



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES - CCTA
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA - DTH

ERICK ARAÚJO SILVA

IMPORTÂNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA OS HOSTELS
ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS HOSTELS EM SUAS MÍDIAS SOCIAIS NA CIDADE
DE JOÃO PESSOA

JOÃO PESSOA

2018

ERICK ARAÚJO SILVA

IMPORTÂNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA OS HOSTELS
ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS HOSTELS EM SUAS MÍDIAS SOCIAIS NA CIDADE
DE JOÃO PESSOA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de hotelaria da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial para a conclusão do curso.

Orientadora: Ma. Erica Dayane Chaves Cavalcante

JOÃO PESSOA

2018

II

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

S586i Silva, Erick Araújo.
Importância das mídias sociais para os hostels: análise da
atuação dos hostels em suas mídias sociais na cidade de João
Pessoa / Erick Araújo Silva. - João Pessoa, 2018.
60 f. : il. -

Orientadora: Erica Davane Chaves Cavalcante
Monografia (Graduação) - UFPB/CCTA

1. Hotelaria. 2. Hostels – João Pessoa. 3. Hostels – Mídias
Sociais – Atuação. I. Título.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 640.41(043.2)

ERICK ARAÚJO SILVA

IMPORTÂNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA OS HOSTELS
ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS HOSTELS EM SUAS MÍDIAS SOCIAIS NA CIDADE
DE JOÃO PESSOA

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado a Universidade Federal da Paraíba
para a obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Aprovado em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma Erica Dayane Chaves Cavalcante (Orientadora)

Prof. Me. Dr. Thales Batista de Lima (Avaliador)

Prof. Ma. Dr. Rosiele Fernandes Pinto (Avaliadora)

AGRADECIMENTOS

Aqui, quero deixar meu agradecimento a pessoas que fizeram parte desta minha trajetória na UFPB em busca da conclusão deste curso que se trata do aprimoramento dos meus conhecimentos.

Assim, agradeço a minha família, e, mais do que, em especial a minha mãe, Josivania da Cunha Araújo, que me apoiou completamente e me auxiliou neste período de maneira glamorosa, me mostrando coisas da vida e me dando exemplos simplesmente por ser uma pessoa do jeito que ela é, excepcional.

Agradeço a minha amiga Yasmin Lira, que me ajudou a ter calma em algumas horas de estresse, me fazendo acreditar um pouco mais em mim mesmo e me fazendo crer na conclusão deste trabalho.

A meu amigo Jefferson Fugarra, que já me fez rir em momentos de tristezas, e passou comigo momentos tensos e imensos durante o período do curso, me ajudando de maneiras maravilhosas, e fazendo esse caminho da faculdade ser um pouco mais leve.

Agradeço também a Mariah Mendonça e a Verônica Mendes, por me fazerem menos anti-social.

A meus companheiros de residência, José Fernandes e Priscila Araújo pelas jantadas juntos e troca de histórias de vida.

Deixo meu agradecimento a minha orientadora, Professora Erica Dayane, não desistiu de mim e me ajudou a concluir este trabalho.

Ademais, agradeço, a minha banca examinadora, e a todos que tiveram suas pequenas participações.

FiniteIncantatem!

RESUMO

A pesquisa situada em João Pessoa, tenta conhecer mais sobre como os hostels estão inseridos dentro das mídias sociais, com o objetivo de analisar a participação deles nas mídias em que eles participam, assim, também com o propósito de explicar o que são estas mídias, e como diferenciá-las. Usando técnicas metodológicas de estilo qualitativo e descritivo, foi conseguido obter resultados da atuação dos hostels, nas mídias: Site Próprio, Facebook, Booking.com, TripAdvisor, Instagram, Twitter, YouTube e WhatsApp. Descobrimos assim, em quais destas mídias é possível encontrá-los e vendo o nível de inserção na mesma, que em sua maioria não é de todo satisfatório, e sendo observado que melhorias fáceis podem ser executadas de maneiras simples. Assim, foram colhidos os resultados de maneira analítica, verificando que a atuação pode ser melhorada de maneiras simples de acordo com citações vistas acima. Podendo ser visto que o trabalho conseguiu apontar o desejado e mostrar como é distribuída a informação dos hostels nas mídias.

Palavras-Chave: Mídias Sociais; Internet; Hostel; Hóspede; Hostels em João Pessoa.

ABSTRACT

The research located in João Pessoa, tries to know more about how the hostels are inserted within the social media, with the purpose of analyzing their participation in the media in which they participate, also, with the purpose of explaining what these media are, and how to differentiate them. Using methodological techniques of qualitative and descriptive style, it was possible to obtain results of the performance of the hostels in the media: Own Site, Facebook, Booking.com, TripAdvisor, Instagram, Twitter, YouTube and WhatsApp. Thus, in which of these media it is possible to find them and seeing the level of insertion in it, which is mostly not satisfactory, and it is observed that easy improvements can be performed in simple ways. Thus, the results were collected analytically, verifying that the performance can be improved in simple ways according to the citations seen above. It can be seen that the work managed to show the desired and show how the information of the hostels in the media is distributed.

Keywords: Social Media; Internet; Hostel; Guest; Hostels in João Pessoa.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Classificação dos Hostels participantes da pesquisa	24
Quadro 2 – Mídias Sociais e Inserção dos Hostels.....	25
Quadro 3 – Avaliação e Localização Booking.com	26
Quadro 4 – Avaliação TripAdvisor	27
Quadro 5 – Avaliação e Utilização da Página do Facebook	28
Quadro 6 – Avaliação e Utilização do Instagram.....	29
Quadro 7 – Comparação de atuação dos Hostels	32

LISTA DE ANEXOS

Anexo A – Mídias Sociais do Oceania EcologicHostel	43
Anexo B – Mídias Sociais do Bendito Hostel	44
Anexo C – Mídias Sociais do FredericaHostel.....	45
Anexo D – Mídias Sociais do Che Lagarto Hostel.....	47
Anexo E – Mídias Sociais do ParahybaHostel	49
Anexo F –SlowHostel.....	51
Anexo G - Mídias Sociais do Hostel Casa dos Girassóis	53
Anexo H - Mídias Sociais do JampaHostel	55
Anexo I - Mídias Sociais do Manaíra Hostel	57
Anexo J - Mídias Sociais do Tambaú Hostel	59

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS

LISTA DE ANEXOS

1. INTRODUÇÃO	11
1.1. Objetivos.....	12
1.1.1. Objetivo Geral.....	12
1.1.2. Objetivos Específicos.....	12
1.2. Justificativa	13
2. REFERÊNCIAL TEÓRICO	14
2.1. Desenvolvimento da Hotelaria	14
2.2. Hotelaria no Brasil	16
2.3. O Surgimento dos Hostels	17
2.4. Os Hostels no Brasil	18
2.5. Por que Hostel?	18
2.6. A Internet/O Marketing Digital/As Mídias Sociais	19
2.7. As Mídias Sociais na Hotelaria.....	20
3. METODOLOGIA.....	23
4. RESULTADOS	25
4.1. Site Próprio	25
4.2. Booking.com.....	26
4.3. TripAdvisor.....	27
4.4. Facebook.....	28
4.5. Instagram	29
4.6. Twitter.....	30
4.7. WhatsApp	30
4.8. Canal do Youtube	30
4.9. Discussão	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS	37

1. INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos o uso da internet como instrumento de gestão na hotelaria cresce significativamente, com isso ser produtivo no meio digital também passa a ser considerado de suma importância, pois assim, será possível um hóspede em potencial ficar mais integrado ao hotel ou outro meio de hospedagem antes mesmo dele ter chegado ao destino. O que compõe de maneira bastante significativa a fundamentação de sua opinião inicial e pensamentos de aproveitamento futuro no local escolhido para se hospedar, onde ele já chegará estando ciente de tudo que pode lhe ser ofertado, e de tudo que o meio de hospedagem escolhido dispõe para o cliente.

Com isso é possível notar que "o sector das novas tecnologias está em constante evolução e as tendências mudam de um dia para o outro. Mas uma coisa é certa, as novas tecnologias são consideradas prioritárias no relacionamento com o cliente e no aumento das vendas. Segundo um estudo da Hospitality Technology Magazine, Customer Engagement (2013), a convergência entre as tecnologias de consumo, redes sociais e móveis estão a criar novas expectativas e oportunidades para oferecer serviços ao cliente e melhorar a experiência dos hóspedes." (PUBLITURIS, 2013)

Falando diretamente sobre os *hostels*, estes que se tratam de meios de hospedagem alternativos, focado neste trabalho, os quais acabam sendo destinados às pessoas que procuram um meio de hospedagem, geralmente de segmentação econômica, ou por querer estar em um lugar mais aconchegante e que pretendem conhecer e interagir mais com pessoas, a participação nas mídias sociais, que de um modo simples, são por outro lado aquelas as quais possibilitam que você também se comunique, ou seja, são uma via de mão dupla. São instrumentos que permitem a criação e o intercâmbio de conteúdos, muitos dos quais gerados pelos próprios usuários. De acordo com a definição de Kaplan e Haenlein (2010), ao mencionar mídias sociais, é referido às aplicações de internet fundamentadas nos conceitos da Web 2.0. O que inclui não só as redes sociais, mas também blogs, wikis e sites de compartilhamento (INTERNET INOVATION, 2013), que no caso da hotelaria e dos *hostels* podem ser os sites do ramo hoteleiro, site próprio, facebook, e outros, pode ser considerado mais importante.

É necessário ter algum conhecimento e interesse sobre este assunto, assim é possível achar maneiras de dar prioridade a presença online, que refere-se à construção de autoridade e credibilidade online que permite que a marca seja considerada uma das principais referências sobre determinado segmento. Além disso, leva um usuário com dúvidas sobre aquela área a

pesquisar especificamente no site da empresa. Nesse sentido, o desenvolvimento de estratégias de marketing digital vai permitir que a empresa esteja acessível ao usuário em diferentes canais, como site, blog, mídias sociais e outros. (FLAMMO, 2016).

Assim, não é somente criar ou adquirir contas ou páginas nas mídias, a manutenção é o que faz o diferencial, a abrangência e divulgação dos ideais de como funciona o *hostel*, das atividades que ele desenvolve, das informações que ele pode passar, faz com que o cliente fique mais interessado no mesmo, e aumenta o interesse na cidade de destino em si, melhorando o tráfego turístico existente, a divulgação boca a boca de onde achar as informações também aumenta, e com isso o *hostel* que teve uma preocupação em trabalhar no marketing digital consegue crescer.

Ao entender um pouco sobre os benefícios e saber que eles podem cada vez mais serem ampliados, suscitam as seguintes questões: o que os *hostels* da grande João Pessoa possuem sobre as mídias sociais, redes sociais, marketing digital e presença online, será que eles têm conhecimento básico? Ou seria este um conhecimento mais avançado sobre o que se pode conseguir com a utilização destes recursos? De maneira geral estes recursos possuem uma leva de atributos simples que podem ser descobertas com pesquisas feitas dentro do mundo digital, o que facilita e torna mais interessante para o *hostel* saber sobre o que ele pode aproveitar. Por assim pensar, foi desenvolvido um problema de pesquisa para compreender a atuação deles no mundo online, que seria: Como ocorre a participação dos *hostels* de João Pessoa nas mídias sociais?

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo Geral

Analisar a participação de *hostels* de João Pessoa nas mídias sociais, observando nível de inserção deles.

1.1.2. Objetivos Específicos

Conhecer as mídias sociais mais usadas por *hostels* de João Pessoa.

Identificar como os viajantes analisam os *hostels* de João Pessoa através das notas que eles atribuem nas mídias sociais.

Apresentar a participação nas mídias sociais dos *hostels* de João Pessoa.

1.2. Justificativa

Toda e qualquer empresa atualmente tem preocupações com o mundo digital, procurando assim se infiltrar nele de maneira eficiente e conquistando proporções de grande escala, fazendo assim o seu conteúdo se expandir de maneira além do seu redor. Já que o mundo digital faz conexão com todo o mundo externo e de maneira globalizada, assim, se torna fácil entrar em contato com outras culturas, se torna fácil o conhecimento de outras línguas, o que possibilita a passagem do conteúdo de suas empresas para população. Colaborando com o surgimento de prováveis novos clientes, o que deixa claro que não é necessário ser diferente com a hotelaria.

A hotelaria vem com o propósito de servir os seus clientes de maneira agradável, confortável, educada, limpa, e eficiente em todos os sentidos. E por que não isto começar a partir da busca do hospede sobre informações do hotel, ou meio de hospedagem que lhe interessa? Hoje em dia mais de 80% dos viajantes a lazer escolhem seu meio de hospedagem por pesquisa online (BLOG GAZIN ATACADO, 2016), e não tem como existir dúvidas do aumento destes números, já que a cada dia existe mais evolução tecnológica, mas facilidades de acessar a internet, mas facilidades de reservas online, assim, não ir atrás deste upgrade para o mundo digital, para o mundo das mídias sociais pode acabar se tornando, em um futuro não tão distante, um prejuízo para o meio de hospedagem.

Assim, é importante está interado sobre este mundo online, pois, desta maneira é possível passar a confiança que os prováveis hóspedes precisam para pode escolher o meio de hospedagem que eles estão analisando. Com isto, esta pesquisa se torna viável por tentar trazer em consciência um pouco das informações que para os *hostels* podem ter algum valor significativo. Contribuindo de maneira a mostrar que, não existe tanta dificuldade em fazer uma atualização maior no mundo digital e que existe praticidade nestas melhorias, e que isto interessa os clientes.

Desta forma, a pesquisa busca ajudar os *hostels* e outros meios de hospedagem, que procuram alguma informação sobre o que são as mídias sociais ou redes sociais, presença *online* e *marketing* digital, a entender o que eles são e buscar despertar a vontade de aumentar os conhecimentos sobre as áreas digitais, mostrando assim, a valorização que os clientes dão a esta área.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Desenvolvimento da Hotelaria

Antes de chegarmos ao ponto primordial da pesquisa, nós precisamos entrar um pouco no histórico que a hotelaria tem, e como surgiu essas divisões no seu meio, fazendo hoje nos termos os Hostels como foco de pesquisa nesse trabalho e como um meio de hospedagem a cada dia mais chamativo, como podemos ver nas nossas pesquisas e buscas por lugares onde podemos ficar em nossas viagens.

Assim, para iniciarmos, vemos que de acordo com Dias (1990) e com a revista Panorama Setorial, a palavra "hotel" origina-se do termo da língua francesa "hôtel", que significa "residência do rei". Esse termo também era utilizado para designar os edifícios suntuosos e imponentes pertencentes à aristocracia francesa como, por exemplo: o Hôteldes Invalides, que desde 1670 abrigava oficiais e soldados inválidos da Pátria; Hôtel-de-Dieu, que abria suas portas para socorrer enfermos/ Hôteldes Postes (correio); Hôteldes Monnais, onde era cunhada a moeda circulante; Hôtel de Ville, sede da municipalidade. Em meados do século XVIII, como alternativa aos albergues e hospedarias, alguns "hôtels" passaram a alugar quartos para fidalgos e altos funcionários, sendo assim associados a meios de hospedagem luxuosos.

Na visão de Andrade (2000), o comércio é o maior responsável histórico pelas formas mais antigas de oferta hoteleira, a partir das rotas comerciais da Antiguidade, na Ásia, Europa e África, que geraram núcleos urbano e centros de hospedagem para o atendimento aos viajantes.

