda reprimida caso tenha uma hotelaria inflexível e antiga, sem que haja nenhum atrativo aos visitantes, portanto, investimentos no aprimoramento estrutural e desenvolvimento da mão de obra que estão envolvidos no setor são fundamentais para o crescimento do mesmo (COOPER, FLETCHER, FYALL, GILBERT E WANHILL, 2007).

Cabe salientar que um profissional hoteleiro trabalha diretamente com os clientes através de sua hospitalidade e de seus serviços, buscando sempre satisfazer ao máximo suas expectativas, a qualidade é o resultado de esforços inteligentes, resultando em um produto ou serviço livre de defeitos, é a totalidade de todos os atributos e características de um produto ou serviço como especificado, exigido e esperado (NETO, 1993). Castelli ressaltou que a busca de alta qualidade e satisfação do cliente, com busca de melhorias contínuas, é uma forma de garantir o desempenho futuro do empreendimento e que qualidade deve ser tarefa de todas as pessoas envolvidas no sistema, ou seja, na organização e não só de um departamento.

Robbins (2009) observa que o domínio de idiomas, facilidade com sites e sistemas operacionais, além da facilidade com relacionamentos humanos são fatores importantes para o profissional da área, a humanização é parte fundamental, desde a captação e fidelização de clientes e apresentação ao empreendimento, com atendimento personalizado, até o seu próximo retorno. O hóspede levará consigo tudo o que ouvir, ver e receber das pessoas que o atenderem, por isso, todo investimento que for realizado na qualificação dos profissionais, ou seja, no elemento humano, terá retorno valioso, visto que todos lucrarão com isto, seja o hóspede, a empresa e principalmente o colaborador, que agregará mais conhecimentos a sua carreira (ROBBINS, 2009). A educação e capacitação do profissional precisa ser capaz de conduzi-lo a dar importância ao serviço de excelência, tomada de decisão e principalmente soluções inesperadas para os clientes, o profissional se tornará um estrategista de qualidade, dominando os problemas e tendo capacidade para resolvê-los (COOPER; FLETCHER; FYALL; GILBERT e WANHILL, 2007). A partir deste raciocínio, percebe-se que a qualificação profissional nos meios hoteleiros tem importante papel para o crescimento da empresa.

A relação de custo e benefício dos meios extra hoteleiros é estimada pelo segmento estudantil, "quanto maior for o preço do produto, menor será a demanda; quanto menor o preço, maior será a demanda" (COOPER; FLETCHER; FYALL; GILBERT e WANHILL, 2007, p. 69). Robbins (2009) ainda aponta que os meios extra hoteleiros possuem grande concorrência e por não terem classificação oficial definida eles podem variar a qualidade dos serviços oferecidos. Estabelecimentos desse tipo passaram a se desenvolver para atrair e fidelizar seus clientes, para isso, é necessário o planejamento estratégico, tendo em vista um relacionamento sólido dos *stakeholders* bem como sua

capacitação e uma boa infraestrutura. Seguindo este pensamento, afirma-se que empreendimentos hoteleiros necessitam da visão ampla dos gestores e dedicação dos funcionários, para tal, é necessário que haja conhecimento e foco no negócio, abrangendo todos os *stakeholders* envolvidos. Essa integração entre os meios extra hoteleiros, seus *stakeholders* e a profissionalização faz com que se obtenha a harmonia para o aprimoramento e desenvolvimento constante dos estabelecimentos, tanto na relação com a comunidade no entorno, quanto na recepção, limpeza dos quartos e manutenção ou na relação segura entre os fornecedores ou credores.

Ainda seguindo o pensamento de Robbins (2009), os *stakeholders* internos precisam ser treinados, gostar de interação com pessoas e serem proativos, para estarem aptos para atender os clientes com eficiência e qualidade. Já os *stakeholders* externos possuem papel importante na cadeia produtiva e precisam de estimulação contínua. Os clientes precisam se sentir bem acolhidos, levando-os a um ambiente seguro e confortável que passe hospitalidade.

3. METODOLOGIA

Em lugares onde existe qualidade de ensino e oportunidade, a demanda de estudantes logo aparece. No caso de São Paulo, há estudantes que vêm de outros lugares (que muitas vezes são distantes) e necessitam de uma residência e de apoio para realizar seus estudos. Pelo fato das autoras conviverem com pessoas nessa situação, inclusive sendo uma delas vinda de outra cidade para realizar seus estudos, notou-se a necessidade de estruturas que ofereçam esse apoio e assistência.

O objetivo geral desta pesquisa é estudar as possíveis causas dos meios extra hoteleiros com características familiares serem atrativos para estudantes. Busca-se verificar se os ambientes extra hoteleiros conseguem proporcionar um ambiente familiar aos estudantes; analisar se as estruturas oferecem conforto e segurança aos estudantes, sendo um ambiente hospitaleiro; e investigar se a profissionalização melhora a qualidade da hospedagem e dos serviços prestados afetando sua relação com os *stakeholders*. Buscou-se responder a seguinte pergunta: Por que os estudantes procuram os ambientes extra hoteleiros com características familiares? As três proposições se respaldam nos objetivos específicos: 1- Os meios extra hoteleiros são procurados pois possuem um ambiente hospitaleiro e familiar; 2 - Os meios extra hoteleiros fornecem conforto e segurança aos estudantes, para que foquem nos estudos; 3 - A profissionalização dos serviços prestados melhorou a qualidade da hospedagem e dos serviços afetando sua relação com os *stakeholders*.

Para dar início à pesquisa realizou-se um levantamento bibliográfico acerca do tema para que se pudesse compreendê-lo melhor. Esta pesquisa é exploratória, empírica, qualitativa e foi feita em duas etapas. Na primeira parte da pesquisa foram coletadas informações bibliográficas relevantes, utilizando periódicos nacionais e internacionais, livros, reportagens de revistas do mercado, estudos e pesquisas acadêmicas com temas ligados aos meios de hospedagem extra hoteleiros, serviços, *stakeholders* e hospitalidade. O levantamento bibliográfico foi feito para dar suporte e montar o referencial teórico dos dois primeiros capítulos. O capítulo um retrata a hospitalidade e serviços e o capítulo dois, meios extra hoteleiros, *stakeholders* e profissionalização, concluindo assim a primeira etapa do trabalho. Partindo para a segunda etapa da pesquisa, foi realizada a pesquisa de campo, um estudo de casos múltiplos, que segundo Yin (2010, p.39) é: “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes”. Este estudo de caso foi feito com três objetos escolhidos por conveniência e elaborado de acordo com o protocolo de estudo de caso proposto por Yin (2010), que prevê os seguintes passos: visão geral do projeto de estudo de caso, procedimentos de campo, questões de estudo de caso, guia para o relatório de estudo de caso.

