



Avaliação da qualidade dos serviços ofertados por nove *hostels* da América Latina: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes na plataforma *Tripadvisor*

Evaluación de la calidad de los servicios ofrecidos por nueve *hostels* en América Latina: análisis de contenidos generados por los huéspedes en la plataforma *Tripadvisor*

Sofia Vendrame Ferreira

Tecnóloga em Gestão de Turismo. Instituto Federal de São Paulo, Brasil. ORCID <https://orcid.org/0009-0008-5525-1022>

Rodrigo Ribeiro de Oliveira*

Doutor. Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico. Instituto Federal de São Paulo, Brasil. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1006-6500>

Wellington Gonçalves

Doutor. Professor do Ensino Superior. Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7106-3637>

Glória Edith Molinari

Mestre. Professora do Ensino Superior. Universidade Nacional de La Plata, Argentina. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8193-4934>

Información del artículo

Recibido:
21/09/2023

Aceptado:
16/01/2024

Publicado:
15/07/2024

*Autor de correspondencia

rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br

Páginas:

117 - 134

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

Resumo

O turismo desempenha um papel crucial no desenvolvimento econômico da América Latina, impulsionando o setor terciário e contribuindo para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) da região. A hotelaria é um ramo que lida constantemente com pessoas distintas, dentro desse contexto, instituir condições de atendimento que atendam aos consumidores de forma eficiente tem sido o desafio a ser vencido. Considerando o aumento da popularidade dos *hostels* como opções de acomodação, o objetivo deste trabalho foi averiguar a percepção de hóspedes sobre o nível de qualidade dos serviços ofertados por nove *hostels* com as melhores avaliações nas três cidades da América Latina-São Paulo, Cidade do México e Buenos Aires. Este estudo adotou uma pesquisa documental para coletar, compreender e analisar dados primários de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) na plataforma digital *TripAdvisor*. Foram identificados os quatro critérios: atendimento, custo-benefício, limpeza e localização, que impactam diretamente na satisfação dos hóspedes dos *hostels* analisados: a localização, a limpeza, o atendimento e o custo-benefício, levando à conclusão de que os hóspedes reconhecem tais critérios ao avaliar um estabelecimento. Tais avaliações disponíveis hoje em websites são úteis tanto para possíveis visitantes quanto para os gestores, que podem usar essas avaliações para alcançar altos níveis de satisfação do hóspede. Dessa forma, é possível buscar soluções para atender às expectativas dos hóspedes e garantir sua satisfação. No contexto dos *hostels*, a gestão operacional se mostra relevante para uma melhor eficiência das entregas dos serviços. Se puede concluir que los nueve hostales estudiados sirven como modelos de emprendimiento hotelero a seguir por empresarios, directivos, organismos de promoción turística y académicos.

Palavras-chave:

Hostels, Tripadvisor, qualidade, hóspedes, conteúdo gerado pelos usuários - CGU.

Resumen

El turismo juega un papel crucial en el desarrollo económico de América Latina, impulsando el sector terciario y contribuyendo al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de la región. La industria hotelera es un sector que trata constantemente con diferentes personas, en este contexto, establecer condiciones de servicio que atiendan eficientemente a los consumidores es un desafío a superar. Considerando la creciente popularidad de los *hostales* como opciones de alojamiento, el objetivo de este trabajo fue comprender la percepción de los huéspedes sobre el nivel de calidad de los servicios ofrecidos por nuevos *hostales* con mejores críticas en las tres ciudades más grandes de América Latina. - São Paulo, Ciudad de México y Buenos Aires. Este estudio implicó una investigación documental para recopilar, comprender y analizar datos primarios de contenido de usuario (CGU) en la plataforma digital *TripAdvisor*. Se identificaron cuatro criterios: servicio, servicio, limpieza y ubicación, que impactan directamente en la satisfacción de los huéspedes y los *hostales* analizados: ubicación, limpieza, servicio y ubicación, lo que lleva a la conclusión de que los huéspedes reconocer dichos criterios al evaluar un establecimiento. Estos respaldos están disponibles en sitios web que son útiles, tanto para los visitantes potenciales como para los gerentes, quienes pueden utilizar estos respaldos para lograr altos niveles de satisfacción de los huéspedes. De esta manera, es posible buscar soluciones que satisfagan las expectativas de los huéspedes y garanticen su satisfacción. En el contexto de los albergues, la gestión operativa es relevante para una mejor eficiencia en la prestación de servicios. Se puede concluir que los nueve *hostales* estudiados sirven como modelos de negocio hotelero a seguir por empresarios, directivos, organizaciones de promoción turística y académicos.

Palabras clave:

Hostales, Tripadvisor, calidad, huéspedes, contenido generado por el usuario - CGU.

DOI <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i47.22030>

Introdução

O turismo, em um contexto mundial, pode ser visualizado como um segmento relevante nos últimos anos e, em expansão. Nesse contexto, devido ao potencial de crescimento do setor, são esperadas mudanças comportamentais dos turistas e, em decorrência disso, preocupações quanto às necessidades de melhorias na gestão operacional dos estabelecimentos hoteleiros (Silva, Freitas & Rebouças, 2021).

Sabe-se que a hospitalidade deve ser entendida como um fator relevante para o setor e, por isso, levar em consideração que a qualidade do atendimento na oferta de serviços impacta diretamente na vivência do hóspede. Os *hostels* com suas acomodações caracterizadas por preços mais acessíveis e, pelo compartilhamento de espaços, têm conquistado popularidade e espaço nos últimos tempos (Brenner & Fricke, 2016; Oliveira & Silva, 2022).

Concomitante a essa popularidade, o avanço tecnológico tem possibilitado o acesso a avaliações e o compartilhamento de experiências de hospedagem pelos turistas, promovendo a disseminação de informações e conteúdo gerado pelo usuário (CGU) sobre os empreendimentos (Bandeira & Menezes, 2022). Plataformas digitais como o *Tripadvisor* disseminam avaliações de usuários sobre equipamentos turísticos, auxiliando hóspedes em suas tomadas de decisão, e também gestores, que através destas ferramentas podem obter visualizações de caminhos que indiquem possíveis ampliações de lucratividade e produtividade, melhorando com isso a qualidade do serviço ofertado (Veliz, Avila & Bustamante, 2021).