Para Gonçalves (2004), a procura por hotéis começou a ser mais efetiva a partir do incremento do turismo na Europa com a chegada do final do século XVII e começo do XVIII, com o surgimento das estâncias balneárias e dos spas. Já no século XIX o que fez o setor hoteleiro ter um crescimento significativo foi a expansão das ferrovias e o acontecimento dos barcos a vapor, o que fez o número de viagens ser impulsionado ocorrendo assim uma busca maior dos meios de hospedagens.

Fatores listados por Gonçalves (2004), também fazem parte e contribuíram para o desenvolvimento do setor hoteleiro foram:

- o aumento das atividades comerciais e industriais e a expansão das multinacionais americanas e européias, acarretando a expansão das viagens de negócios;

- a melhoria da legislação trabalhista com a diminuição da jornada de trabalho e repouso semanal, favorecendo assim a ampliação das atividades de lazer;
- a elevação da renda da população devido à expansão da economia em 1945;
- a massificação dos transportes, principalmente automóveis e aviões.

Com isto, ainda de acordo com Gonçalves (2004), com relação a hotelaria de nível mundial, nós podemos dar destaque ao suíço César Ritz, o francês Robert Huyot e o norte-americano Conrad N.Hilton. César Ritz, através da Ritz DevelopmentCompany, projetou e administrou os mais luxuosos hotéis europeus no início do século XX.

De acordo com Andrade (2000), o conceito de quarto com banheiro privativo, hoje chamado de apartamento, foi introduzido por Ritz, em 1870, no primeiro estabelecimento hoteleiro planejado em Paris. Ritz, também foi o primeiro a iniciar com as técnicas de relações públicas em hotéis, fazendo uso do envio de cartas pessoais aos clientes, e a introduzir concertos musicais no período das refeições. Já com relação ao Huyot, ele é pioneiro com relação a aplicação das técnicas de marketing e gestão empresarial em hotéis, desenvolvendo estes serviços nas décadas de 1920 e 1930. E é considerado um precursor na gestão de cadeias hoteleiras, se tornando o primeiro presidente da rede Intercontinental de hotéis. E Conrad N. Hilton foi o introdutor do sistema, conhecido primordialmente, de *franchisin*, que nada mais é o sistema de franquias, ou seja, consiste em replicar um hotel, ou algum tipo de loja e etc., que são administrados por um terceiro, porém tem todo o direito de levar o nome de uma determinada marca, porém também tem os deveres de cumprir com as exigências que a marca possui para passar liberdade do uso de nome. No caso de Hilton ele implementou essa estratégia em 1965, com a Hilton InternationalCompany, considerada a primeira empresa especializada em administração hoteleira.

Através de Gonçalves (2004) vale salientar também que o surgimento das primeiras redes hoteleiras se deu a partir da metade do século XIX, quando grupos de empresas começaram a se apropriar da administração de hotéis na Europa e nos EUA, já que esse tipo de empreendimento requer um alto investimento para sua construção e operacionalização, que eram facilitados quando feitos em grupos de interesse comum. E em seguida a expansão destas redes ocorreu com o início da operação dos Boeing 747, assim fazendo a união entre os serviços de transporte e meios de hospedagem. Após isto foi empregado nos meios de hospedagem as técnicas de marketing de relacionamento, como os programas de fidelidades.

2.2. Hotelaria no Brasil

No Brasil colônia, segundo Erhart e Bohrer (2007), caracterizou-se a hospitalidade residencial, os viajantes hospedavam-se nas casas grandes de engenho e fazendas, nos casarões coloniais nas cidades, e muitas vezes, os conventos, ofereciam abrigo aos viajantes. E no século XVIII, na cidade do Rio de Janeiro, começaram a surgir estalagens-hospedaria - ou casa de pasto, que ofereciam alojamento aos viajantes, inicialmente subsidiando refeições a preço fixo. Ao decorrer do tempo, começam a surgir as necessidades de abrigo, e os proprietários ampliam seus negócios e passam a oferecer quarto de dormir.

"O marco significativo na Hotelaria brasileira foi a inauguração, na cidade de São Paulo, do Hotel Terminus, com mais de 200 quartos. Posteriormente em 1923 o moderno Hotel Esplanada com 250 apartamentos, sendo ponto de encontro da elite paulistana". (DUARTE, 1996, p. 17).

Ainda conforme Erhart e Bohrer (2007), a cidade do Rio de Janeiro, teve seu marco histórico iniciado em 1922, com a inauguração do Hotel Glória, e no ano seguinte com o Copacabana Palace, cuja construção contribuiu de forma decisiva para colocar a cidade em evidência como pólo turístico de lazer. Já na década de 40, os incentivos dos governos estaduais trouxe um momento de desenvolvimento na hotelaria brasileira, quando foram construídos hotéis-cassinos, dos quais a maioria foram fechados em 1946.

Erhart e Bohrer (2007) fala que, em 1966 é criado o Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR, que juntamente com o Fundo Geral do Turismo - FUNGETUR atuam através de incentivos fiscais na implantação de novos hotéis, beneficiando uma nova fase da hotelaria brasileira, principalmente os hotéis mais luxuosos. Dessa maneira em 1970 houve um *boom* da hotelaria nacional, devido aos incentivos e financiamentos cedidos ao setor. E nesta mesma época, começavam a surgir os primeiros grandes hotéis no país. Na década de 1980 o Brasil sofreu uma instabilidade econômica devido à inflação, fazendo com que surgisse os hotéis econômicos, *flats* e os *apart-hotéis*. Houve também nesta época, uma relevante redução nos valores de passagens aéreas, contribuindo as viagens de lazer. Com a implantação do Plano Real, 1990, a indústria foi ainda mais beneficiada e reflete um dos períodos de maior expansão da oferta da Indústria Hoteleira, fazendo surgir hotéis de luxo principalmente em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Em forma de conclusão, Erhart e Bohrer (2007) falam que, a partir de 2002 pode-se notar uma movimentação no setor relacionada basicamente, com os efeitos da globalização, a internacionalização das empresas, e principalmente a competitividade, que cresce no dia-a-dia

mais devido aos clientes que estão cada vez mais exigentes. Isto faz com que o setor hoteleiro seja uma das principais atividades econômicas desenvolvidas no país atualmente.

Assim, segundo Duarte (1996, p.15) “Sua evolução e sua perspectivas de crescimento acompanham uma tendência largamente verificada em todos os ramos de negócios e setores a qualificação e especialização dos serviços prestados. Por tudo isso, a hotelaria tem merecido destaque no cenário turístico”.

E Amazonas (2008) fala, "O parque hoteleiro nacional possui hoje aproximadamente 25 mil meios de hospedagem, e deste universo, 20 mil são hotéis e pousadas."

2.3. O Surgimento dos Hostels

Um dia o significado de albergue (hostel) era de um lugar para hospedar desabrigados, necessitados ou incapazes. Ou simplesmente, um lugar que você dormiria empilhado em um quarto com 30 camas, totalmente sujo e desorganizado. Porém a realidade se tornou outra, e agora o termo Hostel dá uma cara nova ao seu significado antigo.

De acordo com o Blog Hostel Bookers (2013), isto ocorreu de início através do professor alemão Richard Schirrmann que começou o movimento alberguista ainda no século XX. Por gostar de saídas de campos, passeios ao ar livre e viagens, ele acompanhava estudantes em idas a interiores de cidade e via o problema com a falta de um meio de hospedagem para esses jovens. Assim, em 1912 ele inaugurou o primeiro albergue da juventude (ou "yourthhostel"), no reconstruído Castelo de Altena, localizado na cidade de mesmo nome.

De acordo com a APAJ (Associação Paulista de Albergues da Juventude), no fim da década de 20, o alberguismo se difundiu pela Europa, e com isto ocorreu o aparecimento de vários outros Hostels que se espalharam por todo continente. Em 1927, surgiu hostels na Suíça e na Polônia; em 1929, na Holanda; em 1930, na Inglaterra, Noruega e França; em 1931, na Irlanda, Bélgica e Escócia. Com o passar de 3 anos, o alberguismo alcançou o continente americano, primeiramente os Estados Unidos. Em 1938, o Canadá se interligou a rede de hostels. A Argentina (1956) e o Uruguai (1958) foram os primeiros países sul-americanos a se juntar ao movimento. Eles foram os responsáveis por abrir as portas para a expansão da rede na América, fazendo o movimento chegar ao Chile, Peru, Colômbia, Bolívia, Equador, Costa Rica, El Salvador e Brasil.

Ainda conforme a APAJ, um ponto marcante na história dos hostels ocorreu durante a Segunda Guerra Mundial, onde o movimento ficou estagnado e muitos dos hostels foram

dizimados. Ao chegar ao final do conflito em 1945, eles conseguiram se restaurar e o movimento passou a ser considerado uma forma de reintegração da juventude européia.

2.4. Os Hostels no Brasil

A APAJ fala que no Brasil os hostels começaram a aparecer em 1961, por meio do casal de professores cariocas Joaquim e Ione Trotta, que implementaram a ideia no país depois de terem visitado um albergue francês em 1956. O primeiro recebeu a nomenclatura de "Residência Ramos" e foi estruturado no bairro de Ramos no Rio de Janeiro, ficando aberto de 1965 a 1973. Neste período também funcionavam no estado de São Paulo dois outros hostels, um na Capital e outro em Campos do Jordão, porém foram fechados pelo Governo Militar que alegava que o local era para reunir jovens universitários.

Com este incidente foi iniciada a necessidade de proteção dos hostels, assim, em 1971 foi fundada a Federação Brasileira de Albergues da Juventude (FBAJ), com sede no Rio de Janeiro, e em 1984 a Associação Paulista de Albergues da Juventude (APAJ). Já em 1986 com a chegada de João Dória Júnior a presidência da Embratur o incentivo ao trabalho dos hostels por ele foi feito, dando conhecimento a eles em todo o Brasil e fazendo sua expansão ocorrer. Porém, os hostels ainda não são classificados no Brasil.

2.5. Por Que Hostel?

Hoje em dia interligar "juventude" e "albergue/hostel" já não é algo tão marcante. Em uma pesquisa entre os clientes do site, HostelBookers (2013), revelou que 41% deles tem mais de 30 anos, o que faz com que o público alvo deste tipo de empreendimento não seja mais apenas os jovens.

Segundo artigo do Site HostelBookers (2013), os hostels são "baratos" por motivo simples, eles usam espaços compartilhados, entretanto, não se é obrigado a usar tudo em comunidade, mas o foco de se sentir em casa sempre existe. A maioria deles também possuem quartos privados, com banheiros próprios, com isso, lhe trazendo independência e privacidade.

Para alguns viajantes, também é difícil pagar 3 refeições por dia no local onde você está, então as cozinhas bem organizadas e feitas com equipamentos de qualidade agradável tornam-se completamente usáveis para preparos de suas comidas. As áreas de

lounge, salas de jogos com TV, DVD's e livros são opções para descanso depois do dia de turista do cliente. Onde muitos acabam por ficar "em casa" e trocar experiências com outros viajantes que estão no mesmo hostel, assim interagindo com outras culturas e descobrindo outras vontades de viagens que podem ser integradas as suas.

O viajante moderno tende a esperar um serviço adequado, justo, ao seu investimento, então mesmo nos mais baratos meios de hospedagem, não é aceitável, nem favorável que exista sujeira, bagunça, desonestidade e outros pontos negativos. Com isso os hostels tem que ter atenção e assim manter sua reputação, oferecendo o básico, ou as críticas negativas vão tomar conta das mídias sociais relacionadas ao empreendimento. Já que o público dos hostels tem forte ligação com a internet. Ainda de acordo com o HostelBookers (2013), com relação a localizações, os hostels estão, em muitos casos localizados nos centros das cidades, ou próximo à pontos turísticos, o que é uma mudança grande em relação a época que hostel por ser barato era distante dos pontos interessantes das cidades.

2.6. A Internet/O Marketing Digital/As Mídias Sociais

Cruz e Gândara (2003, pg 107) destacam que, "no novo mundo da Internet especialmente com a web, novos canais de comunicação estão sendo abertos, com mais agilidade e sofisticação."Nos dias em que vivemos as mídias sociais ganham mais espaço a cada minuto que se passa dentro do cotidiano das pessoas. A tecnologia, a globalização e a popularização da internet fazem com que o montante de pessoas que estão conectadas a algo online seja gigantesco.

A internet tornou-se a via com maior poder de propagação de informações e surpreendente capacidade de interagir com segmentos de difícil acesso. Segundo Garotoni e Roxo (2009) cada individuo visualiza "mais de 90 propagandas por dia, todos os dias".

Assim, estratégias usadas através do Marketing Digital são de total essência, independente do estilo em que as empresas atuam, seja ela, com foco em usar estratégias contra concorrência, interferir de maneira a melhorar o comportamento do consumidor para com tal empresa, trazer melhorias tecnológicas e várias outras maneiras que podem modificar nosso modo de realização dos processos cotidianos, ele se faz necessário. Mesmo com a ressalva de que o Marketing Digital faz alusão ao universo das pretensões e necessidades humanas, o número sobre propagandas que remetem ao conjunto do setor de turismo também tem porcentagem significativa.

Como podemos ver através de Gonçalves e Violin (2015), a internet é o ambiente onde qualquer empresa de qualquer âmbito se encaixa, independentemente de seu porte e localização, fazendo com que a distância entre elas e seus consumidores seja diminuída, atuando de maneira ampla, rápida e basicamente sem restrições. Além das propagandas e anúncios, nós conseguimos ver vídeos, imagens, charges, gifs (pequenas imagens animadas) e mais. Esta ampla divulgação também chega ao alcance das mídias sociais, onde hoje em dia existem vários blogs, sites, fanpages, perfils, twitters, e outros que entram neste meio, fazendo a hotelaria ter aliados bastante poderosos, sendo para pontos positivos, ou com algum descuido da empresa, pontos negativos.

Em contrapartida, pesquisas demonstram importantes dados de 2011 em relação aos objetivos das organizações brasileiras ao utilizarem as mídias sociais, e destacam alguns deles: aumentar a reputação da marca (85%), gerar mais marketing boca a boca (82%), criar vantagem competitiva (59%), aumentar a fidelidade do cliente (57%), inovar o modelo de negócios (53%). Além disso, o estudo mostra que 77% das empresas que utilizam e/ou monitoram as mídias sociais pertencem ao setor de serviços, varejo, bens de consumo, telecomunicações, transporte, tecnologia e mídia (DELOITTE, 2012).

Deste modo, a internet faz com que a distância que existe entre hóspede e hotel se encurte, e o aumento da informação aumente, fazendo os olhares simples de viajantes virarem olhares com bastante sabedoria, pois a informação livre de acesso a informações valiosas para eles, trazendo mais confiança com o local escolhido, e diminuindo as chances de ter uma frustração maior, e isto para os meios de hospedagem cria um ponto onde o foco em ter uma boa reputação no mundo online seja totalmente necessário e bem visto.

2.7. As Mídias Sociais na Hotelaria

As mídias sociais têm um papel transformador na transferência da informação. Até certo tempo atrás, para se divulgar um produto e serviço, era necessário recorrer a meios de comunicação massivos, e através das mídias isto é alterado. Segundo Sabbah, (apud CASTELLS (1999) "a mídia indica uma audiência seletiva e segmentada por ideologias, preferências, estilo de vida, valores, intensificando o relacionamento individual entre quem emite e quem recebe a mensagem".

Mas o que são as mídias sociais, de acordo com o site Altermann (2010) elas são: "Ferramentas online que são usadas para divulgar conteúdo ao mesmo tempo em que permitem alguma relação com outras pessoas". Ou seja, tudo e qualquer meio que permite a

disseminação de tal conteúdo e da liberdade para quem está visualizando, trazer seu comentário. Assim, nos chegamos as redes sociais, que são comumente mais conhecidas e usadas para isto, mas, elas são uma subdivisão das mídias sociais, pois executam o mesmo propósito, só que de uma maneira menos empresarial.