Vale acrescentar que a categorização dos objetos de estudo foi feita seguindo o proposto por Bardin (1994), partindo das proposições feitas para a pesquisa no referencial teórico, dando assim base para a preparação do roteiro de visitas e entrevistas. Com a categorização pronta foi montado um roteiro de entrevista, um cartão com o conceito de *stakeholders* e um mapa com os principais *stakeholders* que as pesquisadoras consideraram importantes para a organização, deixando espaço para o entrevistado adicionar alguns que ele considerasse importante e que não estivesse no mapa. Assim, foram realizadas entrevistas com os representantes das organizações escolhidas e com a utilização da técnica de amostragem bola de neve (*Snow Ball*) foram geradas duas entrevistas seguintes para cada um dos objetos. Após as entrevistas secundárias serem realizadas, todas foram transcritas com

a correção de erros gramaticais e vícios de linguagem. Após esse passo, foi realizada a análise de conteúdo com retomada da categorização, proposta por Bardin (1994, p. 31) como: “um conjunto de técnicas de análise das comunicações”.

A primeira entrevista foi realizada com a Residência Maria Imaculada, localizada na Alameda Itu, nº 920, no bairro Jardim Paulista – cidade de São Paulo/ SP, tendo como entrevistada principal a Irmã Marlene Avanzi, (gestora administrativa da residência) que indicou como *stakeholders*-chave as seguintes representantes: Simone Simeão (receptionista) e Paula Britto (moradora). A segunda entrevista foi realizada com a Associação Chiba Kenjin do Brasil, localizada na Rua Nelson Fernandes – 247, no bairro Jabaquara, na cidade de São Paulo/ SP, tendo como entrevistada principal Chikako Taniguchi (responsável pela administração e zeladoria do empreendimento) que indicou como principais *stakeholders*: Tomie Shinkai (mãe de um morador) e Henrique Kadono (morador). A terceira entrevista foi realizada com uma república, situada na Av. Professor Francisco Morato – 2203, bairro Butantã, na cidade de São Paulo/ SP, tendo como entrevistada Raquel Souza Rodrigues (gestora da república) que indicou como principais *stakeholders* Bruna Engler (moradora) e Ciro Costa (encarregado da manutenção no condomínio onde se localiza a república).

4. RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 Caracterização

4.1.1 Residência Maria Imaculada

Segundo o site oficial a Residência é fruto de um projeto mantido pela congregação das religiosas de Maria Imaculada, com sede em Roma e surgiu a partir do momento que a Santa Vicenta Maria Lopes y Vicuña viu a necessidade de jovens vindas do interior para as grandes cidades em busca de trabalho receberem um acolhimento e terem um local saudável e seguro para se desenvolverem, é uma entidade da religião católica e por isso, têm como principais valores: a busca e a realização da vontade de Deus; a caridade fraterna; o zelo pela salvação e santificação das jovens; obediência; oração; união com Maria e o amor a eucaristia. O objetivo da residência é acolher, acompanhar e orientar as jovens que se preparam para o trabalho e ser um local de acolhida e incentivador do crescimento integral das jovens e pretende através disto fomentar a liberdade responsável desenvolvendo as atitudes de cada um. Segundo o site oficial das Religiosas de Maria Imaculada, são 123 casas, presentes em 21 países, sendo 15 casas no Brasil, todas elas só acolhem meninas. Antigamente, quando firmaram residência no Brasil em 1921, acolhiam principalmente empregadas domésticas e de fábricas que estavam longe de seus familiares. Atualmente acolhe meninas que têm como foco o estudo para se preparar para o mercado de trabalho e estão longe de suas famílias.

A residência usada no estudo de caso, localizada na Alameda Itu – 920 foi fundada em 1921 e têm capacidade para acolher até 160 meninas, possuindo quartos individuais, duplos e triplos. Dentro destes valores estão inclusos café da manhã e almoço além de internet, banheiro comunitário, sendo um por andar, além disso, o pensionato possui refeitório onde são servidas as refeições, cozinha para as meninas com armários individuais, fogão, micro-ondas, geladeira e espaço para fazer as refeições, sala de estudos, de TV e de visitas, lavanderia com máquina de lavar e secar e um jardim.

Para serem aceitas na residência é preciso passar por uma entrevista com a irmã responsável, com a presença dos pais, além de falar um pouco sobre si como idade e que curso vêm fazer, são informadas das regras e de como tudo funciona: a porta da rua é aberta das 6h às 23h30min de segunda a sábado e aos domingos das 7h às 23h, fora destes horários só entram ou saem da residência meninas que conversaram com a irmã responsável e que tiverem motivo razoável e quando forem dormir fora é preciso preencher um cartão com endereço, telefone e data do retorno. Quando se entra ou sai do prédio é necessário que se coloque a digital num aparelho que registra os horários, assim se têm o controle de quem está em casa; o café da manhã e o almoço também têm horários, no caso do almoço é possível deixar uma marmita caso não vá conseguir estar na residência no horário, para isto é necessário avisar na portaria; as moradoras ficam responsáveis pela limpeza de seus quartos e caso precisem instalar algo como estantes, ou trocar uma luz queimada solicitam na portaria estes serviços.

Por fim, quanto às atividades realizadas, segundo Britto existem reuniões organizadas pela irmã, que as moradoras precisam participar, que são realizadas todo semestre com o intuito de repassar as regras da casa, além dos valores que devem ser prezados, nessas reuniões também são discutidos eventuais problemas que acontecem e como se pode melhorar a convivência na casa, também são

realizadas confraternizações de boas vindas para as meninas novas no pensionato, final de ano e aniversariantes do semestre, que têm como objetivo a integração das moradoras do local.