O objetivo deste trabalho foi examinar a percepção de hóspedes relacionada ao nível de qualidade dos serviços oferecidos dos nove melhores *hostels* ranqueados na América Latina, visando perceber a relevância das avaliações e da prestação de serviços nos meios de hospedagens. Para apoiar essa compreensão foram utilizados depoimentos registrados na plataforma digital *Tripadvisor*.

Referencial Teórico

O setor do turismo é principalmente constituído pela oferta de serviços e pela vivência do hóspede em várias ocasiões de interação. Em situações imprevistas, os turistas esperam um atendimento de qualidade, o qual pode influenciar seus comportamentos futuros, o que demanda, portanto, personalização e excelência na entrega de serviços, indo além da oferta de produtos (Pereira Filho & Añez, 2021).

Os *hostels* fazem parte da indústria de baixo custo, também conhecida como "*low cost*" em inglês, que atende a hóspedes que procuram acomodações econômicas e, portanto, estão dispostos a abrir mão do luxo. São estabelecimentos de hospedagem frequentados principalmente por jovens, geralmente com formação superior, que buscam informações pela internet e são sensíveis à disponibilidade de transporte público e locais de entretenimento noturno. Esses estabelecimentos estão normalmente localizados no centro das cidades ou em áreas históricas. A procura por esse tipo de hospedagem tem aumentado (Tavares & Fraiz, 2020).

O turismo na América Latina, representou 8,2% do PIB e 8% de empregos – 17,1 milhões em 2022 (WTTC, 2022). Em 2022, por exemplo, o setor de turismo foi responsável por contribuir com 7,6% do Produto Interno Bruto (PIB) da América Latina. Ainda, a projeção para o ano de 2033, é de que o turismo contribua com 11,6% do PIB da América Latina, gerando a movimentação de 15,5 trilhões de dólares americanos (WTTC, 2023), tendo inclusive elevado potencial de crescimento nos países da região (Candias, Rojas & London, 2020). Em 2019, o Brasil foi o mercado que mais contribuiu para o crescimento do turismo em Buenos Aires, com mais de 97 mil turistas (Turismo de Buenos Aires, 2019). Em março de 2023, 221 mil turistas internacionais chegaram à cidade. Isso representou 84% dos turistas que chegaram no mesmo mês de 2019. Os visitantes brasileiros se destacam em segundo lugar com 35 mil turistas (Observatório Turístico Buenos Aires, 2023b). Em 2019, o segundo país que enviou mais turistas a São Paulo foi a Argentina com 359.231 turistas e o México, contribuiu com 59.099 turistas na cidade (Brasil, 2021).

Na cidade de São Paulo a taxa de ocupação dos hostels em maio de 2023 foi de 48,69% no mês e média anual de 58,16% (Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo, 2023). As categorias disponíveis para pesquisa de ocupação hoteleira em Buenos Aires não englobam hostels, porém, a categoria “resto” a partir de 2022 inclui também estabelecimentos para-hoteleiros, que podem incluir hostels, albergues e outros. Nesta categoria, a ocupação de leitos em fevereiro de 2023 foi de 48,1%, com 19 mil viajantes e uma média de 4,4 noites de estadia (Observatório de Turismo Buenos Aires, 2023). A categoria hostel não foi encontrada no boletim estatístico de 2022 da Cidade do México (Secretaria de Turismo da Cidade do México, 2022), porém, hostels foram encontrados na lista de hotéis registrados (Secretaria de Turismo da Cidade do México, 2021), indicando que as análises de ocupação hoteleira incluem esses estabelecimentos. A média anual da ocupação hoteleira em 2022 foi de 57,5%. Isso demonstra que, além de o turismo ter plena participação nas atividades econômicas da região, o setor hoteleiro também é relevante. Os *hostels*, sendo empreendimentos com potencial de expansão e popularidade, nestas cidades, têm a devida importância na composição da diversidade da oferta hoteleira.

Por exemplo, o turismo da cidade de São Paulo representou 9,8% do PIB nacional do turismo, recebeu aproximadamente 15,7 milhões de turistas em 2018 (Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo, 2019). Na Cidade do México, a atividade turística possui uma grande importância na economia local que em 2022, foi estimada a representação de 9,1% do PIB local. No ano de 2022, o Brasil foi o sexto país que contribuiu para a atividade no destino e a Argentina ocupou a nona posição (Secretaria de Turismo da Cidade do México, 2022). Por outro lado, Buenos Aires é um importante destino turístico, sendo que em 2022 recebeu 1,53 milhões de turistas internacionais, registrando um aumento de 71% em relação aos turistas totais de 2019 (Observatório Turístico Buenos Aires, 2023a). Os dados populacionais e de movimentações turísticas na América Latina, sobretudo nas três cidades, sugerem um desempenho significativo do turismo na economia, além de promover trocas culturais entre os países.

O turismo desempenha um papel crucial no desenvolvimento econômico da América Latina, impulsionando o setor terciário e contribuindo para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) da região. Países como México, Brasil, Chile e Costa Rica são exemplos de sucesso no desenvolvimento de

modelos turísticos que valorizam a preservação do meio ambiente e a inclusão social. Esses projetos têm sido estudados para compreender como podem melhorar as condições sociais, ambientais e econômicas das regiões envolvidas, garantindo um retorno financeiro adequado. No entanto, a região ainda enfrenta desafios na superação da percepção negativa global, sendo vista como atrasada, subdesenvolvida e violenta. Para mudar essa imagem e atrair mais turistas internacionais, são necessários recursos financeiros, conhecimento, tecnologia, esforço e tempo (Netto & Trigo, 2016).

Serviços de qualidade elevada tendem a proporcionar vantagem competitiva e, a partir disso, podem ocorrer a diminuição de reclamações e de ressarcimentos, que por conseguinte, estão relacionados a redução de custos de retrabalho, e também a geração de satisfação em clientes. Para Slack, Chambers e Johnston (2019), gestores de operações têm visualizado que individualmente a qualidade é o critério com maior destaque entre os hóspedes, influenciando diretamente a performance organizacional frente ao mercado.

A gestão operacional está associada às práticas das fábricas de produção que afetam a estratégia e a política das operações (Hitt, Carnes & Xu, 2015). A operação refere-se ao funcionamento de um serviço oferecido por uma organização. Portanto, a gestão operacional envolve a administração dos processos que levam à realização desse serviço (Batista, 2020). Um processo é composto por uma sequência de atividades ou tarefas interligadas, que são realizadas em conjunto, com o objetivo de alcançar uma meta específica, que, no caso de um estabelecimento hoteleiro, é a prestação de serviços. No entanto, dentro das diversas variações de oferta, parâmetros podem ser estabelecidos e, com isso, colaboradores da prestação de serviços terão mais uma ferramenta para auxiliá-los no discernimento do que se deve ou não praticar em seu cotidiano, possibilitando ainda um senso crítico quanto a harmonia de serviços e equipamentos para cada ocasião (Aldrigui, 2007).