Desta maneira, as redes sociais têm trazido ao meio hoteleiro ferramentas que conseguem construir um relacionamento mais pessoal com o cliente, ocasionando fidelidade de hóspedes e um bom marketing boca a boca para a empresa. "Um relatório da Ernst & Young, empresa sediada no Reino Unido e presta serviços internacionais de auditoria de impostos, transações e assessoria em serviços, mostra que a maior parte das grandes redes interagem com seus clientes através do Facebook, TripAdvisor, Twitter, e LinkedIn e que os hotéis decidiram interagir nas mídias sociais em sua análise estratégica de Gestão de Marketing de Relacionamento" (HOTELMARKETING.COM, 2013). Hoje em dia é até comum vê, hotéis que integram seus programas de fidelidade as redes sociais, contemplando seus hóspedes ao fazer check-in nas páginas do meio de hospedagem do Facebook.

"Os maiores hotéis têm adaptado a tecnologia móvel em suas políticas de relacionamento com o cliente, seja com um site móvel em suas políticas de relacionamento com o cliente, seja com um site móvel ou o desenvolvimento de uma aplicação dedicada, através do qual se pode fazer uma reserva, cancelar, fazer o check-in ou utilizar as opções de geolocalização para encontrar serviços de interesse. As empresas precisam "humanizar-se" ter à disposição uma equipe que converse com o mercado e extraia dele valor para seus negócios" (DELOITTE, 2010).

A Hotel Marketing Point, empresa especializada em ferramentas digitais, em 2012, fez uma lista de recomendações para obter sucesso com qualquer esforço nas mídias e redes sociais, independente do seu tipo de meio de hospedagem.

- Monitorar a rede com o objetivo de planejar estratégias precisas.
- Manter o perfil da empresa atualizado e responder às perguntas e comentários que apareçam.
- Facilitar o processo de reserva, pois existem diversos sistemas de reservas online que podem ser integrados ao perfil do Facebook.
- Planejar uma campanha clara objetiva.
- Segmentar o mercado para obter melhores resultados.
- Usar a publicidade de CPC (custo por clique) do Facebook.
- Implementar a campanha utilizando as histórias patrocinadas do Facebook.

- Convidar clientes para participar da página e oferecer vantagens para os usuários mais participativos.
- Divulgar as campanhas do Facebook em todos os meios que o meio de hospedagem tenha disponível.
- Medir o ROI (Investimento sobre o capital investido) das campanhas do Facebook.
- Aprender com os erros e verificar o que não funcionou e a razão, depois aprimorar as próximas campanhas.

Para os Hostels, talvez não seja vantajoso executar todas estas alternativas, mas algumas são básicas e podem ser utilizadas sem preocupações.

Assim, é possível visualizar que as mídias sociais podem induzir as decisões dos viajantes, e dados da revista online Hosteltur (2012) confirmam isto, onde 53% dos usuários da empresa online TripAdvisor afirma que não seria capaz de fazer reservas em hotéis que não tivesse opiniões no site. Além disto, 87% disseram que as opiniões vistas ajudam na segurança relacionada a decisão da compra.

Desta maneira, transmitir informações básicas e prestar um serviço de boa qualidade faz com que os clientes olhem o meio de hospedagem com excelência e faz com que os clientes futuros se sentem confortáveis ao fecharem suas reservas, e saibam o nível do local para onde eles estão indo. Esperando assim, que o que foi mostrado nas mídias sociais seja executado.

3. METODOLOGIA

A importância das mídias sociais, e da internet em geral, para um meio de hospedagem, neste caso, os Hostels, fez com que houvesse um foco de esclarecer, um pouco, como a análise da participação de *hostels* de João Pessoa nas mídias sociais ocorre, observando nível de inserção deles. E Como afirma Demo (2002, p.29), a elaboração própria implica processo complexo e evolutivo de desenvolvimento da competência, que, como sempre, também começa do começo. Assim, foi feito inicialmente uma pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa e descritiva (SAMPIERI, COLLADO, LÚCIO, 2006).

Desta maneira, para entender melhor como os hostels se comportam e como eles interagem com os seus clientes nas mídias sociais, foi realizada uma análise de conteúdo, que de acordo com Creswell (2007) consiste em extrair sentido dos dados de texto e imagem, onde foi necessário a entrada em cada mídia social, de cada hostel selecionado para pesquisa. Foi analisado: em quais mídias sociais eles estão inseridos e em qual mídia a atuação é mais presente; a nota dada aos hostels nas mídias (Facebook, TripAdvisor e Booking.com); quais meios são utilizados para fazer reserva dentre as mídias selecionadas; e quais hostels buscam a interação com outros tipos de atividades culturais ou não.

Ao desenvolver uma forma de análise, as mídias foram escolhidas, e dentre elas estão: Site Próprio, Booking.com, TripAdvisor, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp e Canal do YouTube. A seleção das mídias se deu através da popularidade delas nos dias atuais, e a coleta de dados ocorreu no dia 17 de maio de 2018, e foi considerada atualizações nas mídias até o dia de coleta. Neste mesmo dia, para melhor análise da mídia WhatsApp, foi enviado uma mensagem para todos os hostels participantes que a possuem, desta maneira houve uma pequena e rápida conversa informal com os responsáveis pelo controle da mídia, onde eles souberam da idealização deste trabalho.

A pesquisa está relacionado a escolha de 10 dos 11 hostels (que foram visualizados em minha busca pelo meio de hospedagem) da cidade João Pessoa, onde nenhum foi excluído por não possui nenhuma mídia social ou por não estarem ativos nelas. Porém os Hostels 1 e 2 estão temporariamente fechados, o que proporciona o não encontro deles em redes como o Booking.com e o TripAdvisor, porém eles ainda são considerados e avaliados na pesquisa, já que as mídias deles ainda se encontram ativas.

Deste modo, para facilitar os quadros da pesquisa, os meios de hospedagem analisados foram tratados da seguinte maneira abreviativa: H = Hostel, seguido de uma numeração, como pode ser visto no Quadro 1.

Quadro 1 – Classificação dos Hostels participantes da pesquisa

Hostels	Numeração
Oceania EcologicHostel	1
Bendito Hostel	2
FredericaHostel	3
Che Lagarto Hostel	4
ParahybaHostel	5
SlowHostel	6
Hostel Casa dos Girassóis	7
JampaHostel	8
Manaíra Hostel	9
Tambaú Hostel	10

Fonte: Autor (2018)

Com a identificação dos hostels concluída, o processo de análise de conteúdo citado acima foi efetivado.

4. RESULTADOS

Para se desencadear a análise de interação das mídias sociais, hostels e cliente, o início se dá ao observar em quais mídias eles estão inseridos e como é seu desenvolvimento dentro de cada uma delas, assim cada mídia social foi apresentada em tópico de análise. No Quadro 2 são mostradas as mídias selecionadas e quais os hostels estão inseridos.

Quadro 2 – Mídias Sociais e Inserção dos Hostels

Mídias Sociais	Hostels
Site Próprio	H3, H4, H5, H6, H7, H9, H10
Booking.com	H3, H4, H5, H6, H7, H8, H9, H10
TripAdvisor	H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8, H9, H10
Facebook	Todos Possuem
Instagram	H1, H2, H3, H6, H7, H8, H9, H10
Twitter	H5, H9, H10
WhatsApp	H1, H2, H3, H5, H6, H7, H8, H9, H10
Canal no YouTube	H4, H5, H8, H10

Fonte: Autor (2018)

Com a visualização de qual hostel está em cada mídia social feita, a análise por mídia trará a explicação de como os hostels se desenvolvem nelas.

4.1.Site Próprio

Em seus sites, todos possuem um site de fácil utilização, onde falam um pouco do seu hostel, mostram localização, fotos dos quartos, e áreas comuns. Um pequeno diferencial do site do H3 e do H6 é o depoimento de clientes que se hospedaram lá. Já no H9 e H10, que inclusive são associados à Hosteling International (Federação Internacional dos Albergues da Juventude), eles possuem a aba "Passeios", na qual é falado sobre algumas atrações da cidade de João Pessoa. Com relação à reservas, os únicos que possuem reserva direta do site são o H4 e o H7, o outros a reserva pode ser feita através de contato direto com eles, ou através do Booking.com.

4.2.Booking.com

A pesquisa no Booking.com oferece ao viajante que está a procura de um hostel para se hospedar informações de suma importância, e todos os hostels de João Pessoa que estão alocados nele possuem estas informações, trazendo a este viajante, um conjunto de fotos do meio de hospedagem, um texto de referencia da localização onde ele se encontra, trazendo informações de distância da praia, do centro, e até de centros culturais, além, claro, de informações sobre o que o hostel oferece ao cliente que decide por se hospedar nele. Também é possível ver as avaliações de hóspedes que passaram por eles e as notas que eles atribuíram ao hostel pesquisado.

Quadro 3 – Avaliação e Localização Booking.com

Hostels	Nota de Avaliação	Nota de Localização
H1	Não Acessível	Não Acessível
H2	Não Acessível	Não Acessível
H3	9,3	9,4
H4	7,1	8,8
H5	9,3	Não Acessível
H6	9,2	9,4
H7	9,0	Não Acessível
H8	8,4	8,7
H9	8,7	9,0
H10	8,7	9,4

Fonte: Autor (2018)

Assim, a avaliação por nota do Booking.com, como pode ser verificado no Quadro 3, faz o viajante conseguir visualizar de uma maneira interessante e simples o nível dos hostels da cidade. De acordo com o site, podemos dizer que a maioria deles é "Fabuloso", palavra usada para descrever os hostels na aba avaliação, o que faz com que os clientes fiquem mais seguros com relação a sua estadia na cidade. Outra nota, que inclusive contradiz totalmente a frase que era bastante usada antigamente referente a localização de um albergue, são as notas de localização, onde 6 dos hostels possuem nota maior que 8.0, possuindo assim localização excelente de acordo com os clientes que já se hospedaram em algum deles. E com relação a reserva em um dos hostels que possuem suas páginas no Booking.com, ela pode ser feita assim que a escolha do meio de hospedagem for concluída, pois, todos eles permitem a reserva através do site.

4.3. TripAdvisor

O TripAdvisor, é um site onde é possível comparar preços, ler avaliações de clientes e ver a classificação dada por eles ao meio de hospedagem, onde a visão geral vai de 1 a 5, com base na quantidade de avaliações que o mesmo possui. Além de informações básicas como localização, e o que o meio de hospedagem disponibiliza para os hóspedes e fotos que são colocadas pelos próprios viajantes.

Desta maneira foi visto a nota de visão geral que é dada aos hostels, que possuem avaliações no site, pelos clientes que se hospedaram neles. Como também foi visto a quantidade de avaliações que geraram esta nota.

Quadro 4 – Avaliação TripAdvisor

Hostels	Nota de Avaliação	Quantidade de Avaliações
H2	Não Possui	Não Possui
H3	4,5	17
H4	3,5	115
H5	5,0	112
H6	4,5	157
H7	4,5	13
H8	4,0	10
H9	4,5	76
H10	4,5	221

Fonte: Autor (2018)

O H2, é o único que possui página avaliativa no TripAdvisor, porém não foi avaliado por nenhum hóspede ainda. Com relação aos outros hostels, eles possuem uma média de boa qualidade, mesmo os que estão com menos avaliações, os hóspedes que as fizeram falaram bem do meio de hospedagem. Porém, o H4, H5, H6 e H10, que são os que mais possuem avaliações, também se tornam os mais atrativos se formos analisar ao olhar de um viajante, pois, eles por terem este número mais significativo, dá a entender que agrada mais, fazendo com que os hóspedes tenham prazer ao elogiá-los no TripAdvisor e fazendo assim, a chance de novos clientes surgirem com mais facilidade.

4.4. Facebook

Na rede social mais usadas pelo público mundial hoje em dia (Fernanda Beling para Oficinadanet.com, 2018), os hostels não ficaram de fora desta participação, e está é a única mídia em que todos da cidade de João Pessoa estão inseridos. As páginas de todos estão ativas, mesmo entre os que estão temporariamente fechados. Mas, está inserido nesta mídia, não significa está ativo, assim foi verificado a nota atribuída a eles pela avaliação de seus clientes, a quantidade de curtidas na página deles do Facebook e a data de última postagem. Tendo se feito a análise desta mídia no dia 17 de maio de 2018.

Quadro 5 – Avaliação e Utilização da Página do Facebook

Hostels	Nota de Avaliação	Quantidade de Curtidas da Página	Data de Última Postagem
H1	4,9	78	06/03/2018
H2	5,0	317	10/05/2018
H3	5,0	866	16/05/2018
H4	4,6	1.319	22/01/2016
H5	4,9	2.995	16/05/2018
H6	4,5	9.732	11/05/2018
H7	4,9	2.542	17/05/2018
H8	5,0	928	28/11/2017
H9	4,7	1.864	13/02/2017
H10	4,8	1.762	01/05/2018

Fonte: Autor (2018)

A média de avaliação dos hostels também é elevada no Facebook, com comentários positivos e carinhosos com relação ao período de hospedagem dos viajantes. O H6 é o que tem mais alcance em suas publicações e em disparado com relação a curtidas na página. Já em postagens, os que as fazem com mais frequência são os H3, H5 e H7, dentre esses três, o H3 e H5 se sobressaem por fazerem divulgações não apenas com fotos de quem se hospeda lá, mas também de projetos culturais que envolve a cidade de João Pessoa, e que eles fazem parte de algum modo. Dando assim valor a cultura, e trazendo vantagens para eles próprios e para quem decide se hospedar neles, pois, quem vem a procura de novos conhecimentos vê eles com outros olhos, e sabem que as perguntas de onde ocorrem atrações na cidade, serão

respondidas. Em contrapartida, o H2, é o único que disponibiliza um meio para efetuar reserva diretamente no Facebook.

4.5.Instagram

Esta rede social exclusivamente para fotos e curtos vídeos. Desta maneira os hostels poderiam se promover, fazendo divulgação de seus quartos e até de programas culturais da cidade, onde desta maneira eles conseguiriam trazer os viajantes com tal interesse para seu estabelecimento. Ao buscar os hostels nesta rede social, foi identificado que apenas os hostels, H1, H2, H3, H6, H7, H9, e H10, possuem Instagram, sendo verificado a data de ultima foto postada, e quantos seguidores estes hostels têm em suas páginas. Está verificação foi feita no dia 17/05/2018.

Quadro 6 – Avaliação e Utilização do Instagram

Hostels	Quantidade de Seguidores	Data de Última Publicação
H1	100	06/03/2018
H2	1009	24/03/2018
H3	1778	17/05/2018
H6	1439	11/05/2018
H7	398	17/05/2018
H8	1254	06/04/2018
H9	1257	20/04/2018
H10	122	14/03/2018

Fonte: Autor (2018)

Dos hostels que possuem esta rede social, a maioria faz bom uso dela e possui uma excelente quantidade de seguidores, como é possível observar no quadro acima, desta maneira, o alcance de divulgação dos hostels é de boa qualidade. Os H2, H3, H6, H8 e H9, que são os com mais seguidores, também são os que mais possuem divulgação que vão além de promoções do meio de hospedagem e amostra de seus quartos, eles fazem divulgações de promoções de terceiros, divulgam eventos culturais que ocorrem dentro do próprio hostel e aos quais eles possuem parcerias. A página de todos no Instagram possuem descrição de sua localização e também um modo para entrar em contato com o hostel.

4.6. Twitter

É um microblog onde as pessoas podem enviar e receber atualizações sobre coisas pessoais ou sobre ações de empresas. Nos hostels paraibanos ela não é utilizada, apenas o H5, H9 e H10 possuem contas, porém, elas não recebem atualizações deles, foram criadas e descartadas.