4.1.2 Associação Chiba Kenjin do Brasil

As Associações das Províncias do Japão no Brasil são mantidas por doações enviadas pelas províncias do Japão, sendo que cada associação no Brasil representa suas respectivas províncias e recebem doações das mesmas. Seu objetivo é acolher e ajudar seus descendentes no Brasil, conta Taniguchi. A Associação Chiba Kenjin do Brasil inicialmente era uma simples casa residencial localizada na Rua Nelson Fernandes – 247, onde a pequena comunidade se reunia. Em 2009, a Província de Chiba, sabendo disso, enviou uma grande doação para reformar a residência e com isso se transformar num pequeno edifício para abrigar os jovens que saem de suas cidades e buscam melhores condições de estudos em São Paulo. O edifício possui 3 andares tendo no primeiro andar um grande salão para festas e uma pequena cozinha; no segundo andar fica o escritório da Associação, duas salas – uma social e outra para reuniões – e uma cozinha para uso dos associados e 3 quartos, sendo uma da zeladora da Associação; já no último andar fica a lavanderia, uma sala de TV, sala de jantar e a cozinha para uso dos estudantes e mais 6 quartos. Cada andar possui um banheiro para homens e outro para mulheres. Todos os quartos possuem duas camas de solteiro, dois armários e uma escrivaninha, fica a critério dos estudantes dividirem ou não os quartos. O local abre suas portas às segundas feiras para aulas de *kendo* (luta com espadas japonesas) somente para os associados. Taniguchi ainda conta que, para se hospedarem no alojamento são aceitos japoneses que tenham entre 20 e 30 anos, solteiros e que sejam japoneses ou descendentes de pai ou mãe japoneses. Então é realizada uma entrevista entre a responsável pelo alojamento e o candidato a morador, preferivelmente acompanhado dos pais ou do fiador. Na entrevista a responsável pergunta sobre a vida, os hábitos e costumes e quando os pais estão presentes, investiga-se um pouco da cultura e educação que foi passado para o estudante. Após a aprovação do candidato, entrega-se uma lista de regras onde o morador tem que concordar e assinar, cada estudante é responsável pela limpeza do seu quarto. Não há porteiro no local, os próprios moradores controlam a entrada e saída.

4.1.3 Residência Particular Compartilhada – República

As repúblicas existem há muito tempo e são mais comuns entre os universitários pelo seu custo-benefício e maleabilidade nas regras. Segundo o dicionário Michaelis, o significado de república pode ser: “Associação de pessoas que não reconhecem chefe; Conjunto de estudantes que vivem na mesma casa; Essa casa; Associação de animais que vivem em comum; *pej* Coisa desordenada”.

A república escolhida localiza-se na Av. Professor Francisco Morato – 2203 e surgiu com a iniciativa de três meninas, que já dividiam um apartamento, buscaram um lugar melhor para morar, conta Souza (entrevista disponível no apêndice). O aluguel do apartamento onde estão agora tem o valor de R\$1600,00 e possui 5 quartos – sendo 1 quarto suíte, 1 quarto de empregada e 3 quartos do mesmo tamanho. As três que fundaram a república possuem contrato com a empresa imobiliária e são responsáveis pelo apartamento, elas cuidam da mobília do apartamento e tratam da divulgação das vagas e da aprovação da entrada de alguma nova menina, para isso, todas precisam entrevistar e aprovar a candidata à vaga.

Souza salienta que todas as meninas têm obrigações, todas cuidam da limpeza, das contas, cada uma cuida da sua comida, dos seus respectivos quartos e quando acaba alguma coisa de uso geral, elas avisam a responsável encarregada pela compra do material. Elas são responsáveis pela entrada e saída das pessoas no apartamento e precisam avisar a todos os membros da república das visitas, o mesmo vale para uma confraternização. As regras de convívio são claras, precisam ser respeitadas por todos e não fazer com a outra pessoa o que não gostaria que lhe fizessem, isso é aceito e seguido. O convívio é intenso e não há como não criar laços, podendo ocorrer desentendimentos, que logo são amenizados, pois elas compreendem que mulheres têm temperamentos fortes.

4.2 Análises das Proposições

4.2.1 Proposição 1: Os meios extra hoteleiros são procurados pois possuem ambiente hospitaleiro e familiar.

A partir das análises das entrevistas realizadas, foi possível notar que a maioria dos entrevistados citou como referências para ambiente familiar aspectos como se sentir bem no local, ter companhia, um ambiente que seja acolhedor, em que a pessoa se sinta em casa. Além do mais, notou-se que não acham que as responsabilidades dadas a cada um seja uma característica deste tipo de

ambiente, mas que elas servem para manter a boa convivência, o que ajuda a mantê-lo. Nas entrevistas, foi muito respondido que um ambiente familiar é aquele aonde existem pessoas que se importam com você, apesar de haverem algumas divergências como a gestora da Associação Chiba Kenjin do Brasil, Taniguchi passou que a relação dos moradores com a associação é como se fosse uma família e afirma que “cobro as coisas caso não estejam em ordem, faço o papel de uma avó. Uma vez o carteiro me perguntou se são todos meus filhos e eu disse que sim, são todos meus filhos e netos”. Porém, Kadono, morador do local afirma que a relação com a Associação Chiba é capitalista, apesar de afirmar que as pessoas são prestativas que deixam tudo em ordem, mas que essa situação é compensada pela convivência com os outros moradores. No caso da Residência Maria Imaculada, Avanzi considera que o local esteja inserido na questão do ambiente familiar, por acolherem as moradoras de forma que se sintam em casa, pois consideram como se fosse uma extensão da família. A recepcionista do local convive com as meninas diariamente, e têm um contato mais direto, concorda com Avanzi, e ainda considera que a residência apesar de ter suas limitações oferece conforto e uma boa estrutura para acolher as moradoras, outro fator que a faz considerar o ambiente familiar é que muito frequente as moradoras fazerem amizades que duram até mesmo depois de muito tempo de saída da residência e também existem as moradoras que já formaram sua vida, casaram e tiveram filhos e que mesmo depois deste tempo continuam retornando ao local pra visitar e ver como está tudo. Britto, uma das moradoras da residência, disse que em sua opinião considera um local de transição para as meninas que nunca moraram sozinhas, pois existem certas regras que a impedem de fazer coisas que tinha costume de fazer em casa, como por exemplo, levar amigas para assistir filme ou almoçar e que ela sente falta desta liberdade, porém considera o pensionato um ambiente familiar, pois: “me sinto acolhida, têm regras como eu tinha em casa, eu me sinto bem aqui”. Além disso, também ressaltou que o fato de se sentir acolhida se deve ao fato de ter pessoas que dão suporte para que se possa chamar o pensionato de casa.