Na operacionalização do setor de recepção há um conjunto de processos entrelaçados ou uma cadeia de processos. Os elementos mais importantes dos *hostels* são instalações e equipamentos, localização e atmosfera de simpatia, boas-vindas e limpeza. Os elementos diferenciais da equipe incluem: cortesia, atenção individualizada e vontade de ajudar (Oliveira Leonardi, Fujita, Yamauchi, Zatta & Agüena, 2020). Para que haja a satisfação do hóspede, faz-se necessária a gestão de todos os processos que integram o sistema (Castelli, 2016). Os processos apresentam escalas temporais distintas conforme sua frequência e abrangem todos os recursos do serviço. A experiência gerada ao hóspede é a parte fundamental do processo de prestação de serviço. A gestão do processo de prestação de serviço visa maximizar a geração de valor dos recursos disponíveis e envolve as pessoas e a organização, como responsáveis de processar e entregar o serviço ao hóspede e tem a assistência de infraestruturas e instalações, como suporte físico no qual o serviço é processado. Um dos pilares para uma gestão de processos assertiva de um serviço é a melhoria dos processos (Cabrera, 2016).

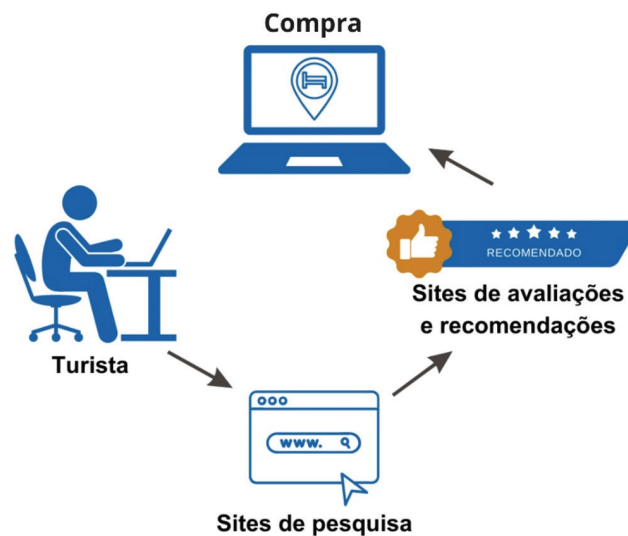
Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) podem ser definidas como o conjunto total de tecnologias que permitem a produção, o acesso e a propagação de informações, assim como tecnologias que permitem a comunicação entre pessoas (Rodrigues, 2016). O conceito de *electronic Word-of-Mouth (eWOM)* – boca a boca eletrônico – tem atraído muita atenção nos últimos anos devido ao crescimento da internet e à popularidade do *e-commerce*. Os consumidores em potencial

procuram o eWOM porque precisam de informações devido, por exemplo, à incerteza de compra, custos e riscos associados à sua escolha de compra (Acevedo, Freitas & Catão, 2022). Big data foi posicionado como uma ferramenta tecnologia de maior impacto no turismo, uma vez que é importante gerenciar as informações para fornecer serviços de qualidade e ser mais competitivo, com base na análise dos dados gerados pelos turistas antes, durante e depois as suas viagens, a fim de identificar suas necessidades, preferências e comportamentos. Os usos e as aplicações de big data nas pesquisas em turismo ainda são escassos, sobretudo no Brasil, na medida que métodos mais tradicionais são priorizados. *Big data* nas pesquisas em turismo pode ser fonte de dados para serem coletados e também evolução da análise de processamento, que culmine em novos modelos teóricos, análises de sentimentos, análises estatísticas com uso de diversos métodos, categorização e clusterização de tipos de viajantes e destinos (Valencia-Arias, 2020; Silva & Koga, 2023). O conteúdo gerado pelo usuário (CGU) como fonte de dados secundários. Segundo Krumm, Davies e Narayanaswani (2008), esse tipo de dado é gerado por uma comunidade de pessoas que, voluntariamente, contribuem para a construção de informações e de tipos de mídias diversas, que podem ser úteis, interessantes ou mesmo divertidas para outras pessoas.

O hóspede é, certamente, uma pessoa com acesso a informações, usa a internet com frequência e sabe diferenciar produtos/serviços. Instintivamente, é mais exigente, e, por esse motivo, demanda um melhor atendimento (Aldrigui, 2007).

No caso de estabelecimentos de hospedagem, os serviços são categorizados por seus departamentos, desde a decisão de compra do hóspede até a saída do mesmo. Os critérios de análise, controle e ajustes podem ser definidos pelo gestor visando a potencialidade de entrega de serviços a longo prazo. As avaliações de estabelecimentos de hospedagem por parte dos hóspedes são cada vez mais influentes na busca, escolha e decisão de compra, conforme pode ser analisado na figura 1.

Figura 1. Fluxo de decisão de compra do turista



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Essas avaliações não só beneficiam hóspedes, mas também as empresas, que buscam atingir altos níveis de satisfação por meio delas (Sodré, 2022). O *Tripadvisor* utiliza as categorias de localização, limpeza, atendimento e custo-benefício, como observado na tabela 1, para que os usuários avaliem os estabelecimentos, possibilitando o compartilhamento de experiências e avaliações que fornecem informações acessíveis a todos os usuários. Essas categorias englobam os departamentos do estabelecimento de hospedagem favorecendo os critérios para análise e manutenção das operações para os gestores. O *Tripadvisor* é considerado a maior plataforma de viagens do mundo e é usado para comparar preços baixos de hotéis, voos e cruzeiros, entre outros (*Tripadvisor*, s.d.). Entende-se que, a pontuação máxima da plataforma, cinco (5), corresponde à excelência da gestão das operações. A avaliação dos hóspedes é crucial, pois seus comentários influenciam a demanda futura, criando um ciclo positivo de *feedback* e melhoria contínua, compondo a manutenção operacional (Oliveira & Yamauchi, 2021).