4.7. WhatsApp

A rede social de troca de mensagens que é utilizada mundialmente traz uma facilidade para quem quer alguma informação extra diretamente com o hostel, ou fazer algum pedido, assim como também efetuar sua reserva. O único que não possui tal mídia é o H4, porém todos os outros hostels paraibanos possuem e foram testados, assim é possível comprovar que eles tem eficiência em seu recebimento de mensagem, e nas repostas, e todos a utilizam como meio efetivo para recebimento de reserva.

4.8. Canal do YouTube

O site de visualização de vídeos não é popular entre os hostels de João Pessoa, o H4, H5, H8 e H10 que possuem contas nesta mídia apenas possuem um vídeo de apresentação do hostel. Porém, no youtube é possível achar uma apresentação de todos os hostels que são situados na capital, permitindo assim uma visualização por vídeo para o viajante que procura algo além das fotos publicadas nas outras mídias.

4.9. Discussão

Com o surgimento da era digital, o que se entende por comunicação teve uma alteração. Segundo Mota (2001, p. 153), "a era digital traz mudanças revolucionárias na comunicação, ocasionando profundas mudanças comportamentais nos indivíduos, principalmente no que se refere às atitudes de compra e venda dos consumidores".

Desta forma, o comportamento deles se altera ainda mais com as mídias, e isso é visto de maneira fácil. O surgimento das mídias sociais fez uma mudança no que se conhecia como formas de vender, assim, é preciso se encontrar nelas.

Os hostels da cidade de João Pessoa estão ainda nas janelas mais óbvias de oportunidades, estão simplistas de acordo com o que a evolução tecnológica nos deu para os dias de hoje. Eles sim, possuem a maioria das redes sociais, possuem sim, alguma interação, porém elas se tornam facilmente obsoletas em alguns deles, e os fazem ficar para trás. Nas mídias de avaliação específicas para hotéis (o Booking.com e o TripAdvisor), os hostels conseguem se manter bem, mas isto por motivos de terceiros, podemos por assim dizer, estes dois sites, não são de administração dos hostels em sim, ou seja, eles já têm um público definido por causa de sua popularidade no setor da Hotelaria. Já ao analisarmos os sites que alguns deles possuem, o mais elaborado, é o do H4, já que o Che Lagarto é uma rede internacional de hostels, provavelmente, seu foco no marketing digital esteja mais evoluído, assim se vendo a diferença quando falamos de site dos hostels.

Em 2012, podemos ver que, segundo a União Internacional de Telecomunicações - UIT foi constatado mais de 1 bilhão de pessoas possuem perfis nas mídias sociais, somente o Facebook teria 901 milhões de usuários (TERRA, 2012). E neste tipo de mídia os hostels podem ser considerados fracos, em comparação a outros meios de hospedagem, e outros hostels que achamos ao pesquisar rapidamente na internet.

"O público também não gosta de monólogos. Interagir com ele nas redes sociais, por exemplo, com notícias, histórias e opiniões, gera um valor empático na pré venda, na venda e no pós venda." (Raphael Vasconcelos, 2018). Esta falta de interação foi vista nos hostels da cidade, eles não procuram ter interação constante com seus clientes digitais, não fazem tantas publicações de divulgação interna, ou externa, divulgando assim algo da cidade. E isto poderia ser resolvido facilmente com uma procura por parcerias, e por um pouco de estudo extra sobre o marketing digital e sobre as melhorias que uma boa atuação no mundo online pode trazer.

Em uma rápida conversa com o H1 foi descoberto que existe uma pessoa responsável sobre as mídias sociais que o hostel possui, e por procurar melhorias nelas, porém ele foi o único que mostrou um desenvolvimento interessante com relação a isto. Já com relação a atuação cultural, foi visto que o H2, o H3 e o H6, são os que procuram trazer pequenos eventos ao hostel, seja de uma amostra de Jazz, a mesas redondas. Nesta atuação mais cultural o H6 também possui um ponto de fácil visualização, ele transmite uma "Hospedagem Criativa", onde foca em mostrar a cultura do estado Paraibano de maneira bonita e elegante dentro do seu hostel.

No mundo das mídias sociais ligadas ao ramo hoteleiro, os potenciais viajantes querem encontrar as informações de maneira prática, ver vídeos de como tudo ocorre no meio

de hospedagem, se sentir lá antes de chegar, se tornando assim seus próprios agentes de viagens, e os hostels tem potencial para fazer eles se sentirem desta maneira.

De modo a finalizar a amostra das mídias dos hostels, o quadro a seguir faz um comparativo, onde consta algumas observações do modo como eles agem dentro das mídias sociais.

Quadro 7 – Comparação de atuação dos Hostels

Hostels	Observações de Destaque na Atuação
H1	É o que menos possui mídias sociais, e sua atuação é bem simples, eles não fazem atualizações constantes em suas páginas, e nem respondem as avaliações que eles recebem, não tendo assim, tanta interação com o cliente, e são pontos simples de melhorias.
H2	Possui 4 das mídias, porém, no facebook, ele não possui postagens relevantes e de atrativo ao cliente, talvez por estarem fechados no momento, já no instagram, é uma mídia de movimentação constante, pois eles fazem shows de Jazz e anunciam outros eventos que ocorrem em João Pessoa, porém melhorias simples podem ser aplicadas e fazer sua re-inauguração ser muito rica em presença online, trazendo vantagens para eles.
H3	É um dos que possui notas de avaliações bastante elevadas, assim como também a de localização, o que é ponto positivo para ele. Faz apresentações de Coco de Roda em seu próprio estabelecimento, e também busca a diversidade nas postagens, além que trás respostas significativas em alguns de seus comentários, estes que são de bastante elogios.
H4	O mais fraco em notas gerais, em seus comentários a desapontamento dos clientes com relação a pontos como limpeza e atendimento, o que é totalmente desgostoso para um futuro viajante. Além das melhorias na atuação dentro das mídias, a atuação presencial do hostel precisa de uma atualização e de melhorias simples de acordo com os comentários.
H5	O único que precisa de atualizações dentro de seu site, pois nele consta informações que não estão mais disponíveis ao se clicar. Porém é um dos que mais tem parcerias com outros eventos, trazendo aos clientes descontos promocionais e mostrando passeios culturais. Além de que é um hostel que também trás eventos acadêmicos, inclusive alguns são realizados no próprio hostel.
H6	Possui uma técnica de hospedagem criativa, trazendo diversidade ao setor de hostels na cidade. Trazendo decorações temáticas de períodos do ano. Também faz a divulgação de eventos culturais, e os promove, além de promover a interação cultural. O que é um ponto forte. E no facebook, é o que mais possui seguidores em sua página.
H7	Faz postagens simples, porém com frequência. Mas, nada de relevante e de convidativo ocorre em suas ideias de publicação.
H8	Trás postagens no instagram onde mostra as belezas da cidade de João Pessoa, e incentiva os clientes a curtir a cidade da melhor maneira. No facebook, é o hostel que mais apresenta resposta aos comentários de seus clientes, dando uma atenção especial a eles.
H9	Tem um padrão de site por ser associado a Hostelig International, nas mídias sociais, faz a divulgação do calendário cultural da cidade, e de artigos que mostram as vantagens de se hospedar em um hostel, incentivando a busca por eles.
H10	Tem um padrão de site por ser associado a Hostelig International, é bem parado em algumas de suas mídias. E no facebook, ele possui um padrão parecido com o H9, trazendo o mesmo estilo de publicações.

Fonte: Autor (2018)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da questão de pesquisa apresentada percebe-se que a utilização das mídias sociais nos hostels da cidade de João Pessoa podem ter melhorias, pois dentre eles, estas tecnologias não estão de uma maneira total implementada em suas atuações para o mercado e para maneiras de melhoria deles. Porém, ao alcançar uma interação maior junto destas mídias sociais, de maneiras não prejudiciais ao empreendimento, e difundir o que o hostel apresenta para quem vai até ele de maneira concreta, e isto transparecer para os potenciais viajantes eles, iram obter um crescimento individual satisfatório. Pois, as mídias estão para serem usufruídas e aproveitadas em seu máximo sem um custo elevado de gastos, e cheio de contribuições para quem a recebe de bom grado.

Estes resultados foram alcançados de maneira simples, e com inserção completa no mundo online, onde não se teve ida aos hostels. Vendo assim a maneira que eles estão inseridos nas mídias sociais. E descobrindo que de maneira geral, uma maior inserção na rede online para os clientes à procura dos seus serviços, eles vão cada vez mais transmitir a comodidade, rapidez e segurança que os viajantes buscam ao escolher seu meio de hospedagem através de pesquisas online.

5.1.Limitações da pesquisa

A baixa de artigos acadêmicos referente a mídias sociais e aos hostels, de maneiras separadas ou em conjunto, aliado a dificuldade de achar os nomes de autores de artigos encontrados em sites especializados em hotelaria.

5.2.Sugestões para Pesquisas Futuras

Sugere-se para essas pesquisas futuras: 1) Avaliação do interesse dos hostels nas mídias sociais; 2) Maneiras de ampliar o conhecimento dos hostels sobre as mídias sociais e digitais; 3) Analisar o comportamento dos viajantes que visam suas escolhas apenas de maneira online.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Nelson. **Hotel: Planejamento e Projeto**, 2000.

ALTERMANN, Dennis. **Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais?**, 2010. Disponível em: <<https://www.midiatismo.com.br/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>> Acesso em: 08 de abril de 2018.

APAJ, Associação Paulista de Albergues da Juventude. **A história dos Hostels**. Disponível em: <<http://www.alberguesp.com.br/historia.asp>> Acesso em: 02 de abril de 2018.

BELING, Fernanda. **As 10 maiores redes sociais - Atualizado**, 2018. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>> Acesso em: 20 de maio de 2018.

BLOG, Gazin Atacado. **O comportamento online de viajantes a lazer**, 2016. Disponível em: <<http://blog.gazinatacado.com.br/o-comportamento-online-de-viajantes-a-lazer/>> Acesso em: 11 de março de 2018.

BOOKERS, Hostel. **O que é um Hostel?**, 2013. Disponível em: <<https://pt.hostelbookers.com/blog/albergues/o-que-e-um-albergue/>> Acesso em: 02 de abril de 2018.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Porto Alegre: Paz e Terra, 1999.

Creswell, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**, 2007, (2a ed., L. de O. Rocha, Trad.). Porto Alegre: Artmed.

CRUZ, G. da.; GÂMDARA, J. M. G. **O turismo, a hotelaria e as tecnologias digitais**. Revista Turismo Visão e Ação, Itajaí, v.5, n.2, p.105-127. 2003.

DELOITTE. **Mídias sociais nas empresas: O relacionamento online com o mercado**. São Paulo, p. 1-20. 2010.

DELOITTE. **Métrica para mídias sociais**. São Paulo. 2012.

DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa**. 5. ed. Campinas: Autores Associados, 2002. (apud Manual De Artigo Científico (Mac) (Pós-Graduação) Disponível em: <<http://www.asmecpa.com.br/manuais/manuais/cientifico1.pdf>> Acesso em: 20 de maio de 2018.

DIAS, C. M. de M. Home awayfrom home - evolução, caracterização e perspectivas da hotelaria: um estudo compreensivo. Dissertação de mestrado, ECAUSP, 1990. (apud GONÇALVES, Luiz Cláudio. **Gestão Ambiental em Meios de Hospedagem**, 2004.

DUARTE, Vládir Vieira. **Administração de sistemas hoteleiros: conceitos básicos**. São Paulo: SENAC, 1996

AMAZONAS, Eny. **Raio X da Hotelaria Brasileira - As Redes Hoteleiras do Brasil - Volume I**, 2008.

ERHART, A. C.; BOHRER, J. O. **Serviços de Hotelaria Hospitalar: uma abordagem prática para implantação**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade do Sul de Santa Catarina. Florianópolis, 2007. Disponível em: <https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/3460/87418_Andreia.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 11 de junho de 2018.

FLAMMO. **Você Sabe a Importância da Presença Online para sua Empresa?**, 2016. Disponível em: <<https://flammo.com.br/blog/voce-sabe-a-importancia-da-presenca-online-para-sua-empresa/>> Acesso em: 10 de março de 2018.

GAROTTONI, B; ROXO, E. **Neuro propaganda**. Revista Super Interessante, e. 268, 2009. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/ciencia/neuro-propaganda>>. Acesso em: 08 de abril de 2018.

GONÇALVES, Luiz Cláudio. **Gestão Ambiental em Meios de Hospedagem**, 2004.

GONÇALVES, Leonardo Giovane Moreira; VIOLIN, Fabio Luciano. **A potencialidade das redes sociais na propagação de informações vinculadas ao turismo um estudo da fanpage**: “A arte do turismo e da Hotelaria”, 2015. Disponível em:

<<http://www.unoeste.br/site/enepe/2015/suplementos/area/Humanarum/Turismo/A%20POTENCIALIDADE%20DAS%20REDES%20SOCIAIS%20NA%20PROPAGA%C3%87%C3%83O%20DE%20INFORMA%C3%87%C3%95ES%20VINCULADAS%20AO%20TURISMO%20UM%20ESTUDO%20DA%20FANPAGE%20A%20ARTE%20DO%20TURISMO%20E%20DA%20HOTELARIA.pdf>> Acesso em: 06 de abril de 2018.

HOTELMARKETING.COM. **Ernst & Young on new ways of reaching hotel guests**, 2013.

Disponível em: <http://hotelmarketing.com/index.php/content/article/ernst_young_on_new_ways_of_reaching_hotel_guests>. Acesso em: 10 de abril 2018.

HOSTELTUR.COM. **Los hoteles pierden interés en las redes sociales como canal de ventas y marketing**. Disponível em: <https://www.hosteltur.com/110079_hoteles-pierden-interes-redes-sociales-como-canal-ventas-marketing.html> Acesso em: 11 de abril de 2018.

HOTEL MARKETING POINT, 2012; BOARIA, F.; RAYE, R. L; FELINI, A. (apud **Mídias Sociais: Uma Reflexão Sobre As Novas Ferramentas De Marketing Na Hotelaria**, 2013) Disponível em: <<http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/10.-M%C3%8DDIAS-SOCIAIS-UMA-REFLEX%C3%83O-SOBRE-AS-NOVAS-FERRAMENTAS-DE-MARKETING-NA-HOTELARIA.pdf>> Acesso em: 08 de abril de 2018.

INNOVATION, Internet. **História das Mídias Sociais**, 2013. Disponível em: <<https://www.internetinnovation.com.br/blog/midias-sociais-conceito-e-definicao/>> Acesso em: 10 de março de 2018.

PUBLITURIS. **Como as Novas Tecnologias Beneficiam os Hóspedes e os Hotéis**, 2013. Disponível em: <<https://www.publituris.pt/como-as-novas-tecnologias-beneficiam-os-hospedes-e-os-hoteis/>> Acesso em: 10 de março de 2018.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 3ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Frederica Hostel**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/frederica-hostel.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Bendito Hostel**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/bendito-hostel.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **CLH Suites João Pessoa**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/clh-suites-joao-pessoa.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Parahyba Hostel**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/parahyba-hostel.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Slow Hostel**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/slow-hostel-joao-pessoa.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Hostel Casa dos Girassóis**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/hostel-casa-dos-girassois.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Jampa Hostel**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/jampa-hostel.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Manaira Hostel**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/manaira-hostel.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

BOOKING.COM, Página do Booking.com. **Tambaú Hostel**. Disponível em: <<https://www.booking.com/hotel/br/tambau-hostel-albergue.pt-br.html>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Frederica Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/fredericahostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Bendito Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/benditohostel/>> Acesso em 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Oceania Ecologic Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/OceaniaEcoHostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Che Lagarto Hostel João Pessoa**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/Che-Lagarto-Hostel-Jo%C3%A3o-Pessoa-217104481831317/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Parahyba Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/hostelparahyba/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Slow Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/slowhostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Hostel Casa dos Girassóis**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/hostelcasadosgirassois/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Jampa Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/jampahostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Manaira Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/manairahostel1/>> Acesso em: 15 de maio 2018.