Na república a responsável por sua criação e organização considera que esteja em um ambiente familiar, pois ao contrário de outras, a que ela toma conta e mora é bem organizada quanto às regras e por isso as meninas conseguem conviver de forma harmoniosa, e que além desse fator elas também se ajudam e fazem companhia já que as moradoras não voltam para casa dos pais com tanta frequência. Engler, moradora da república resalta que neste tipo de moradia o que dá mais problema é a questão da limpeza, mas que na república estudada elas têm isto bem organizado e considera a república um ambiente familiar, pois se sente bem no local e consegue resolver tudo de forma tranquila com as outras moradoras e ainda disse que as regras ajudam a tornar o ambiente de fácil convívio.

Analisando as entrevistas foi possível notar que os meios de hospedagem extra hoteleiros com foco em estudantes participantes da pesquisa, apesar do seu caráter comercial, possuem características muito fortes da hospitalidade, a partir do ponto que foi dito pela maioria dos entrevistados que consideram o ambiente que moram um ambiente familiar. Pode-se notar essa questão quando Avanzi retirou os concorrentes do mapa de *stakeholders*, pois afirmou que não competem com ninguém, seu objetivo é acolher meninas que precisem de apoio e não é feito nenhum trabalho referente aos outros meios de hospedagem deste tipo. Souza ressaltou que não têm problemas com os outros meios por que o valor que é cobrado em sua república é baixo e sempre têm muita gente procurando esses estabelecimentos, então a relação entre a república e os outros meios extra hoteleiros é mais de cumplicidade, eles se ajudam entre si. Mesmo no caso da Associação Chiba, onde houve divergências de opinião entre os entrevistados, existe esse caráter de companheirismo e regras próprios de um ambiente familiar. Essa divergência se dá quando o anfitrião tem ações que considera hospitaleiras, mas são entendidas de forma errada pelos hóspedes, o que causa a hostilidade, pois a hospitalidade é impalpável podendo ser entendida de formas diferentes dependendo da percepção de cada indivíduo, como afirmou Camargo (2010). Na Residência Maria Imaculada as três entrevistadas concordaram que é um ambiente familiar e demonstraram que o ambiente também é hospitaleiro. Na Associação Chiba Kenjin, Taniguchi afirma que o local é um ambiente familiar e hospitaleiro, Shinkai não concorda e Kodono acrescenta que a relação com o estabelecimento é capitalista, porém as pessoas que moram lá dentro se tornaram sua família. Na república Souza e Engler concordam que o ambiente é familiar e é possível notar que também hospitaleiro, Costa disse ser difícil responder essa questão, pois no condomínio existem muitas pessoas, aquelas que tentam manter o ambiente amigável e as que não têm esta atitude. Pela maioria das respostas afirmativas a primeira proposição foi ratificada.

4.2.2 Proposição 2: Os meios extra hoteleiros fornecem conforto e segurança aos estudantes, para que foquem nos estudos.

Como os estudantes se deslocam para cidades desconhecidas e no caso dos que vêm para uma cidade grande como São Paulo, foi possível notar pelas entrevistas que há um receio por parte de alguns estudantes e dos pais pelo fato de acharem São Paulo uma cidade perigosa e por isso, acabam procurando estabelecimentos que estejam em lugares considerados seguros. Além do mais, prezam por lugares que ofereçam conforto e tranquilidade para que o foco do morador seja realmente o estudo, por isto lugares que ofereçam refeição, que esteja bem localizado com facilidades no transporte e mercados ao redor são procurados pelo público estudantil. No caso da Residência Maria Imaculada todos esses requisitos são preenchidos, é bem localizada próxima a Av. Paulista, com metrô a quatro quadras e em seu entorno possuem várias facilidades tanto para necessidades do dia a dia, quanto para divertimento. Além disso, os serviços inclusos no aluguel do quarto dão suporte para que foquem nos estudos, Simeão ressalta que os serviços de alimentação e limpeza são muito importantes para as moradoras, além de que a estrutura é voltada para atender as necessidades deste público:

Elas pensam que aqui é melhor porque oferece alimentação, então elas não têm que ficar perdendo tempo com isso. Também vêm pensando que aqui vai ter um lugar bom para estudar, então aquelas que vêm com a intenção de realmente estudar, já vêm contando com isso.

Britto confirma a afirmação ressaltando: “gosto por que não tenho que me preocupar com almoço e com certas coisas, a localização é muito boa. Não preciso me preocupar com café da manhã e nem com almoço, só com o jantar”, afirma que se sente segura no local e não têm medo de voltar pra casa independente de hora e foi morar no pensionato por que os pais queriam um lugar que oferecesse conforto e acham mais seguro morar em um lugar como este. Avanzi disse que o bairro em que a residência está localizada é seguro e que para reforçar essa segurança a porta só é aberta para conhecidos e de noite um vigia fica tomando conta das entradas. Avanzi também ressalta que os pais das moradoras vão em busca da residência por quererem conforto para as meninas:

As meninas que são menores vêm para cá mais pelos pais, eles buscam uma certa segurança, um certo conforto, uma certa extensão da família, porque no apartamento vai ficar muito sozinha, muito jogada e aqui existe um acompanhamento.