Tabela 1. Critérios analisados no *Tripadvisor*

Plataforma	Critérios analisados	Variação da pontuação
Tripadvisor	Atendimento	5 - Excelente
	Custo-benefício	4 - Muito bom
	Limpeza	3 - Razoável
	Localização	2 - Ruim
		1 - Horrível

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Metodologia

Este estudo adotou uma pesquisa documental para coletar, compreender e analisar dados primários de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU), destacando a crescente influência desse conteúdo nos consumidores (Fávero & Centenaro, 2019). O trabalho utiliza de um método dedutivo, tendo uma abordagem qualitativa exploratória e descritiva, com foco nos melhores *hostels* das três cidades da América Latina (Abad & Abad, 2022). A análise dos dados foi realizada através da Análise de Conteúdo (Bardin, 1995), identificando as quatro categorias: atendimento, custo-benefício, limpeza e localização.

Para a seleção dos nove *hostels* estudados, sendo três para cada cidade, foi realizada uma busca no *Tripadvisor* pelas cidades de São Paulo, de Buenos Aires e de Cidade do México, pelo tipo de acomodação “*Hostels*” e para ordenar os resultados, foi selecionado o filtro “Classificação”. As avaliações dos estabelecimentos foram baseadas nos comentários dos hóspedes e foram limitadas ao período de Janeiro de 2023 a Maio de 2023, para garantir uma análise mais atualizada e relevante, reduzindo a possibilidade de análises baseadas na administração ou infraestruturas antigas dos estabelecimentos. Para filtrar os comentários relacionados às categorias analisadas qualitativamente, foi utilizada a técnica de lematização, que reduz as palavras flexionadas para sua raiz lexical. Utilizando desta estratégia e empregando a cada palavra relacionada a categoria, conforme a tabela 2, foram encontrados pela ferramenta “procurar” do navegador, os comentários na plataforma do *Tripadvisor*.

Tabela 2. Palavras relacionadas a cada categoria e suas raízes lexicais aplicadas

Categoria	Raízes lexicais	Palavras relacionadas
Localização	Loc	Localização, <i>localización</i> , localizado, <i>location</i>
Limpeza	Limp, <i>clea</i>	Limpeza, <i>limpieza</i> , limpo, <i>limpio</i> , <i>clean</i>
Atendimento	Aten, func, <i>staff</i>	Atendimento, atendentes, atenção, <i>atención</i> , funcionário, <i>staff</i>
Custo-Benefício	Cust, benef, val, <i>pric</i>	Custo-benefício, valor, <i>price</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os comentários foram agrupados, por *hostel* e por categoria, em uma planilha eletrônica utilizando o software *Microsoft Excel*®. A análise de sentimentos, de maneira geral, busca examinar as emoções e opiniões expressas pelo autor de um texto. Com isso, palavras que expressam a opinião subjetiva do hóspede como “bom”, “ótimo”, ou “péssimo”, foram quantificadas para serem representadas em uma nuvem de palavras, gerada através da plataforma *Tagul*. A principal vantagem da ferramenta é a capacidade de gerar nuvens de palavras personalizadas de forma gratuita. Segundo o recorte temporal proposto, o *hostel* Casa San Ildefonso Hostel, na Cidade do México, não apresentou CGU e outros apresentaram poucas avaliações, diminuindo a base de dados para a análise. Por isso também foram expostos os últimos comentários dos *hostels* com a nota máxima cinco (5) na categoria para compor o estudo. Os *hostels* que atingiram a pontuação cinco nas categorias demonstram o sucesso e excelência na gestão de operações, satisfazendo assim os hóspedes por atender às suas necessidades, esse equilíbrio na gestão de operações é um sério pilar para a competitividade e sobrevivência da empresa (Castelli, 2016).

Resultados

Os conteúdos dos nove melhores *hostels*, sendo três de cada uma das três cidades da América Latina, segundo critérios utilizados na metodologia, geraram dados para que a análise fosse concluída. Dentro dos critérios do *Tripadvisor*, os *hostels* foram classificados conforme a tabela 3. Estes estão na plataforma desde 2007, contendo juntos, aproximadamente 6.164 avaliações.

Tabela 3. Hostels com as melhores classificações das três cidades da América Latina segundo o *Tripadvisor*

Classificação de acordo com a Média geral	Hostel/Cidade	Localização	Limpeza	Atendimento	Custo-Benefício	Média geral	Depoimentos
1º	Casa Caravan/ Buenos Aires	5	5	5	5	5	3
2º	Hostel More SP/ São Paulo	5	4,5	5	5	5	103
3º	Ô de Casa Hostel/ São Paulo	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	11

Classificação de acordo com a Média geral	Hostel/Cidade	Localização	Limpeza	Atendimento	Custo-Benefício	Média geral	Depoimentos
4°	Anhembí Hostel/ São Paulo	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	13
5°	America del Sur Hoste / Buenos Aires	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	3
6°	Casa San Ildefonso Hostal/ Cidade do México	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	0
7°	Hostel Suites DF/ Cidade do México	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	1
8°	Milhouse Hostel Avenue/Buenos Aires	4,5	4	4,5	4,5	4,5	14
9°	Mexico City Hostel/ Cidade do México	5	4,5	4	4	4,25	1
Média geral da categoria / total		4,5	4,5	4,5	4,5		149

Fonte: *Tripadvisor* (2023).

O estudo qualitativo está pautado em 149 depoimentos (CGU) registrados no site *Tripadvisor* referente aos nove *hostels* no período de Janeiro de 2023 a Maio de 2023, conforme a tabela 4.

Tabela 4. Número de avaliações analisadas para cada *Hostel*

	Casa Caravan	Hostel More SP	Ô de Casa Hostel	Anhembí Hostel	America del Sur Hostel	Casa San Ildefonso Hostal	Hostel Suites DF	Milhouse Hostel Avenue	Mexico City Hostel
Localização	1	57	6	6	2	0	1	1	1
Limpeza	3	23	6	9	0	0	0	9	1
Atendimento	1	77	3	6	0	0	1	7	1
Custo-benefício	1	5	1	4	0	0	0	0	0

Fonte: *Tripadvisor* (2023).

Na análise, relatos em português, espanhol e inglês foram encontrados. As avaliações de estabelecimentos de hospedagem fornecem informações úteis para potenciais hóspedes e permitem que as empresas gerenciem de forma mais eficaz seus estabelecimentos. Na plataforma *Tripadvisor*, o estabelecimento que é classificado com a média cinco (5), é exposto como “excelente”. O *hostel* Casa Caravan, em Buenos Aires, foi considerado o melhor *hostel* da análise segundo a média geral. Os resultados a seguir foram categorizados de acordo com o conceito de Bardin (1995) pela análise de conteúdo.