FACEBOOK, Página do Facebook. **Tambaú Hostel**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/tambauhostel/>> Acesso em: 15 de maio 2018.

GIRASSÓIOS, Hostel Casa dos. **Site Próprio**. Disponível em: <<https://www.hostelcasadosgirassois.com/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

HOSTEL, Frederica. **Site Próprio**. Disponível em: <<https://fredericahostel.com/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

HOSTEL, Che Lagarto. **Site Próprio**. Disponível em: <<https://www.chelagarto.com/pt/component/chelagarto/hostels/36-hostel-joao-pessoa>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

HOSTEL, Parahyba. **Site Próprio**. Disponível em: <<http://parahybahostel.com.br/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

HOSTEL, Slow. **Site Próprio**. Disponível em: <<http://www.slowhostel.net/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

HOSTEL, Tambaú. **Site Próprio**. Disponível em: <<http://hitambauhostel.com.br/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, Bendito Hostel. Disponível em: <<https://www.instagram.com/benditohostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, **Frederica Hostel**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/fredericahostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, **Slow Hostel**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/slowhostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, **Hostel Casa dos Girassóis.** Disponível em:
<<https://www.instagram.com/hostelcasadosgirassois/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, **Jampa Hostel.** Disponível em: <<https://www.instagram.com/jampahostel/>>
Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, **Manaíra Hostel.** Disponível em:
<<https://www.instagram.com/manairahostel/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, **Tambáú Hostel.** Disponível em:
<https://www.instagram.com/hi_tambauhostel/> Acesso em: 15 de maio de 2018.

INSTAGRAM, **Oceania Ecologic Hostel.** Disponível em:
<<https://www.instagram.com/atendimento.oceaniaeco/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review.** Frederica Hostel. Disponível em:
<https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d9743998-Reviews-Frederica_Hostel-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review.** Bendito Hostel. Disponível em:
<https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d13480208-Reviews-Bendito_Hostel-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review.** Che Lagarto HostelSuites João Pessoa. Disponível em:
<https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d6401108-Reviews-Che_Lagarto_Hostel_Suites_Joao_Pessoa-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em:
15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review.** Parahyba Hostel. Disponível em:
<https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d6616705-Reviews-Parahyba_Hostel-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review**. Slow Hostel. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d2673732-Reviews-Slow_Hostel_Hospedagem_Criativa-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review**. Hostel Casa dos Girassóis. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d7760666-Reviews-Hostel_Casa_dos_Girassois-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review**. Jampa Hostel. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d10046065-Reviews-Jampa_Hostel-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

HOSTEL, Manaíra. Site Próprio. Disponível em: <<http://himanairahostel.com.br/>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review**. Manaíra Hostel. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d2267784-Reviews-Manaira_Hostel-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TRIPADVISOR, **Hotel Review**. Tambaú Hostel. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303428-d6454493-Reviews-Tambau_Hostel-Joao_Pessoa_State_of_Paraiba.html> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TWITTER, **Parahyba Hostel**. Disponível em: <<https://twitter.com/ParahybaHostel>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TWITTER, **Manaíra Hostel**. Disponível em: <<https://twitter.com/manairahostel>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

TWITTER, **Tambaú Hostel**. Disponível em: <<https://twitter.com/Tambauhostel>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

YOUTUBE, **Canal do Che Lagarto.** Disponível em:
<<https://www.youtube.com/user/Chelagartohostels>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

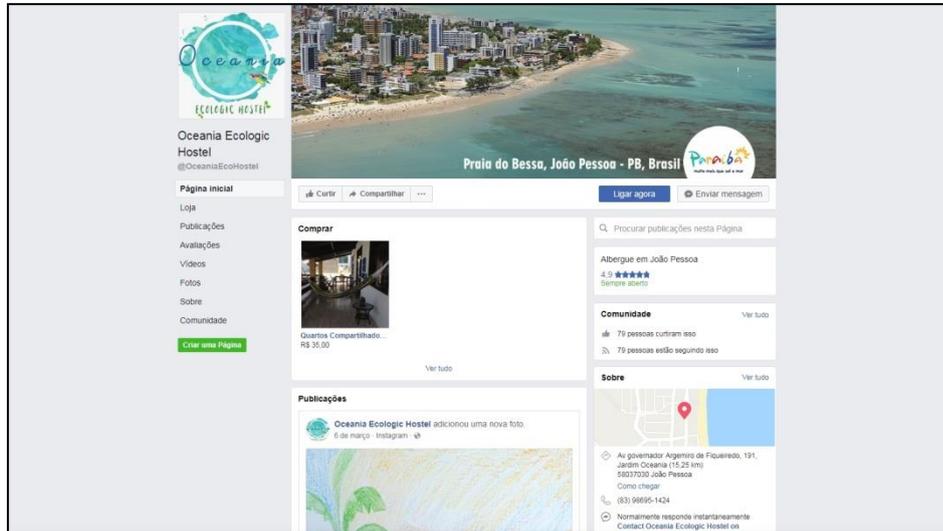
YOUTUBE, **Canal do Parahyba Hostel.** Disponível em:
<<https://www.youtube.com/channel/UC83TJ2J851Vl8wBiizB4fHQ>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

YOUTUBE, **Canal do Jampa Hostel.** Disponível em:
<https://www.youtube.com/channel/UC-8Ipxl-8uY37Umwh_0cCHw> Acesso em: 15 de maio de 2018.

YOUTUBE, **Canal do Tambaú Hostel.** Disponível em:
<<https://www.youtube.com/channel/UCbWEQuJAVaQ11s73EVsO9fQ>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

ANEXOS

A. Mídias Sociais do Oceania EcologicHostel



Página do Facebook.

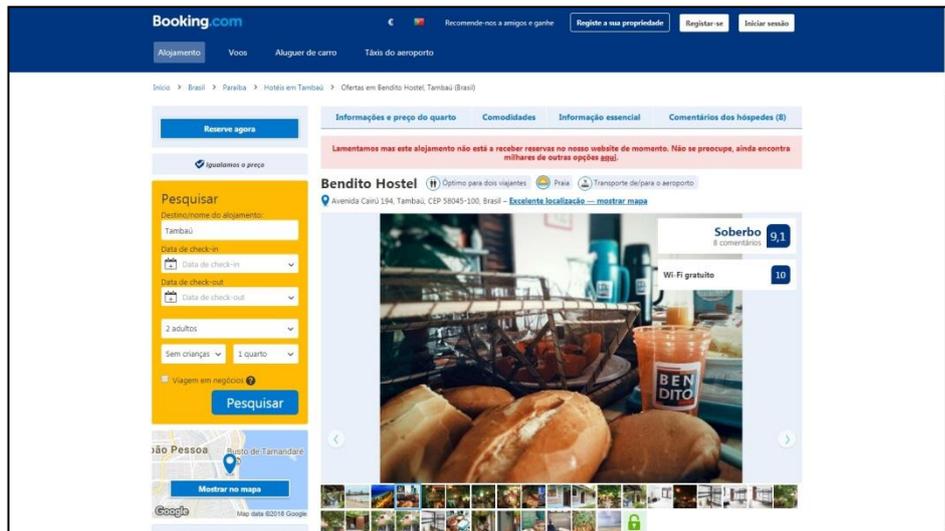


Página do Instagram.

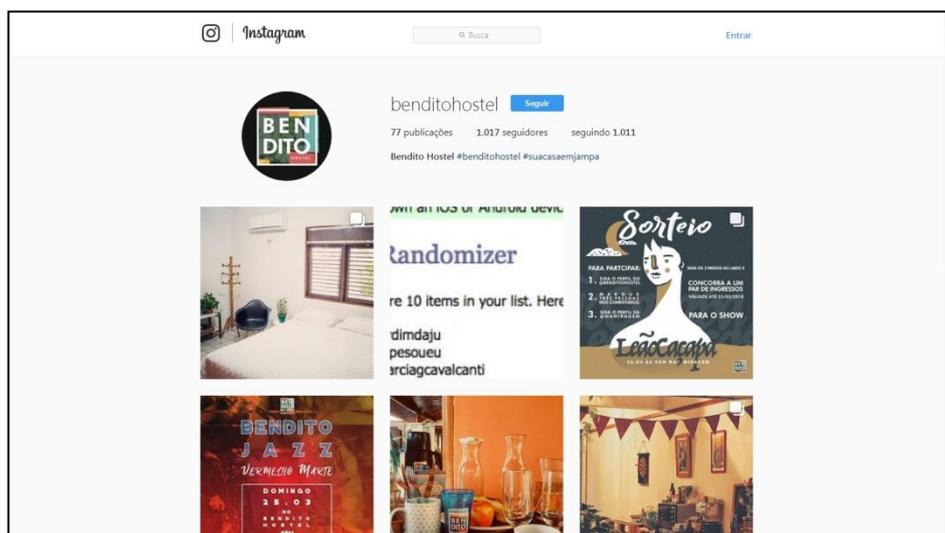
B. Mídias Sociais do Bendito Hostel



Página do Facebook.

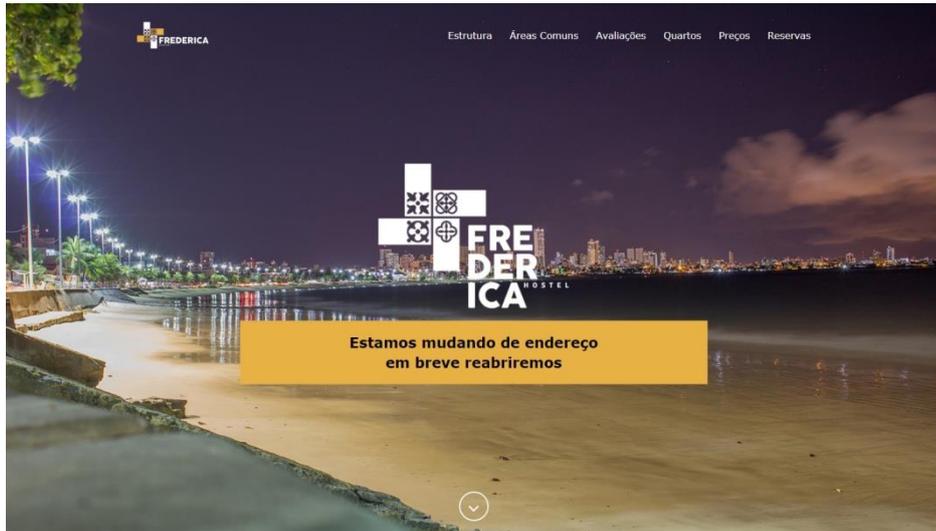


Página do Booking.com



Página do Instagram.

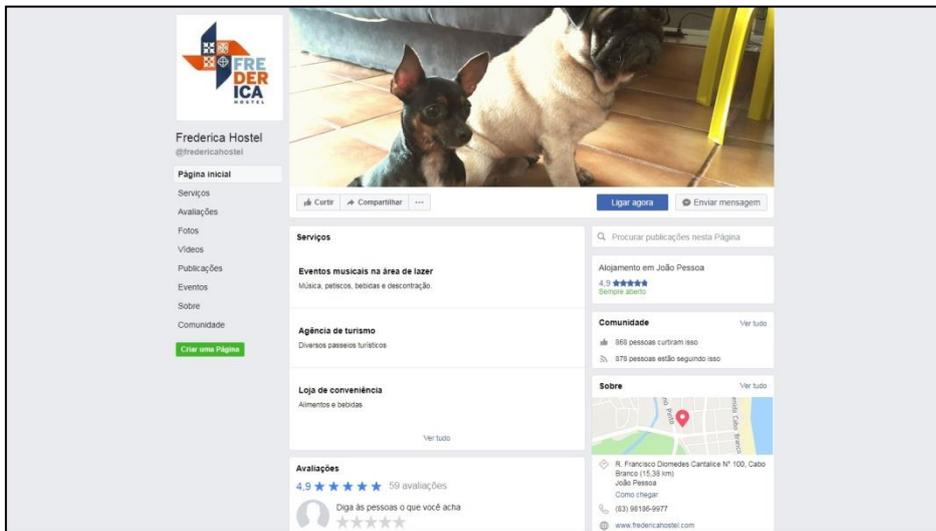
C. Mídias Sociais do FredericaHostel



Site Próprio - Foto 1.



Site Próprio - Foto 2



Página do Facebook.

The screenshot shows the Booking.com interface for Frederica Hostel. At the top, there are navigation tabs for 'Acomodações', 'Voos', 'Aluguel de carros', and 'Táxi (aeroporto)'. The main header includes the Booking.com logo and user options like 'Indique amigos e ganhe', 'Cadastre sua propriedade', 'Cadastre-se', and 'Login'. Below the header, there's a breadcrumb trail: 'Página Inicial > Brasil > Nordeste do Brasil > Paraíba > João Pessoa - hotéis > Ofertas de Frederica Hostel, João Pessoa (Brasil)'. A search bar on the left allows filtering by location, dates, and number of guests. The main content area features a 'Reservar agora' button, a 'Nós cobrimos o menor preço!' guarantee, and a 'Pesquisar' section with filters for destination, dates, and room type. A large photo gallery shows the hostel's interior, including a room with two beds and a bathroom. A review snippet from 'Juliana' is visible, praising the location and service. The overall rating is 9.3/10.

Página do Booking.com.

The screenshot shows the TripAdvisor listing for Frederica Hostel. The header includes the TripAdvisor logo and navigation options like 'Sobre João Pessoa', 'Hotéis', 'Aluguéis de temporada', 'Voos', 'Restaurantes', and 'O que fazer'. The main content area features a 'Preços mais baixos para sua estadia' section with a price comparison tool. Below this, there's a 'Visão geral' section showing a 4.5-star rating based on 17 reviews. A gallery of photos shows the hostel's outdoor seating area and interior rooms. The page also includes a 'Tem um minuto? Responda a 2 perguntas breves!' section with a 'Salvar' button.

TripAdvisorReview.

The screenshot shows the Instagram profile for fredericahotel. The profile header includes the Instagram logo, a search bar, and the 'Entrar' button. The profile name is 'fredericahotel' with a 'Seguir' button. The bio states: 'Frederica Hostel The perfect place to relax and make new friends! +55 83 9 8186-9977 fredericahotel@gmail.com Reservas também pelo Booking! fredericahotel.com'. The grid of posts includes a photo of a person sitting on a chair with the text 'Pq hoje é', a photo of the hostel's outdoor seating area, and several promotional graphics for events like 'COCO DE DONA OLGA' and 'Introdução à aromaterapia e cosmética natural'.

Página do Instagram.