Britto ainda ressaltou que ambiente fornece uma instalação confortável, a estrutura é organizada para aquelas pessoas que têm como principal objetivo o estudo. A Associação Chiba também é considerada um local seguro pelos entrevistados, tanto na questão do bairro como na forma que é feita a do empreendimento. Taniguchi disse que cada morador possui sua chave e possuem planos para colocar câmeras de segurança e que quanto à questão do conforto o local também está próximo à estação de metrô e possui as facilidades de mercado, farmácia, academia, entre outros. A estrutura é simples, porém também é um local tranquilo que fornece suporte para quem precisa estudar, como ressaltou Shinkai, que apesar de achar o quarto muito impessoal, já que não se podem fazer muitas mudanças, considera o fato dele já vir mobiliado um fator positivo. Kadono acrescenta que apesar da moradia não oferecer a alimentação o local é confortável e cômodo, já que fica próximo a vários restaurantes além do metrô, o que facilita sua vida e ainda acha que a estrutura da Associação Chiba oferece conforto. A república fica em um condomínio de prédios em um bairro que os entrevistados consideram ambos seguros. Quanto ao conforto, Souza cita que já tinha morado em outros locais semelhantes e se sentia desconfortável por conviverem com homens na casa além de bagunçado, então quando criou a república em que mora atualmente e criou regras para que todas pudessem ficar confortáveis. Engler, também concorda que o local é seguro e que “é mais seguro do que morar sozinha”, ela também já morou em outras repúblicas e teve que se mudar de uma delas por uma questão de desconforto. Segundo Assis (2010) o anfitrião tem como função criar um universo moral em que ele e o hóspede concordam em fazer parte, assim, é importante que esses estudantes que se mudam para São Paulo procurem lugares em que se encaixem.

Analisando as entrevistas foi possível notar que os três meios de hospedagem estudados são considerados seguros, principalmente por estarem em bairros tranquilos em relação a isso. A questão da segurança também foi ligada ao fato dos estudantes estarem morando com outras pessoas, e, além disso, também fazem a segurança básica como deixar a porta sempre trancada. Quanto à questão do conforto pode-se notar que um fator chave é o fato do estudante procurar um local em que possa se encaixar, que combine com sua personalidade para que se sinta bem. Outros pontos

como o empreendimento estar inserido em um local em que existam facilidades ao seu redor e do ambiente ter um caráter que possibilite o estudo, como por exemplo, ser silencioso, também influem na escolha. Devido todos os entrevistados considerarem os empreendimentos seguros e confortáveis a segunda proposição foi ratificada.

4.2.3 Proposição 3: A profissionalização dos serviços prestados melhorou a qualidade da hospedagem e dos serviços afetando sua relação com os *stakeholders*.

Por meio das entrevistas realizadas, notou-se que a maioria dos entrevistados apontou como referências para análises da melhoria na relação com os *stakeholders* aspectos como procurar atender às necessidades dos estudantes, tanto estrutural como pessoal e legal. Além disso, foi possível perceber que os entrevistados notaram as mudanças ocorridas para melhorar as condições nos locais, sendo elas são muito importantes nos dias atuais. Os empreendimentos sofrem mudanças ao longo dos anos, eles têm que se adaptar às novas realidades e às novas tendências para atenderem seu público alvo. Segundo a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo (2015, p. 68), “As principais áreas/atividades que receberam investimentos em 2014 foram as seguintes: ampliação e/ou reforma das instalações, tecnologia da informação e treinamento de pessoal”. Foi possível notar que os empreendimentos estudados tentam fazer melhorias para oferecer um serviço melhor, durante a entrevista na Associação Chiba, Taniguchi nos contou que foi realizada uma grande reforma no local para atender às necessidades de seus associados, criou-se toda uma nova infraestrutura para recebê-los e hospeda-los. Já no Pensionato a moradora Britto comentou que:

O pensionato existe há muito tempo e não tinha internet, quando começaram a ter uma necessidade maior disso elas montaram uma salinha de computação, depois as pessoas passaram a ter cada uma seu computador e aí elas adotaram internet *wi-fi*, e hoje cada menina têm uns dois aparelhos que usam internet simultaneamente, então elas melhoraram a potência da internet, desde que eu entrei aqui a internet já melhorou muito. Também têm meninas que estudam de noite e às vezes precisam chegar um tempinho depois e elas abrem essa exceção... têm as meninas que fazem cursinho, que funciona até feriado (as portas abrem de 7h nos feriados), e aí as irmãs abrem cedo pra elas. Às vezes eu saio de noite e acabo perdendo a hora, e elas já avançaram até o ponto de terem Whats App então eu posso mandar mensagem e avisar que vou precisar de um tempinho a mais, eu vejo que elas sempre estão abertas a novas ideias, acompanham o que a gente usa.

O que se confirma com Avanzi, que diz que o pensionato adequa os procedimentos conforme necessário. Souza também comenta que as adequações que se realizam na república são de acordo com as necessidades: “Quando precisamos de algum outro equipamento – essa semana tivemos que comprar um interfone – a gente que procura, mas acho que essa é nossa responsabilidade, tudo que passa, tudo que precisa comprar”. Foi concordado nas entrevistas que a elaboração de um contrato é boa para as relações e trazem mais segurança tanto para o locador como para o locatário, pois a presença de um fiador dá o auxílio em casos de urgência. Como foi respondido por Taniguchi “um fiador é muito importante. Quando acontece algo inusitado o fiador é o primeiro a ser contatado.” E já Shinkai acredita que “É sempre importante, pois no caso de algum acidente tem que ter alguém responsável pelas ações do meu filho”. No Pensionato, Avanzi comentou que “existe um contrato e ele é feito por um prazo determinado, que é por 6 meses ou 1 ano dependendo da necessidade e sempre que prazo chega ao fim é preciso pedir a renovação”. Na República foi feito o contrato com a imobiliária responsável pelo apartamento, com 3 contratantes, sendo uma delas Souza.

É importante que os meios de hospedagem invistam em treinamentos e em procedimentos que tenham como foco a hospitalidade e também que a empresa saiba reter os funcionários que possuem esta qualidade. No Pensionato, as irmãs reconhecem essa necessidade, e Irmã Marlene conta que fazem treinamento duas vezes por ano, do pensionato e nesse treinamento é tratada a questões de carisma, jeito de ser, de como se trabalha com a juventude e também as questões legais. E Simeão complementa que os treinamentos passam mais segurança ao trabalho dos funcionários e os procedimentos auxiliam muito. No condomínio da república os funcionários também realizam treinamentos, Ciro, encarregado da manutenção, comenta que passou por treinamentos com o zelador e com o síndico para como devem se comportar dentro dos apartamentos e como conduzir o serviço para depois nenhum morador recamar. Entretanto, mesmo com todo treinamento para que o funcionário trate os clientes da melhor forma, isso ainda dependerá de outros fatores: “[...] a