Localização

A localização –prática, que não o faça perder tempo com deslocamentos na cidade, a atratividade dos arredores e o apelo que isso representa– é um fator fundamental para o hóspede ao selecionar uma estadia podendo influenciar diretamente em sua satisfação. Nos *hostels* analisados, a localização teve média geral de 4,5, com avaliação mínima de 4,5 e máxima 5,0. A decisão de localização de qualquer operação é influenciada pela interação entre os fatores do lado da oferta e da demanda, que têm pesos diferentes na determinação do local ideal (laquinto, 2022). A localização é um recurso diferencial para os estabelecimentos analisados e pode explicar a diferença de desempenho entre eles. A localização é percebida como um recurso estratégico pelos consumidores, o que gera vantagem competitiva, já que estabelecimentos em localizações privilegiadas tendem a obter ganhos de desempenho por esse recurso valioso e insubstituível (Vieira, Hoffmann, Silva Neto & Rangel, 2021). A representação das palavras relacionadas à categoria de localização dos 75 comentários analisados para os nove *hostels* pode ser verificada na nuvem de palavras na figura 2. A análise demonstra satisfação dos hóspedes visto que nenhuma palavra expressou uma opinião negativa dos estabelecimentos.

Figura 2. Nuvem de palavras para localização



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os últimos depoimentos de hóspedes, dos *hostels* Casa Caravan, *Hostel More* SP e *Mexico City Hostel*, que atingiram a nota máxima na categoria, foram positivos e podem ser analisados no quadro 1.

Quadro 1. Últimos depoimentos dos *hostels* com melhores classificações na categoria localização

<i>Hostel</i>	Depoimentos
Casa Caravan	1. "Excelente estadia. Tudo maravilhoso. Localização, recepção, limpeza, atendimento dos funcionários (muito solícitos e simpáticos)" (V. C., abr. 2023).

Hostel	Depoimentos
Hostel More SP	1. "Sobre o hostel: limpeza em dia, todos respeitosos, sempre silencioso. Localização privilegiada, valor acessível" (T., mai. 2023). 2. "Experiência incrível.O Hostel é super novo e bem localizado com um diferencial no atendimento do bar em especial Jussie que nos acolhe de forma especial" (P. L., mai. 2023). 3. "Localização excelente. Estadia muito boa, hostel bem localizado, caipirinha muito boa feita pelo Jussie" (J., mai. 2023).
Mexico City Hostel	1. "Amazing Location and Clean!! This hostel was incredibly clean and had a very good central location in the historic district". Tradução: "Localização incrível e limpeza!! Este hostel era incrivelmente limpo e tinha uma localização central muito boa no distrito histórico" (G., fev. 2023).

Fonte: *Tripadvisor* (2023).

Limpeza

A limpeza é um critério que pode afetar a reputação de um estabelecimento, sendo determinante no processo de decisão do hóspede. Nos *hostels* analisados, a categoria recebeu uma média geral de 4,5, com a menor avaliação sendo 4,0 e a maior 5,0. A categoria limpeza tem a capacidade de aumentar o atributo de qualidade de um empreendimento hoteleiro, que eleva em quase 98% a chance de nota máxima nas avaliações *online* (Silva, Freitas & Rebouças, 2021). Estudos mostram que as percepções de limpeza influenciam as decisões dos hóspedes em relação a escolher, ficar ou retornar a um hotel (Magnini & Zehrer, 2021). Sobretudo, o setor responsável pela limpeza de um estabelecimento de hospedagem é o setor de governança (Barbosa, 2020). Portanto, um fator relevante para atingir a satisfação do hóspede na categoria é o treinamento e qualidade do serviço prestado pelos funcionários do setor. O CGU sobre a categoria nos estabelecimentos demonstra contentamento por parte dos hóspedes, pois todas as palavras encontradas demonstram uma opinião positiva. A representação das palavras relacionadas à limpeza dos nove *hostels* analisados através dos 51 comentários disponíveis pode ser verificada na nuvem na figura 3.

Figura 3. Nuvem de palavras para limpeza



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os depoimentos de hóspedes do *hostel* Casa Caravan, o único que atingiu a pontuação máxima na categoria, foram positivos e podem ser verificados no quadro 2.

Quadro 2. Últimos depoimentos do *hostel* com melhor classificação na categoria limpeza

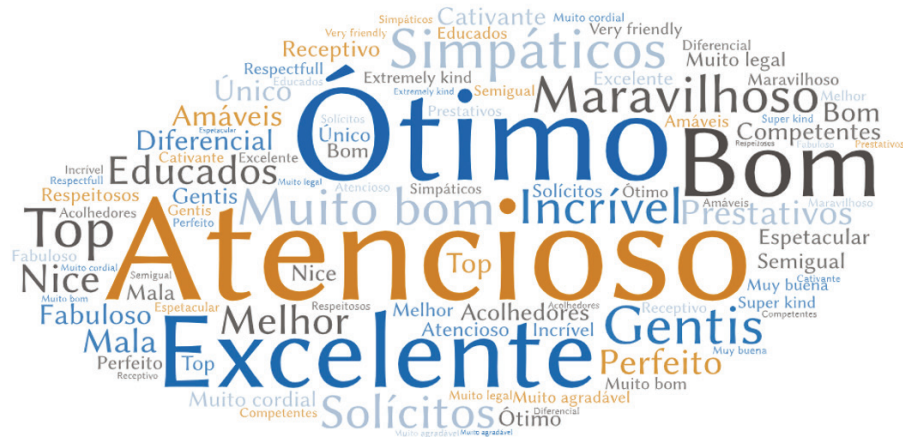
Hostel	Depoimentos
Casa Caravan	1. "Excelente estadia. Tudo maravilhoso. Localização, recepção, limpeza, atendimento dos funcionários (muito solícitos e simpáticos) ..." (V. C., abr. 2023).
	2. "It's definitely the cleanest hostel I've ever been in."
	Tradução: "É definitivamente o <i>hostel</i> mais limpo em que já estive" (C. R., abr. 2023).
Casa Caravan	3. "Mas allá de que es un alojamiento limpio, cuidado, en una buena ubicación se nota que detrás de todo está una familia que pensó en cada detalle para que además de tener una buena estadia te llesves un lindo recuerdo, una experiencia nueva".
	Tradução: "Além de ser uma acomodação limpa, bem cuidada e em uma ótima localização, percebe-se que por trás de tudo isso há uma família que pensou em cada detalhe para garantir não apenas uma estadia agradável, mas também proporcionar uma lembrança encantadora, uma nova experiência" (V. U., fev. 2023).