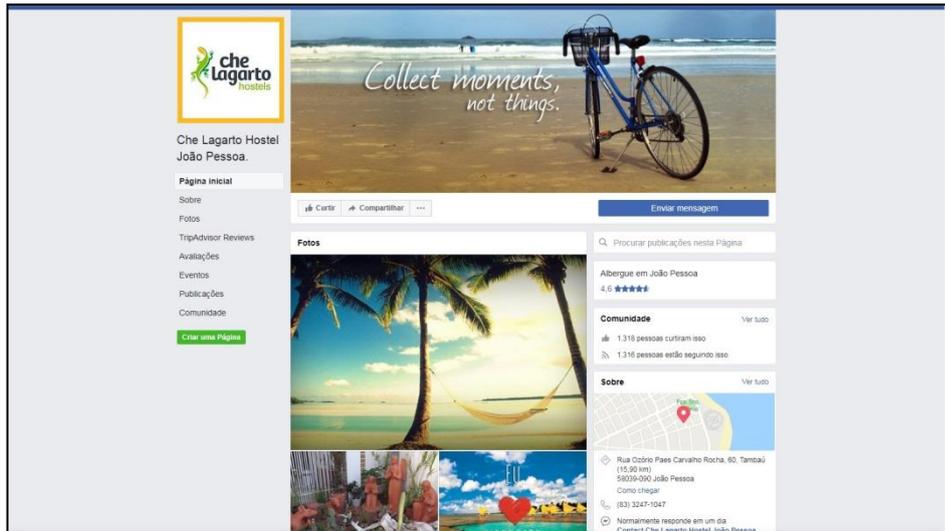
D. Mídias Sociais do Che Lagarto Hostel



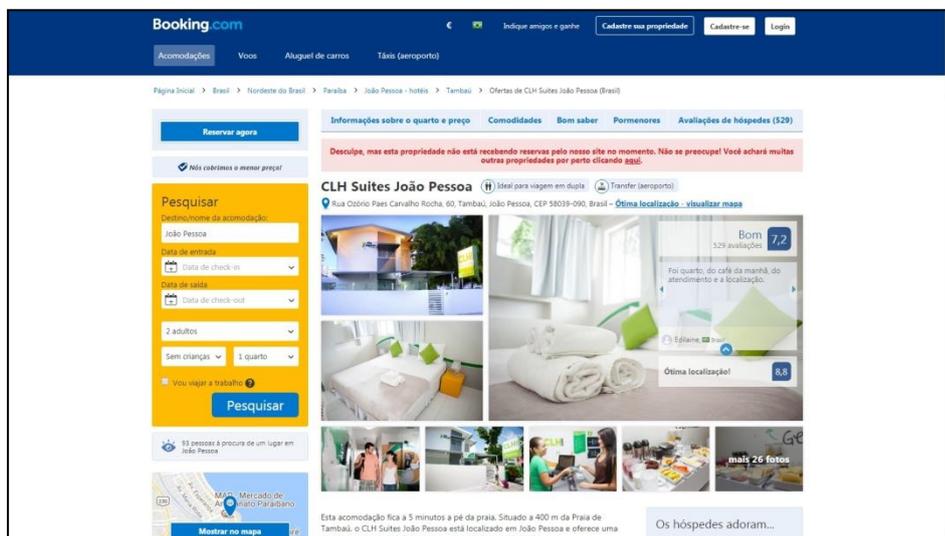
Site Próprio - Foto 1.



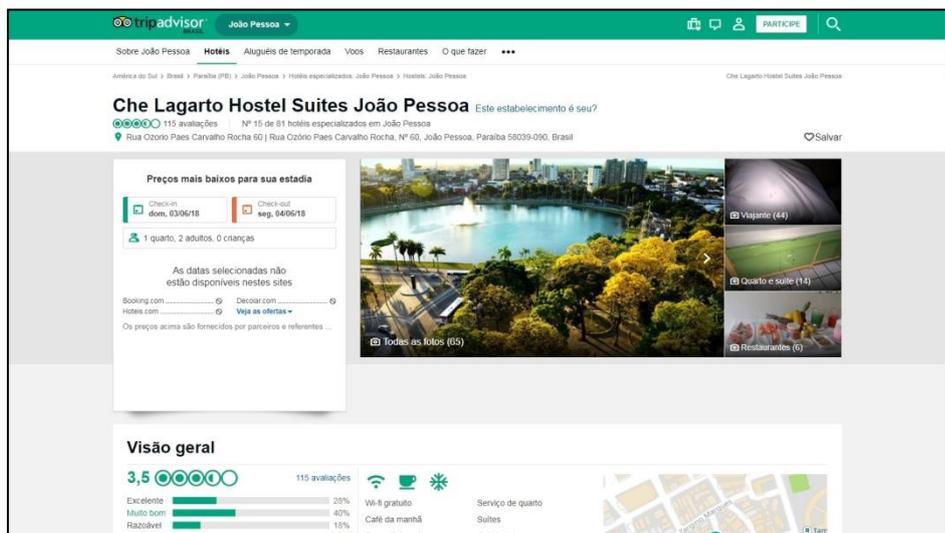
Site Próprio - Foto 2.



Página do Facebook.

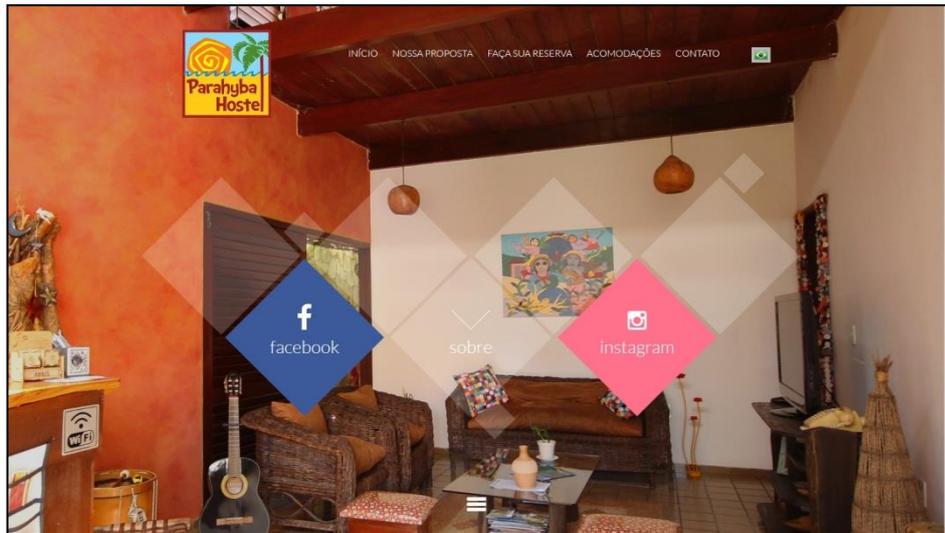


Página do Booking.com.



TripAdvisorReview.

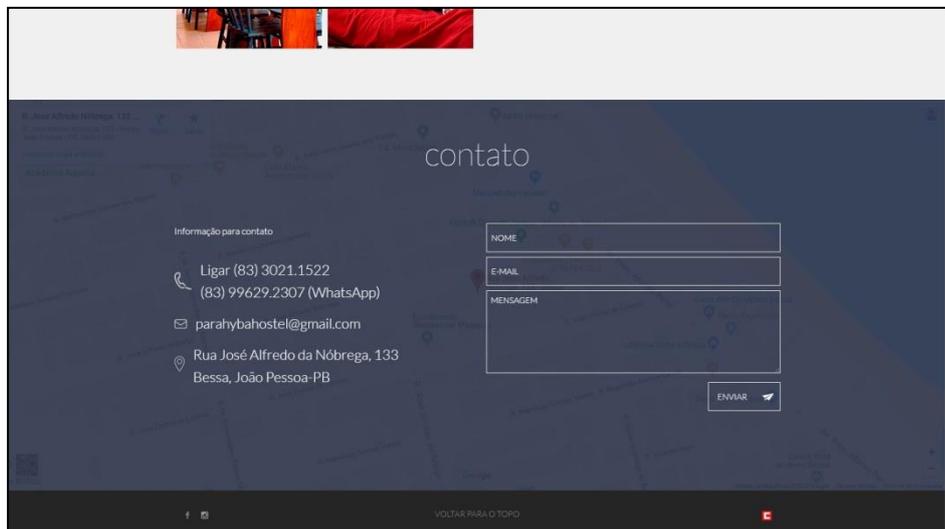
E. Mídias Sociais do ParahybaHostel



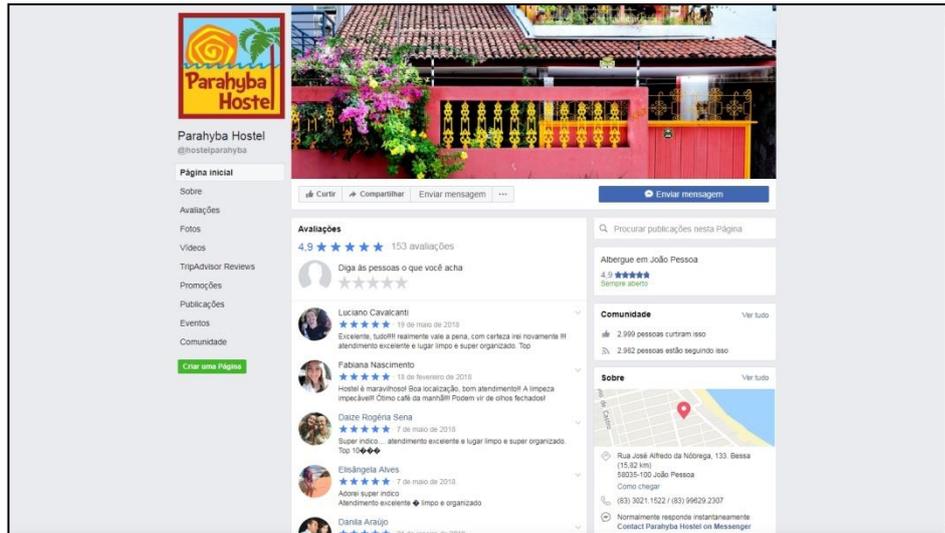
Site Próprio - Foto 1.



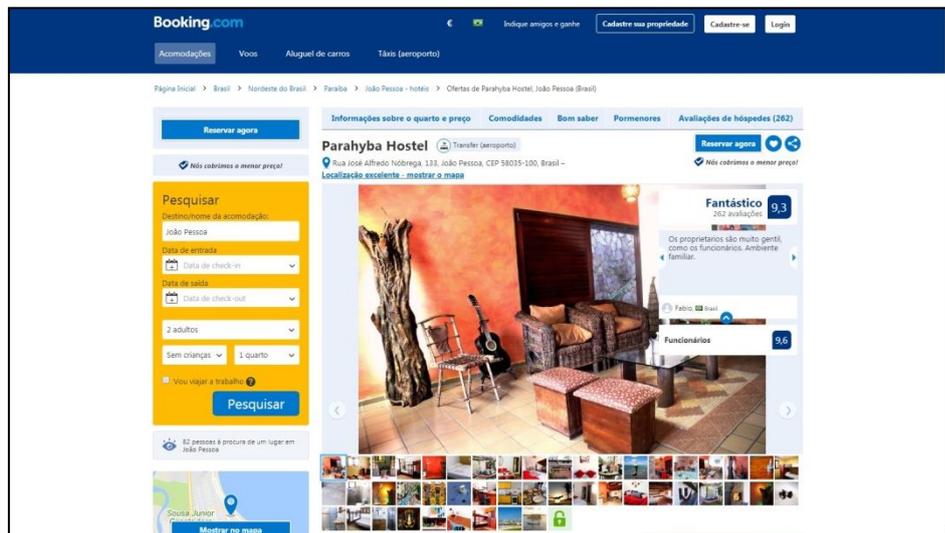
Site Próprio - Foto 2.



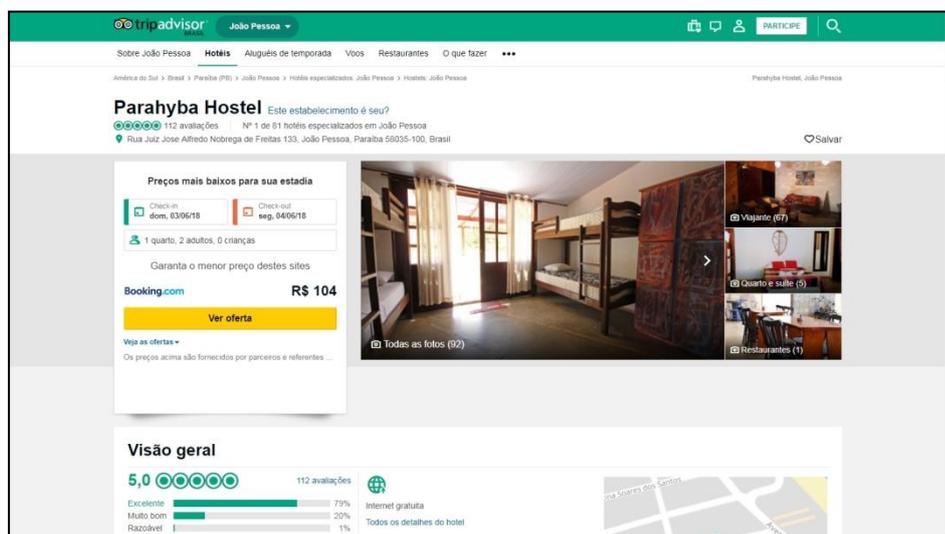
Site Próprio - Foto 3.



Página do Facebook.

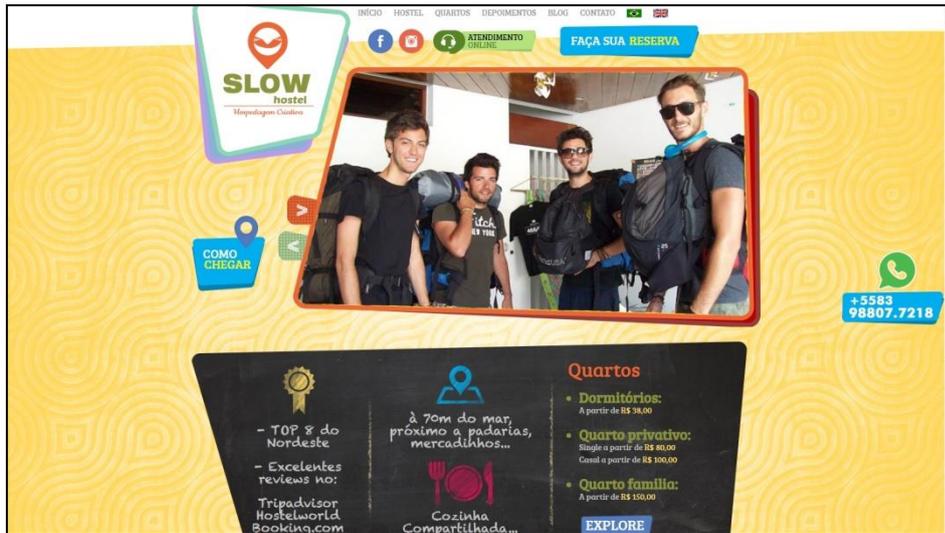


Página do Booking.com.

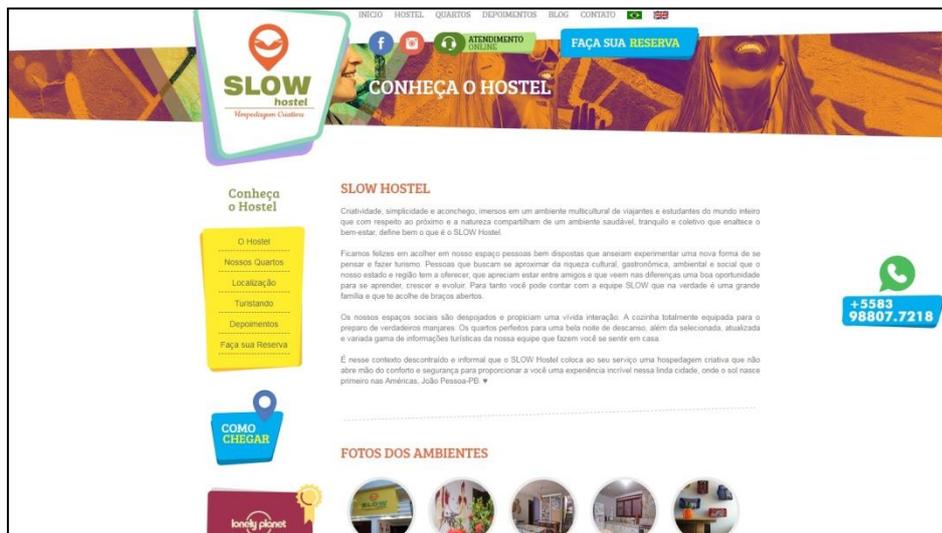


TripAdvisorReview.