'qualidade da hospitalidade' do funcionário deste setor é influenciada pelo modo como ele percebe o tratamento do seu empregador, assim como o modo pelo qual é tratado pelo cliente" (GUERRIER; ADIB, 2004, p. 380). Mostrando que mesmo com treinamentos, o fator humano não pode ser totalmente administrado. Com as entrevistas realizadas, a proposição 3 que visava investigar se a profissionalização melhora a qualidade da hospedagem e dos serviços prestados afetando sua relação com os stakeholders foi ratificada parcialmente, tendo em vista que a inserção dos próprios moradores não necessariamente é profissionalizada, pois as pessoas que lidam diretamente com os clientes não têm cursos específicos para atender às necessidades dos clientes, sendo assim, as ações passam a ser informais. Como relata Taniguchi "eu já ensinei muito a limparem a geladeira" e Souza disse que "teve uma menina que eu fui lavar o banheiro na minha semana e ela me perguntou como eu limpo. Então tive que explicar tudo, ela nunca tinha limpado".

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hospedagem extra hoteleira voltada para estudantes cresce à medida que cada vez mais estudantes se mudam de suas cidades para estudar em outra. O objetivo geral da pesquisa "Verificar as possíveis causas dos meios extra hoteleiros com características familiares serem atrativos para estudantes" foi atingido, na análise das entrevistas foi possível notar que as principais causas destes meios serem atrativos são: seu preço, que é reduzido; a companhia, que é muito procurada já que estes estudantes muitas vezes não conhecem ninguém na cidade e querem fazer amizades para não se sentirem sozinhos; a segurança, pois segundo as entrevistas há um temor pela cidade ser grande e considerada violenta; e o fato desses ambientes serem compatíveis com o seu principal objetivo, que é estudar, oferecendo silêncio, lugar para estudo e regras de boa convivência.

Por meio das proposições analisadas, foi procurado atingir os objetivos específicos da pesquisa, que são "Verificar se os ambientes extra hoteleiros conseguem proporcionar um ambiente familiar aos estudantes"; "Analisar se as estruturas oferecem conforto e segurança aos estudantes, sendo um ambiente hospitaleiro"; e "Investigar se a profissionalização melhora a qualidade da hospedagem e dos serviços prestados afetando sua relação com os *stakeholders*", para responder a grande pergunta da pesquisa: Por que os estudantes procuram os meios extra hoteleiros com características familiares?

Para comprovar o alcance do primeiro objetivo, foi criada a seguinte proposição: "Os meios extra hoteleiros são procurados, pois possuem um ambiente hospitaleiro e familiar", que foi ratificada segundo as análises das entrevistas. Assim o objetivo "Verificar se os ambientes extra hoteleiros conseguem proporcionar um ambiente familiar aos estudantes" foi atingido e observou-se que eles oferecem um ambiente familiar, como os estudantes estão longe de suas famílias as pessoas que convivem com eles nestes meios de hospedagem passam a ser o que foi chamado de uma extensão da família. Os moradores tentam criar um ambiente em que todos possam conviver em harmonia e foi possível notar que parte disso está o fato de serem hospitaleiros uns com os outros. A maioria dos estudantes fica muito tempo sem retornarem para suas casas e por isto o local aonde vivem precisa ter uma infraestrutura em que eles se sintam bem, pois é lá que irão passar a maior parte do tempo.

Para investigar se os meios de hospedagem extra hoteleiros em questão oferecem um ambiente familiar foi perguntado aos entrevistados o que seria na sua concepção um ambiente familiar, pelas respostas, a maioria considera ser um ambiente que principalmente o indivíduo se sinta bem, que possa chamar aquele local de casa, além de ter companhia e que também seja aconchegante. A questão do ambiente familiar foi confirmada não somente porque os entrevistados consideram que os meios de hospedagens pesquisados se enquadram no seu conceito, mas também por passagens das entrevistas, aonde os entrevistados falaram coisas como Taniguchi, que disse fazer o papel de uma avó para os moradores; Avanzi que disse que a residência é uma extensão da família; Simeão que afirmou que as meninas fazem amizades para a vida inteira e várias retornam ao local para saber como tudo está indo; entre outras passagens que mostram que estes lugares são tratados como uma segunda casa realmente. Os três meios de hospedagem estudados possuem um aluguel estabelecido para quem pretende morar no local, caracterizando assim um estabelecimento comercial, porém nenhum dos três tem como objetivo a obtenção de lucro para enriquecimento de um dono, são locais que cobram o aluguel para sobrevivência e melhoramento próprio. Os empreendimentos possuem essa característica de oferecer serviços de acordo com o valor que é cobrado, porém por seu objetivo não ser o de gerar lucro e sim o de oferecer um ambiente que acolha estudantes que estão longe de casa. Por isto é notável que ele possui muitas características de um ambiente familiar, aonde os moradores encontram uma segunda família e apoio para seguirem com

seus estudos longe de casa. A hospitalidade que é oferecida a eles não é por uma questão comercial, foi possível notar que existe uma demanda muito grande deste perfil de público, assim estes locais sempre possuem muita procura e não buscam fidelizar clientes.

Para responder o segundo objetivo, “Compreender se as estruturas oferecem conforto e segurança aos estudantes, sendo um ambiente hospitaleiro”, criou-se a seguinte proposição: “Os meios extra hoteleiros fornecem conforto e segurança aos estudantes, para que foquem nos estudos”. Assim o objetivo foi atingido e observou-se que as estruturas são consideradas seguras e confortáveis. Foi possível notar através da análise das entrevistas que existe um medo, principalmente da parte dos pais, com relação a São Paulo por ser uma cidade grande. Então estes estudantes acabam procurando lugares que estejam localizados em bairros considerados tranquilos com relação à violência, sendo este o principal motivo para os entrevistados considerarem os empreendimentos estudados seguros. Além disso, pela insegurança crescente, estes meios de hospedagem, apesar de confiarem nos bairros em que estão localizados, também investem em estruturas de segurança para reforçar. A Associação Chiba é toda gradeada e sempre mantém a porta trancada, além de ter planos de investir em câmeras de segurança; a república fica em um condomínio de prédios aonde os visitantes têm que passar por um porteiro que só libera a entrada mediante autorização dos moradores e as moradoras da república também mantêm a porta sempre trancada; a Residência Maria Imaculada possui um sistema de câmeras, a recepção só abre porta para pessoas conhecidas.