Fonte: *Tripadvisor* (2023).

Atendimento

Avaliando os *hostels*, constatou-se que a média geral de avaliação para a categoria de atendimento foi de 4,5, sendo a nota mínima atribuída de 4,0 e a nota máxima de 5,0. As equipes de atendimento devem estar cientes da importância de suas ações, pois a falta de contato individualizado, como chamar o hóspede pelo nome ou lembrar de um desejo expresso anteriormente, pode fazer toda a diferença (Crotti & Morett, 2020). Sabe-se que a experiência do cliente é uma peça fundamental na criação de valor, pois é o cliente quem, em última instância, determina o valor final do serviço com base em sua experiência. Sua vivência é intrínseca ao processo, influenciando diretamente a percepção de valor (Cabrera, 2016). Portanto, a expectativa do hóspede quanto ao atendimento, quando suprida, contribui para a sua avaliação, mais do que triplicando a chance de atribuir nota máxima ao estabelecimento (Silva, Freitas & Rebouças, 2021). Se faz necessário superar as expectativas do hóspede agregando valor à sua experiência para aumentar sua satisfação. A operacionalização do atendimento pode atender as seguintes etapas: preparação, acolhimento, relacionamento, fechamento de contato e acompanhamento (Vale, 2021). A representação da análise das palavras relacionadas à categoria de atendimento dos nove *hostels* através dos 96 depoimentos registrados pode ser verificada na nuvem na figura 4. Apenas um relato demonstrou insatisfação utilizando a palavra "*mala*" na expressão "*mala atención*", que traduzida para português indica "má atenção".

Figura 4. Nuvem de palavras para atendimento



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os últimos CGU dos *hostels* Casa Caravan e *Hostel More* SP, que atingiram a nota máxima na categoria, expressaram opiniões positivas e podem ser analisados no quadro 3.

Quadro 3. Últimos depoimentos dos *hostels* com melhores classificações na categoria atendimento

Hostel	Depoimentos
Casa Caravan	1. “Excelente estadia. Tudo maravilhoso. Localização, recepção, limpeza, atendimento dos funcionários (muito solícitos e simpáticos) ...” (V. C., abr. 2023).
Hostel More SP	1. “Sobre o hostel: limpeza em dia, todos respeitosos, sempre silencioso. Localização privilegiada, valor acessível” (T., mai. 2023). 2. “Experiência incrível. O Hostel é super novo e bem localizado com um diferencial no atendimento do bar em especial Jussie que nos acolhe de forma especial” (P. L., mai. 2023). 3. “Funcionários educados e atenciosos” (S. P., mai. 2023).

Fonte: *Tripadvisor* (2023).

Custo-benefício

A qualidade do serviço em relação ao preço é o principal fator para diferenciar-se dos concorrentes e fidelizar hóspedes. Melhorar a satisfação e a lealdade do cliente é essencial para o desempenho financeiro dos negócios hoteleiros (Myo, Khalifa & Aye, 2019). Como demonstrado, um dos motivos pelos quais os *hostels* se popularizaram entre os meios de hospedagem foi o fator preço. Nos *hostels* que foram analisados, a categoria recebeu uma média geral de 4,5, com a avaliação mínima sendo 4,0 e a máxima sendo 5,0. Há uma relação de custo-benefício bastante significativa (Mané & Ferreira, 2021) visto que a categoria se refere tanto à sensibilidade do hóspede quanto ao preço e às

suas expectativas quanto aos benefícios esperados, sendo uma troca de valor pelo serviço obtido. Este atributo é um dos principais critérios de avaliação tendo grande participação na satisfação geral do hóspede (Silva, Freitas & Rebouças, 2021). A categoria foi a menos desenvolvida nos relatos, contando apenas com 11 recorrências, porém todas demonstraram contentamento dos hóspedes. Na figura 5, é possível observar a representação das palavras associadas à categoria na análise do CGU para os estabelecimentos.

Figura 5. Nuvem de palavras para custo-benefício



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os mais recentes comentários de hóspedes sobre os *hostels* Casa Caravan e *Hostel More SP*, foram todos positivos. Foi possível encontrar apenas um depoimento sobre a categoria no *hostel* Casa Caravan. Estes podem ser constatados no quadro 4.

Quadro 4. Últimos depoimentos dos *hostels* com melhores classificações na categoria custo-benefício

Hostel	Depoimentos
Casa Caravan	1. “Excelente custo-benefício” (V. C., abr. 2023). 1. “Sobre o hostel: limpeza em dia, todos respeitosos, sempre silencioso. Localização privilegiada, valor acessível” (T., mai. 2023).
Hostel More SP	2. “Muito bem recebido. Funcionários competentes. Hotel muito bem localizado. Boa relação qualidade/preço” (R. Y., mai. 2023). 3. “Ótima opção de custo benefício e localização” (J. C., abr. 2023).

Fonte: Tripadvisor (2023).

A análise realizada no estudo revela a importância significativa das categorias disponíveis no *Tripadvisor*, que foram utilizadas para compor a narrativa. Essas categorias estiveram presentes em aproximadamente 79,30% dos Conteúdos Gerados pelos Usuários (CGU) no período analisado, o que ressalta sua relevância para os hóspedes. Por sua vez, a gestão operacional, como método de controle de qualidade dos serviços, demonstrou resultados positivos, conforme evidenciado pela análise qualitativa. A satisfação do hóspede, considerado o cliente final no setor turístico, está diretamente ligada à eficiente gestão e operacionalização dos setores responsáveis pela limpeza, atendimento e custo-benefício. Esses aspectos desempenham um papel fundamental na percepção do hóspede em relação à qualidade da experiência. Embora a localização do empreendimento não possa ser diretamente controlada por meio da gestão operacional, é um recurso estratégico que tem o poder de influenciar significativamente na satisfação do hóspede. A localização é o ponto onde as operações acontecem e desempenha um papel crucial na experiência geral do hóspede.