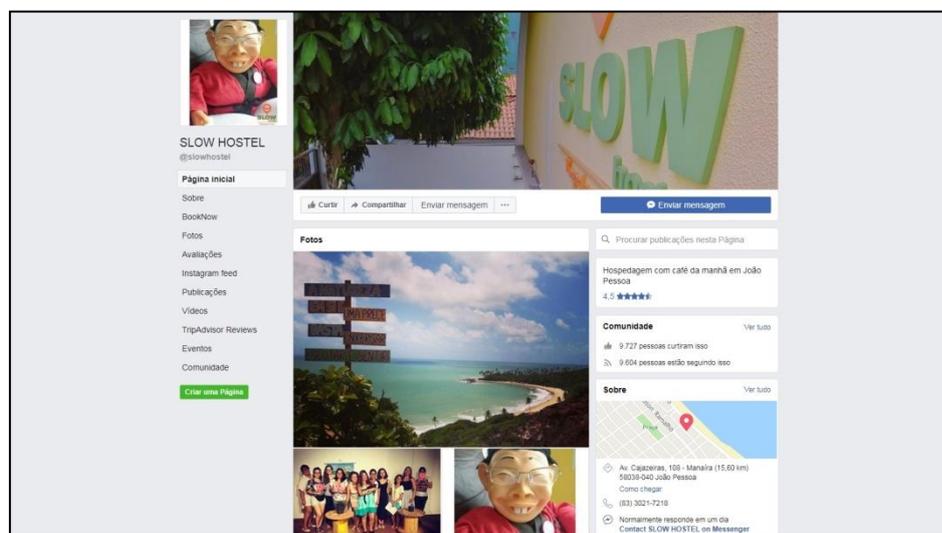
F. Mídias Sociais do SlowHostel



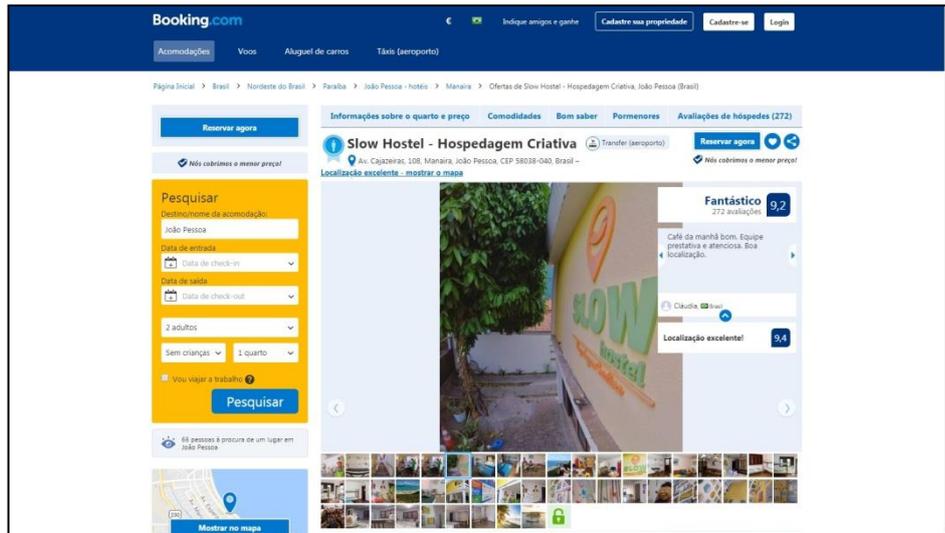
Site Próprio - Foto 1.



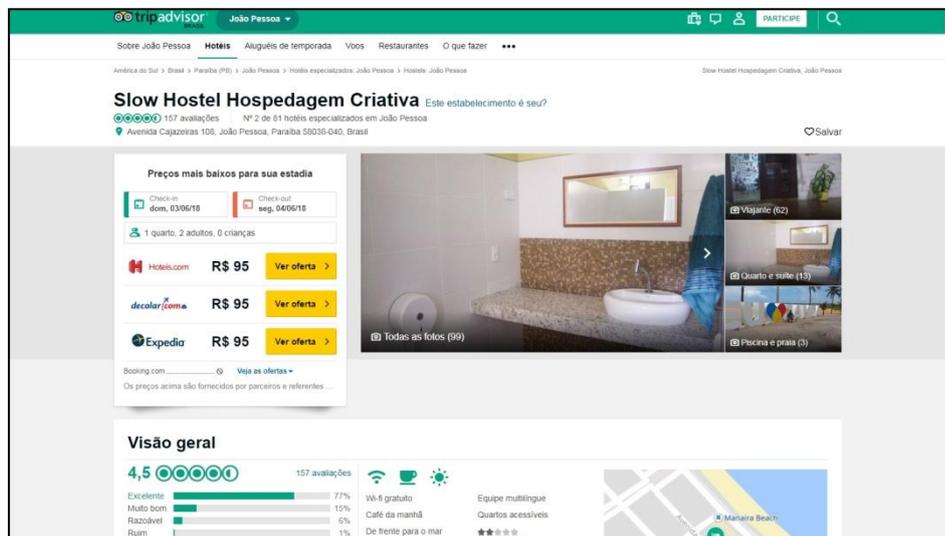
Site Próprio - Foto 2.



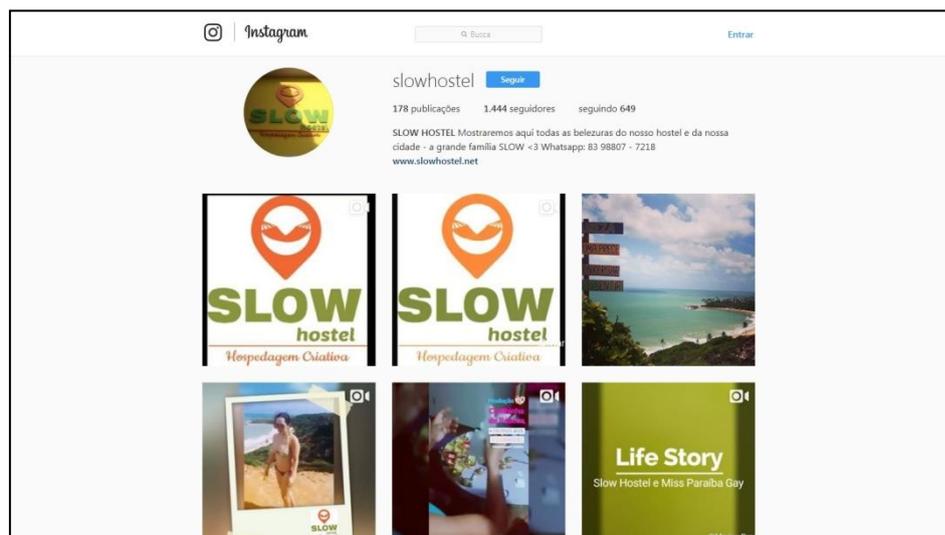
Página do Facebook.



Página do Booking.com.



TripAdvisorReview.

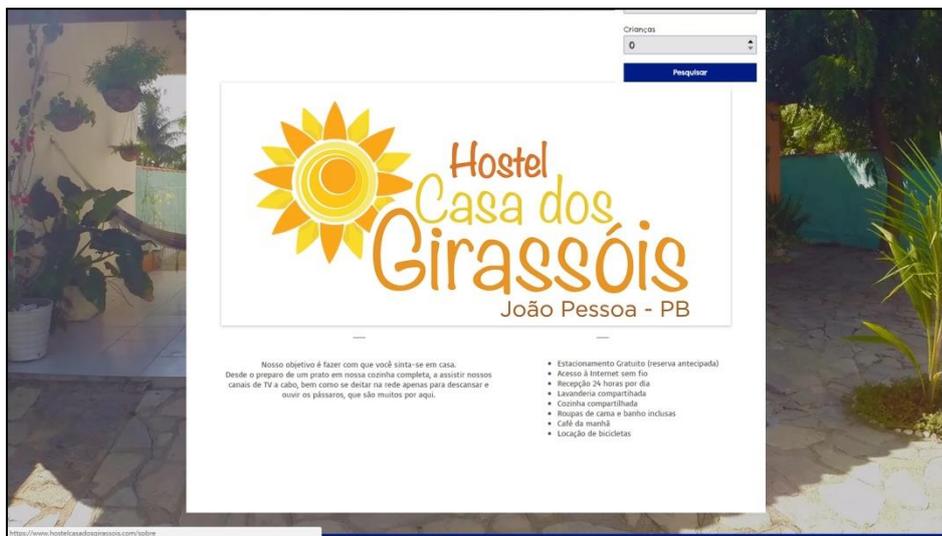


Página do Instagram.

G. Mídias Sociais do Hostel Casa dos Girassóis



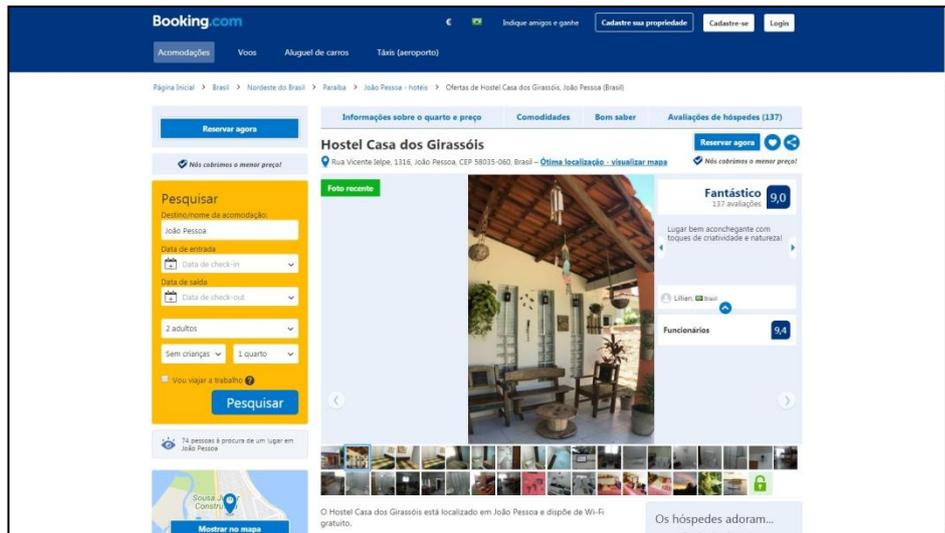
Site Próprio - Foto 1.



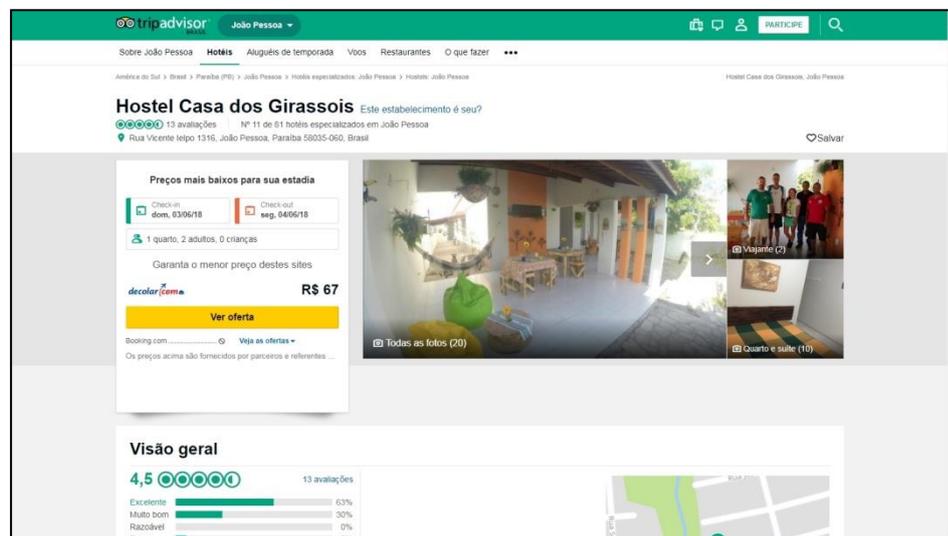
Site Próprio - Foto 2.



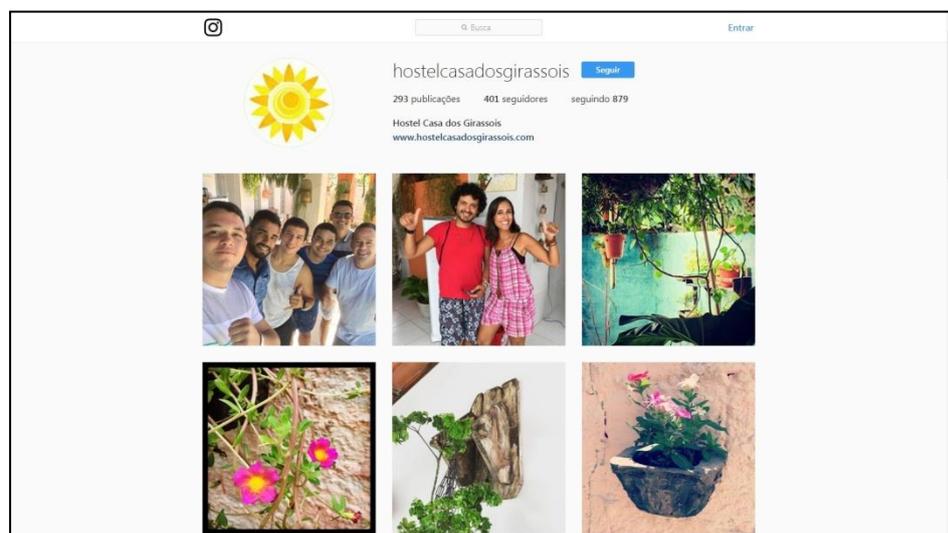
Página do Facebook.



Página do Booking.com

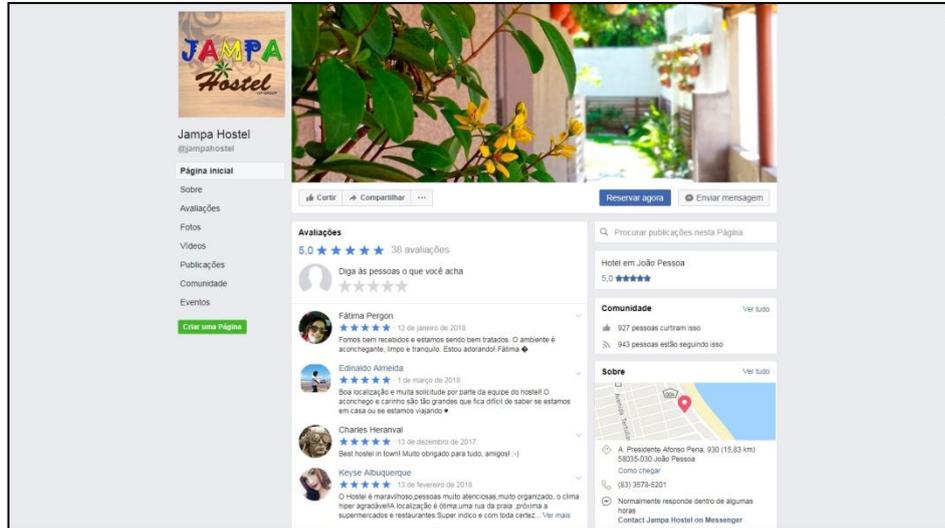


TripAdvisorReview.