Quanto à questão do conforto, foi analisada de diferentes formas: com relação à estrutura e ao ambiente e o resultado é que os entrevistados consideram que ambos são confortáveis e que dão base para que o foco principal, que é o estudo, seja realizado. As estruturas foram consideradas confortáveis, pois preenchem necessidades como estar inserida em um meio que forneça facilidades, os três locais estudados possuem supermercado; farmácia; restaurantes e até lugares voltados para entretenimento por perto, o que facilita a vida corrida dos moradores. Além disso, os ambientes dos meios extra hoteleiros também foram considerados confortáveis, os entrevistados consideraram que são tranquilos e silenciosos de forma que se consegue concentrar para estudar. Além do mais, todos se sentem bem nos locais, o que os deixa confortáveis. Foi citado quanto a Residência Maria Imaculada que a questão dos horários de entrada e saída, café da manhã e almoço ajudam a criar uma rotina e assim focar nos estudos. A Associação Chiba já possui os quartos mobiliados, o que foi considerado um ponto positivo; o banheiro é comunitário, mas como possui uma quantidade boa geralmente estão vazios; além de também há uma cozinha equipada que os moradores podem utilizar. A Residência Maria Imaculada também já têm quartos mobiliados e, além disso, possui sala de estudo; sala de televisão; refeitório; cozinha para as moradoras; lavanderia; e jardim. Na república as meninas tiveram que arcar com os móveis e cada uma que entra mobília seu quarto, o condomínio possui academia; quadra e parquinho.

Para o terceiro e último objetivo: “Investigar se a profissionalização dos serviços prestados melhorou a qualidade da hospedagem e dos serviços afetando sua relação com os *stakeholders*” tem-se a seguinte proposição: “A profissionalização dos serviços prestados melhorou a qualidade da hospedagem e dos serviços afetando sua relação com os *stakeholders*” e foi ratificada parcialmente segundo as análises das entrevistas. Observou-se que os meios extra hoteleiros realizaram mudanças significativas para a adequação das novas necessidades e para atingir as expectativas dos clientes, a elaboração de um contrato oferece maior segurança tanto para o morador e sua família quanto para o empreendimento, pois a presença de um fiador faz com que não haja inadimplência por parte do morador, isso é, o locador se protege financeiramente contra possíveis atos irresponsáveis, pelo outro lado o locatário com um contrato firmado, é formalmente informado o tempo de estadia e também das regras e as sanções que serão aplicadas durante a estadia caso haja algo diferente ao combinado. Outro fator importante é a criação de regras para o convívio, isto faz com que o relacionamento e cuidado para que os moradores se adaptem à nova moradia, fator que é essencial para o convívio no local. Os treinamentos de funcionários realizados servem para o melhoramento no relacionamento dos serviços e da hospitalidade, tendo em vista que um conhecimento maior sobre relações humanas auxilia nesse convívio e que se faz necessário os protocolos e procedimentos, pois assim como qualquer outro meio de hospedagem, existem locais restritos, ou seja, quando um funcionário necessita de realizar algum tipo de serviço dentro das acomodações dos hóspedes, os mesmos devem ser informados e conseqüentemente autorizados, para realizações das atividades, pois existem itens pessoais e para que não exista nenhum desentendimento quanto à idoneidade do local se faz necessário esta autorização, para que todos

fiquem cientes dos acontecimentos. Foi possível perceber que existe uma profissionalização, geralmente feita informalmente, não sendo específica para os meios extra hoteleiros.

Este trabalho, do ponto de vista profissional, contribui para um estudo mais aprofundado dos meios de hospedagem extra hoteleiros e amplia o conhecimento sobre eles. A partir do estudo de casos múltiplos, percebeu-se que há grande procura por esses meios de hospedagem. Com esta pesquisa conseguiu-se analisar a categoria dos meios extra hoteleiros que os estudantes buscam e aprender mais sobre ela. As entidades do setor de hospedagem, como a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), o São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB) podem ter interesse no trabalho tendo em vista a importância dos meios de hospedagem extra hoteleiros.

Os três empreendimentos estudados foram muito abertos às entrevistas, todos foram hospitaleiros e tiveram a boa vontade de concedê-la, mesmo em meio às agendas cheias e em indicar os *stakeholders* principais também. Apesar das dificuldades para marcar os encontros, durante as entrevistas ocorreu tudo muito bem, todos foram atenciosos e abertos às perguntas, dando respostas ricas, ajudando a contribuir com o estudo. Todos os empreendimentos estudados fizeram modificações para atender melhor as necessidades das novas gerações, mas em vista das novas tecnologias que se atualizam muito rapidamente, a Associação Chiba Kenjin do Brasil poderia investir mais em tecnologias, aperfeiçoando a segurança colocando, por exemplo, câmeras de segurança e talvez um interfone como possui o Pensionato, com câmera de rosto e um sistema de controle de entrada e saída dos moradores. Para a República, seria interessante a elaboração de um contrato entre as meninas para que todas possam ter mais segurança jurídica.

Algumas limitações foram encontradas enquanto a pesquisa foi desenvolvida. A primeira delas foi com a questão das referências bibliográficas, pois esta pesquisa trata sobre um assunto que ainda é pouco estudado e existem poucas fontes de informação a seu respeito, levando à utilização de livros antigos. Para a continuação do trabalho poderiam ainda ser feitos estudos de outras entidades e meios de hospedagem extra hoteleiros, bem como uma análise mais aprofundada dos empreendimentos, podendo ainda incluir mais entrevistas, *stakeholders* e também incluir observação participante para se ter melhor entendimento de como estes estabelecimentos funcionam e as relações que ali existem.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, N.; BRITO, P. L. e JORGE, W. E. *Hotel: planejamento e projeto*. 8ª Edição. São Paulo: Senac, 2002.

ASSIS, M. S. N.. *Hospitalidade em Moradias Estudantis: Estudo de Caso das s de Ouro Preto – MG*. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2010.

ASSOCIAÇÃO CHIBA KENJIN DO BRASIL. Disponível em:
<<http://www.kenren.org.br/provincias/associacoes/kanto/chiba>>. Acesso em: 19 de outubro de 2015

BARDIN, L.. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70,1994.