Conclusão

Levando em consideração o significativo impacto econômico que o turismo representa para a América Latina, que em 2022, foi responsável por contribuir com 7,6% do seu PIB (WTTC, 2023), e diante das expectativas de mudanças no comportamento dos turistas, é essencial que os gestores estejam preparados para lidar com a gestão operacional. A popularidade crescente dos *hostels* como opções de hospedagem econômica e socialmente interativa reflete a demanda por experiências autênticas e acessíveis.

Ao longo do estudo foi possível atingir o objetivo proposto através do procedimento documental empregado e da análise do conteúdo gerado pelo usuário (CGU). Foram portanto identificados os quatro critérios que impactam diretamente na satisfação dos hóspedes dos *hostels* analisados: a localização, a limpeza, o atendimento e o custo-benefício, levando à conclusão de que os hóspedes reconhecem tais critérios ao avaliar um estabelecimento. Tais avaliações disponíveis hoje em *websites* são úteis tanto para possíveis visitantes quanto para os gestores, que podem usar essas avaliações para alcançar altos níveis de satisfação do hóspede. Dessa forma, é possível buscar soluções para atender às expectativas dos clientes e garantir sua satisfação.

O bom desempenho de um *hostel* em todas as categorias analisadas implica na entrega de um serviço de qualidade, com atendimento atencioso, instalações limpas e bem conservadas, além de uma localização estratégica e um preço justo. Em contrapartida, a falta de cuidado em qualquer uma dessas áreas pode prejudicar a experiência do hóspede e resultar em avaliações negativas. A gestão e a qualidade do serviço são fatores críticos para o sucesso do negócio hoteleiro.

O presente estudo pode contribuir para gestores e acadêmicos que buscam entender e investigar os impactos do conteúdo gerado pelo hóspede em seus estabelecimentos, podendo guiar tomadas de decisões e melhorias conforme as categorias analisadas, visto que se mostraram fatores significantes para a boa condução dos *hostels*, além de contribuir e incentivar estudos sobre o turismo e os meios de hospedagem na América Latina e o fortalecimento da região. Devido à crescente expansão do turismo nas últimas décadas na América Latina, se faz relevante o aprimoramento das organizações envolvidas no setor para garantir a satisfação do hóspede.

Os três *hostels* que apresentaram as melhores médias gerais entre os nove foram: Casa Caravan (Buenos Aires), Hostel More SP (São Paulo) e Ô de Casa Hostel (São Paulo), com médias gerais 5, 5 e 4,5, respectivamente.

No contexto dos *hostels*, a gestão operacional se mostra relevante para uma melhor eficiência das entregas dos serviços. Pode-se concluir que os nove *hostels* estudados, como os melhores da América Latina, servem como modelos de empreendimentos hoteleiros a serem seguidos por empresários, gestores, organizações de fomento ao turismo e aos acadêmicos.

O estudo enfrentou limitações quanto à coleta de CGU no período analisado, visto que as bases de dados dos *hostels* foram contrastantes, com alguns *hostels* contendo mais conteúdos do que outros. Como recomendações de estudos futuros, por se tratar de uma temática ainda em evolução na literatura, recomenda-se comparar as menores avaliações com as maiores avaliações. A metodologia utilizada foi eficaz na análise do impacto da gestão na satisfação do hóspede, destacando a importância do uso do CGU para pesquisas acadêmicas e encorajando estudos futuros em diferentes cidades e tipos de empreendimentos hoteleiros.

Referências

- Abad, A. & Abad, T. M. (2022). Análise de Conteúdo na Pesquisa Qualitativa. *Alternativas Cubanas en Psicología*, 10(28), 24-32.
- Acevedo, C. R., Freitas, L. A. & Catão, B. (2022). O efeito da reputação dos influenciadores digitais no eWom, risco percebido e intenção de compra dos usuários do instagram. *REPAAE*, 8(1), 61-76.
- Aldrigui, M. (2007). *Meios de hospedagem*. São Paulo, Brasil: Aleph.
- Bandeira, L. C. L. & Menezes, P. D. L. (2022). A experiência dos hóspedes na hotelaria de João Pessoa: uma análise a partir do conteúdo gerado no website Booking.com. *Revista Turismo em Análise*, 33(1), 191-212.
- Bardin, L. (1995). Análise de conteúdo qualitativa. *Lisboa: Edições*, (70), 225.
- Barbosa, G. A. (2020). *Governança hoteleira: uma análise do setor em um hotel-fazenda em Brasília/DF*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Brasília. Brasília, Brasil. Disponível em <https://bdm.unb.br/handle/10483/28329>, [Acesso em: 12 dez. 2023].
- Batista, Z. A. (2020). *A gestão operacional em hotelaria: caso de estudo Martinhal Quinta Family Resort*. Tese de Doutorado, Universidade do Algarve. Faro, Portugal. Disponível em <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/15311>, [Acesso em: 13 dez. 2023].
- Brasil. Ministério do Turismo (2021). Dados e fatos. *Anuário estatístico de turismo 2020 ano base 2019*, 47, 287-288. (2ª ed.). Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>, [Acesso em: 12 dez. 2023].