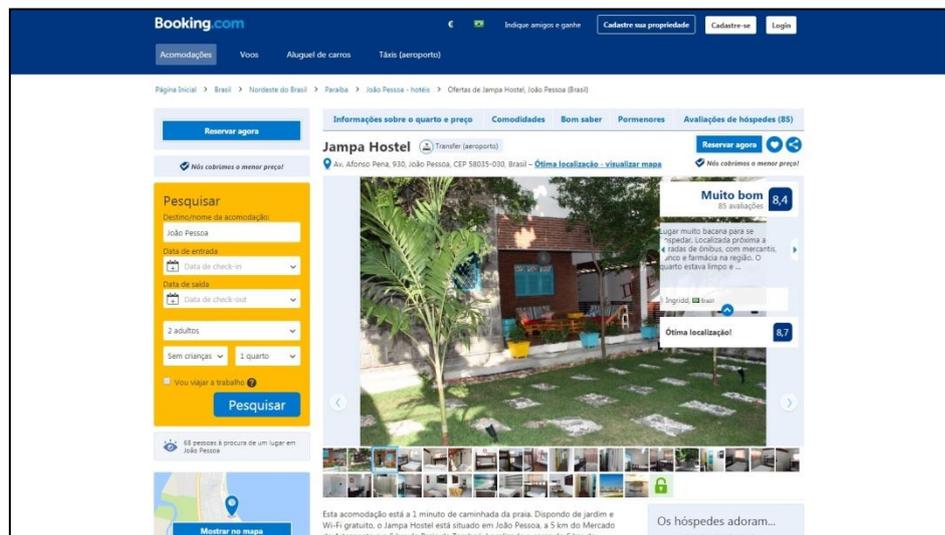


Página do Instagram.

H. Mídias Sociais do JampaHostel



Página do Facebook.



Página do Booking.com.

Jampa Hostel Este estabelecimento é seu?

10 avaliações Nº 20 de 81 hotéis especializados em João Pessoa
 Avenida Presidente Afonso Pena 930 | Bessa, João Pessoa, Paraíba 56035-030, Brasil

Preços mais baixos para sua estadia

Check-in: dom, 03/06/18 | Check-out: seg, 04/06/18
 1 quarto, 2 adultos, 0 crianças

Garanta o menor preço destes sites

Booking.com **R\$ 86**
 Ver oferta

Expedia.com.br | Decolar.com | Hotels.com | Veja as ofertas

Os preços acima são fornecidos por parceiros e referentes...

Visão geral

4,0 ★★★★☆ 10 avaliações

Excelente	40%
Muito bom	40%
Razoável	0%
Pouco bom	0%
Péssimo	0%

TripAdvisorReview.

jampahostel Seguir

143 publicações 1.255 seguidores seguindo 3.033

Jampa Hostel Av. Presidente Afonso Pena, 930 - bairro do Bessa, João Pessoa
 (83) 3578-5201 / 9 8190-7965 jampahostel@gmail.com

Grid of posts:

- Post 1: JAMPA Hostel Quartos Compartilhado para o fim de semana? Ainda temos vagas!!!
- Post 2: Woman in bikini on a beach.
- Post 3: Palm tree on a beach.
- Post 4: Beach scene with palm trees.
- Post 5: Interior view of a hostel room.
- Post 6: Graphic with text: KEEP CALM AND FLY TO JAMPA

Página do Instagram.

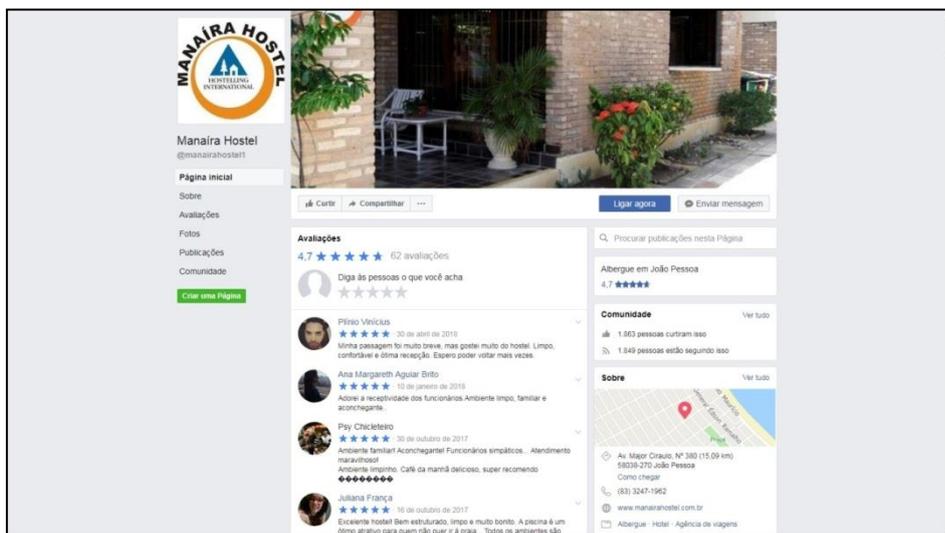
I. Mídias Sociais do Manaira Hostel



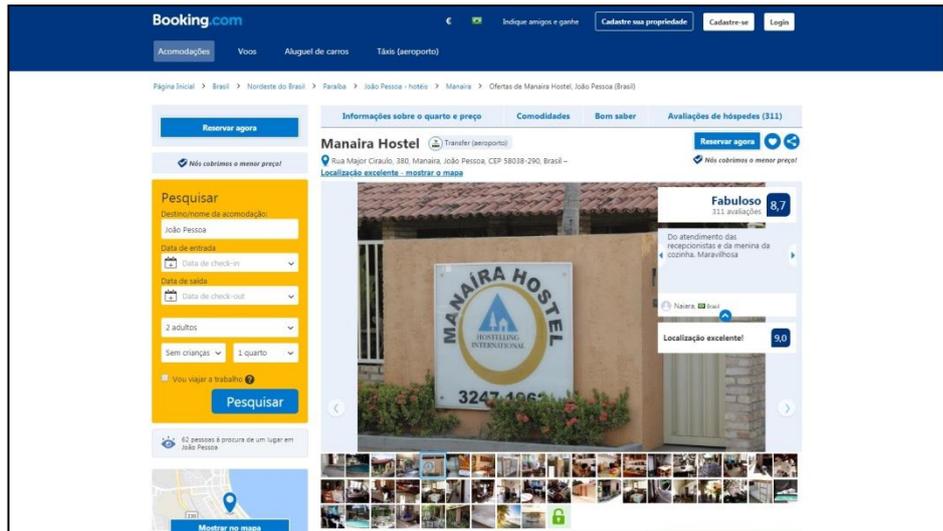
Site Próprio - Foto 1.



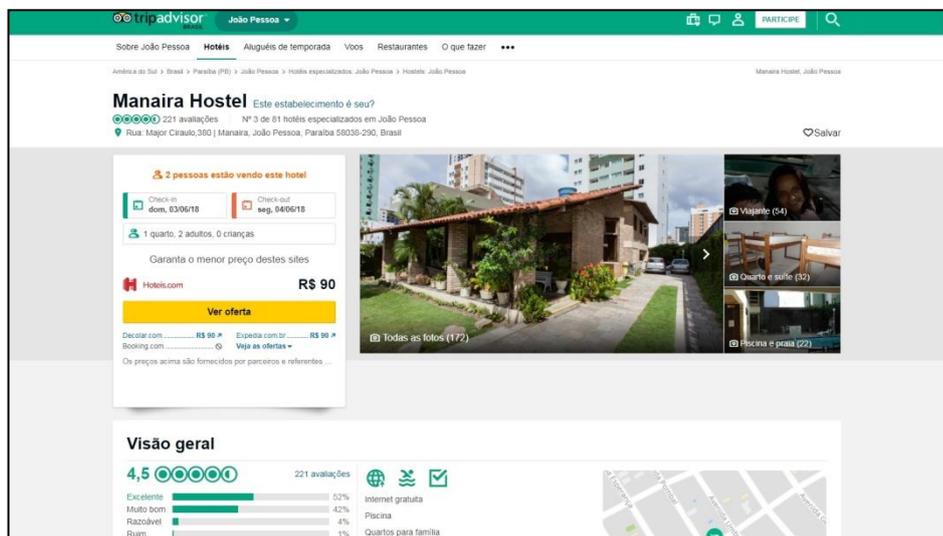
Site Próprio - Foto 2.



Página do Facebook.



Página do Booking.com.



TripAdvisorReview.



Página do Instagram.

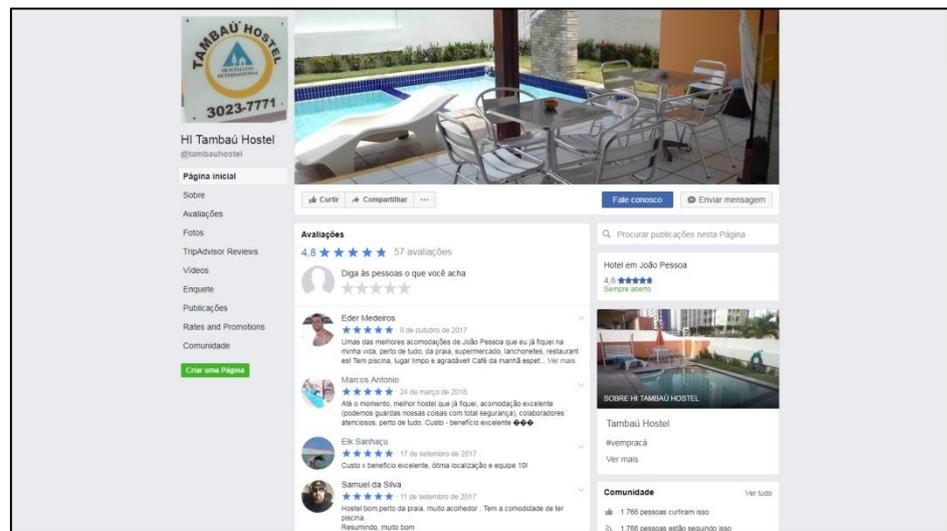
J. Mídias Sociais do Tambaú Hostel



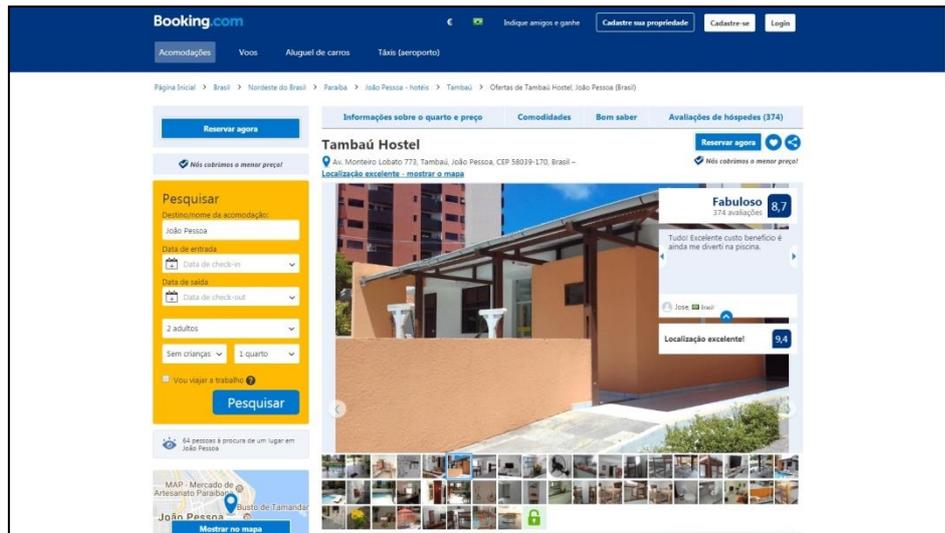
Site Próprio - Foto 1.



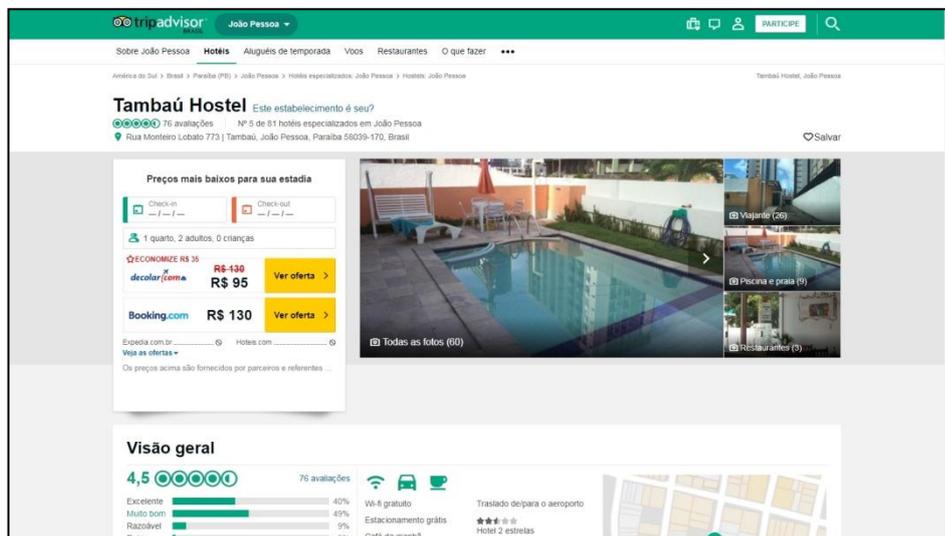
Site Próprio - Foto 2.



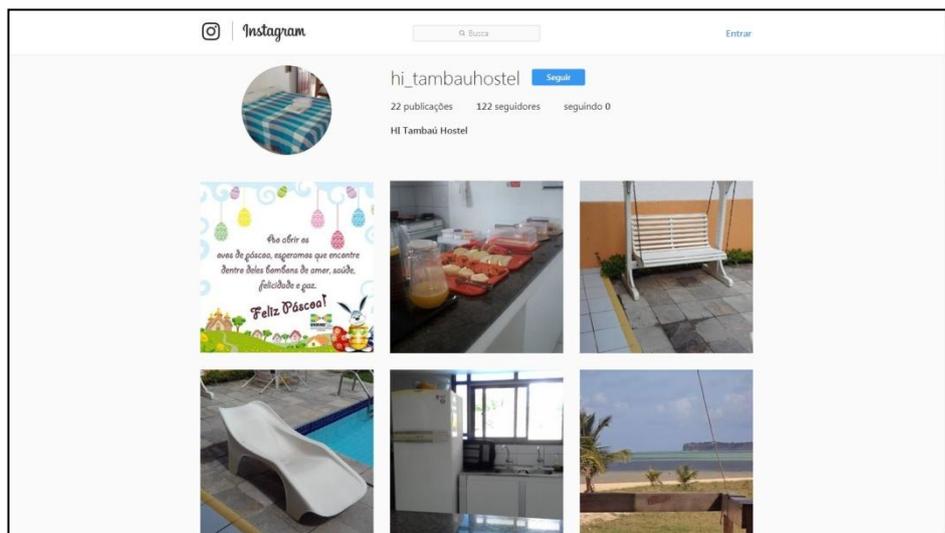
Página do Facebook.



Página do Booking.com



TripAdvisorReview.



Página do Instagram.