BENI, M. C.. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac, 2001.

BENI, M. C.. *Turismo. Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão*. 1ª Edição. Barueri: Manole, 2012.

BRUNO, E. S.. *História e Tradições da Cidade de São Paulo*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1953.

CAMARGO, L. O.. *Hospitalidade*, São Paulo: Aleph, 2004.

CASTELLI, G.. *Administração Hoteleira*. Caxias do Sul: Educss, 2001.

CASTELLI, G.. *Gestão Hoteleira*. São Paulo: Saraiva, 2006.

- CASTELLI, G.. *Hospitalidade na Perspectiva da Gastronomia e da Hotelaria*. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CERQUEIRA NETO, E.P.C. *Gestão da Qualidade: Princípios e Métodos*. São Paulo: Pioneira, 1993.
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D. e WANHILL, S.. *Turismo - Princípios e Práticas*. 3ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- CUNHA, P. F. da. *Gestão dos Stakeholders*. São Paulo: Saraiva, 2010.
- CZELUSNIAK, A.. *Sisu estimula ciclo migratório entre alunos*. *Gazeta do Povo*, 09 jun. 2013. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/educacao/vida-na-universidade/sisu-estimula-ciclo-migratorio-entre-alunos-ehgik2ssx7fnaxgjqb84wl366>>. Acesso em: 19 de outubro de 2015
- DENKER, A. F. Maneti; DA VIÁ, S. C.. *Pesquisa Empírica em Ciências Humanas*. Com Ênfase em Comunicação. 2ª Edição. São Carlos: Futura, 2009.
- DIEGO, C. C.; PASCHOAL, C. A.; SALLES, M. R. R. *Sustentabilidade Ambiental e Impactos Na Hotelaria. Estudo de Caso: Hotel Grand Hyatt São Paulo*. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, vol 4, nº 9 (fev/ 2011).
- LOPES, A. S.; OLIVEIRA N. *Hospitalidade e Trocas Contemporâneas na Hotelaria: um Estudo de Caso do Quality Suítes Vila Olímpia*. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, vol 6, nº 14 (jun/ 2013).
- FGV Projetos, Ministério do Turismo. *Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo*. 11ª Edição. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 2015. 98 p..
- FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. *Administração de serviços*. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- FREEMAN, R. E.. *Strategic Management: a stakeholder approach*. Minnesota: Pitman, 1984.
- FREEMAN, R. E.; HARRISON, J. e WICKS, A. C. *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation and Success*. 2ª Edição. Yale University Press, 2007.
- FREITAS, A. L. P.. *Uma abordagem multicritério para a classificação de hotéis*. São Paulo, RAUSP - Revista de Administração, v.42, n.3, p. 338-348, jul./ago./set. 2007.
- GOTMAN, A.. *O Comércio da Hospitalidade é Possível?* Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VI, n. 2, p. 3-27, jun.- dez. 2009.
- GUERRIER, Y.; ADIB, A. *O trabalho na indústria da hospitalidade*. In: LASHLEY C.; MORRISON, A. (Org.). *Em busca da hospitalidade*. São Paulo: Manole, 2004.
- HAMMERL, P. C.; SILVEIRA, R. L.; BENETTI, J. *A industrialização e o desenvolvimento do turismo no Brasil: da expansão cafeeira à política varguista*. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 18 (jun/ 2015).
- LASHLEY, C.; MORRISON, A.. *Em Busca da Hospitalidade*. Perspectivas Para um Mundo Globalizado. 1ª Edição. Barueri: Manole, 2004.
- LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A.. *Marketing de serviços*. Pessoas, tecnologia e estratégia. São Paulo: Person Prentice Hall, 2011.
- LYNCH, P.; MACWHANNELL, D. *Hospitalidade doméstica e comercial*. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. *Em busca da hospitalidade*. Barueri: Manole, 2004.
- MITCHELL, R. K.; AGLE, B. R.; WOOD, D. J. *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts*. *Academy of Management Review*, v. 22, n. 4, p. 853-886, 1997.

MONTEJANO, J.. *Estrutura do Mercado Turístico*. São Paulo: Roca, 2001.

MORSE, R. M.. *Formação Histórica de São Paulo*. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970.

MOTA, A. M. G.; WADA, E. K.; FRAGA, L. E. *Mídias Sociais e a Hospitalidade Desafios e Tendências no Século XXI*. TURyDES. v. 6, n 15, dezembro, 2013. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/15/turismo-desafios.html>> . Acesso em: 28 de novembro de 2015.

Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo / FGV Projetos , Ministério do Turismo. 11.ed. Rio de Janeiro : Fundação Getulio Vargas, 2015. 98 p.

PETROCCHI, M.. *Hotelaria: planejamento e gestão*. 2ª Edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

RELIGIOSAS DE MARIA IMACULADA. Disponível em: <<http://www.religiosasmariainmaculada.org/content/pt/>>. Acesso em: 26 de Outubro de 2015.

RESIDÊNCIA MARIA IMACULADA. Disponível em: <<http://www.resialamedaitu.com.br/>>. Acesso em: 20 de outubro de 2015.

RIBEIRO, K. C.. *Meios de Hospedagem*. E-Tec Brasil, Manaus, 2011. Disponível em:<http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_meios_hosp.pdf>. Acesso em: 25 de maio de 2014.

ROBBINS, S. P.. *Fundamentos do comportamento organizacional*. 18ª Edição. São Paulo: Prentice-Hall, 2009.

Semana de Ciências Sociais, 1., 2012, Campinas. *O Fluxo Migratório de Estudantes Internacionais na Unicamp*. Campinas: Publicações Ifch, 2012. 12 p. Disponível em: <http://www.ifch.unicamp.br/semanacs/sites/www.ifch.unicamp.br/semanacs/files/Trab_Calegari.pdf>. Acesso em: 19 de outubro de 2015.

STOLF, R. R. *Meios de Hospedagem Residenciais - O Estudo das Pensões para Estudantes em São Paulo*. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembí Morumbi, São Paulo, 2004.

WALKER, J. R.. *Introdução à Hospitalidade*. Barueri: Manole, 1994.

YIN, R. K. *Estudo de Caso. Planejamento e Métodos*. 4ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2010.