- Brenner, L. & Fricke, J. (2016). Lifestyle entrepreneurs, hostels and backpacker tourism development: the case of San Cristóbal de las Casas, Mexico. *El Periplo Sustentable*, (31). Disponível em <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4891>, [Acesso em: 14 dez. 2023.].
- Cabrera, C. (ed.) (2016). *El Celler de Can Roca: criação de valor em empresas de serviços*. São Paulo: Senac.
- Candias, K., Rojas, M. & London, S. (2020). Turismo y crecimiento en América Latina y Caribe: ¿causa o consecuencia? *Economía Coyuntural*, 5(3), 99-135.
- Castelli, G. (2016). *Gestão Hoteleira* (2ª ed.). São Paulo: Saraiva.
- Crotti, M. S. R. & Morett, S. L. D. A. (2020). A hospitalidade e a influência do atendimento na percepção de satisfação dos hóspedes em hotéis de luxo no Brasil. *Turismo: Visão e Ação*, (21), 309-335.
- Fávero, A. A. & Centenaro, J. B. (2019). A pesquisa documental nas investigações de políticas educacionais: potencialidades e limites. *Contrapontos*, 19(1), 170-184.
- Hitt, M., Carnes, C. & Xu, K. (2015). A current view of resource based theory in operations management: A response to Bromiley and Rau. *Journal of Operations Management*, 41(10), 107-109.
- Iaquinto, B. L. (2022). Locating pro-environmental vernacular practices of tourism. *Geography Compass*, 16(3), e12611.
- Magnini, V. P. & Zehrer, A. (2021). Subconscious influences on perceived cleanliness in hospitality settings. *International Journal of Hospitality Management*, (94), 102-761.
- Mané, A. N. M., Júnior, O. B. D. S. & Ferreira, L. V. F. (2021). Hostels: atributos Motivacionais para Escolha como Meio de Hospedagem, no Brasil. *Rosa dos Ventos*, 13(3), 874-893.
- Myo, Y. N., Khalifa, G. S. & Aye, T. T. (2019). The impact of service quality on customer loyalty of Myanmar hospitality industry: the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Management and Human Science (IJMHS)*, 3(3), 1-11.
- Netto, A. P. & Trigo, L. G. G. (2016). América Latina: imaginário, realidades e turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(21/22), 385-393.
- Observatório de Turismo Buenos Aires (2023). *Ocupação hoteleira*. ENTUR. Disponível em <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio/ocupacion-hoteler?dsd=SitL>, [Acesso em: 3 jun. 2023].
- Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo (2019). São Paulo: cidade do Mundo. *Dados e fatos dos eventos, viagens e turismo na capital paulista*. Disponível em https://observatoriodeturismo.com.br/pdf/DADOS_FATOS_2019.pdf, [Acesso em 1 set. 2023].
- Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo (2023). *Desempenho dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo: Maio/May-2023*. Disponível em https://observatoriodeturismo.com.br/wp-content/uploads/2023/06/hospedagem_maio_2023.pdf, [Acesso em: 12 dez. 2023].

- Observatório Turístico Buenos Aires (2023a). *Sistema de Inteligencia Turística*. Disponível em <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>, [Acesso em: 14 dez. 2023].
- Observatório Turístico Buenos Aires (2023b). *Informe mensual de Turismo en la Ciudad de Buenos Aires*. Junio. Disponível em https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/IM_InformeMensualJunio2023.pdf, [Acesso em: 13 dez. 2023].
- Oliveira, R. R. & Silva, N. R. (2022). Gestão da qualidade de serviços: soluções para hostels. *Revista Hospitalidade*, (19), 245-267. Disponível em <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/1008>, [Acesso em: 6 maio 2023].
- Oliveira, R. R. & Yamauchi, E. Y. T. (2021). Avaliações dos serviços ofertados pelos hostels com melhor custo e benefício da cidade de São Paulo: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 12-20.
- Oliveira, R. R., Leonardi, T. I., Fujita, D. M., Yamauchi, E. Y. T., Zatta, F. N. & Águena, M. S. (2020). Práticas de gestão de operações para o sucesso dos hostels paulistanos. *Research, Society and Development*, 9(7), e301973950. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.3950>
- Pereira Filho, E. & Añez, M. E. M. (2021). O sonho acabou? Um estudo da teoria do prazer do consumidor em reclamações contra agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15.
- Rodrigues, R. B. (2016). *Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação*. Recife: IFPE.
- Secretaria de Turismo da Cidade do México. (2021). Lista de hotéis. Disponível em https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/2022/listado_de_hoteles2021.pdf, [Acesso em: 13 dez. 2023].
- Secretaria de Turismo da Cidade do México (2022). Boletim Estatístico: Dados até dezembro. Disponível em https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Estadisticas/2022/12_BoletinEstadisticoDiciembre_2022.pdf, [Acesso em: 14 dez. 2023].
- Slack, N., Chambers, S. & Johnston, R. (2009). *Administração da produção* (Vol. 2). São Paulo: Atlas.
- Silva, E. M., Freitas, G. A. D. & Rebouças, S. M. D. P. (2021). Qualidade dos meios de hospedagem cearenses: Um estudo baseado nas avaliações do consumidor evidenciadas no site TripAdvisor. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(3), e-2011.
- Silva, N. R. & Koga, E. S. (2023). Evolução das pesquisas sobre big data e turismo: Revisão sistemática da literatura nacional. *Revista Brasileira de Iniciação Científica*, 1(10), e023043. Disponível em <https://periodicoscientificos.itp.ifsp.edu.br/index.php/rbic/article/view/1033>, [Acesso em: 14 dez. 2023].
- Sodré, D. C. (2022). *A hospitalidade no tanan hostel: evidências a partir das online travel reviews e da gerência*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Maranhão. São Luís, Brasil.
- Tavares, F. O. & Fraiz Brea, J. A. (2020). Análise confirmatória à preferência nos Hostels na cidade do Porto, em Portugal. *Investigaciones Turísticas*, (19), 104-120.

- Turismo de Buenos Aires (2019). Turismo internacional na cidade de Buenos Aires. *Relatório Anual*. Disponível em <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio/Informes-coyuntura-anuarios>, [Acesso em: 14 dez. 2023].
- Tripadvisor (s.d.). *Sobre nós*. Disponível em <https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us>. [Acesso em: 15 ago. 2023].
- Vale, L. D. L. P. B. (2021). *Details hotels & resorts-operação, gestão e direção*. Tese de Doutorado, Universidade do Algarve. Faro, Portugal. Disponível em <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/17409>, [Acesso em: 15 ago. 2023].
- Valencia-Arias, A., Ocampo-Osorio, C., Quiroz-Fabra, J., Garcés-Giraldo, L. F., Valencia, J. (2020). Tendencias investigativas de Big Data en el contexto turístico: Un análisis bibliométrico. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*. E35, 243-256. Disponível em <https://www.proquest.com/openview/23b0179ef3a9875f04dc37dd9c06b93b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>, [Acesso em: 21 abr. 2023].
- Veliz, T. G. B., Avila, D. A. C. & Bustamante, R. Y. S. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2026-2044.
- Vieira, D. P., Hoffmann, V. E., Silva Neto, P. V. D. & Rangel, G. D. L. (2021). Recursos competitivos e desempenho na hotelaria do Distrito Federal: A perspectiva do consumidor. *Turismo: Visão e Ação*, 23(1), 48-66.
- World Travel and Tourism Council (WTTC) (2022). *Council Economic Impact Reports*. Disponível em <https://wttc.org/research/economic-impact>, [Acesso em: 13 dez. 2023].
- World Travel and Tourism Council (WTTC) (2023). *Latin America Annual Research. Key Highlights*. Disponível em https://wttc.org/Portals/0/Documents/EIR/EIR%202023/LatinAmerica2023_.pdf, [Acesso em: 14 dez. 2023].