

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ – UNITAU

Douglas Gonçaze de Carvalho

**AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO
CONTEXTO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM NO MUNICÍPIO DE SÃO
LUÍS – MA**

Taubaté

2020

Douglas Gonçaze de Carvalho

**AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO
CONTEXTO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM NO MUNICÍPIO DE SÃO
LUÍS – MA**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do Título de Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional do Programa de Pós-Graduação em Administração do Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté

Área de Concentração: Planejamento, Gestão e Avaliação do Desenvolvimento Regional

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Viviane Fushimi Velloso

Coorientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Rigotti Vilela Monteiro

Taubaté

2020

**Ficha catalográfica elaborada pelo
SIBi – Sistema Integrado de Bibliotecas / UNITAU**

Carvalho , Douglas Gonçaze de

C331t

As Tecnologias da Informação e Comunicação no contexto dos meios de hospedagem no município de São Luís – MA / Douglas Gonçaze de Carvalho. – Taubaté, 2020.

141 f. , il.

Dissertação (mestrado) - Universidade de Taubaté, Departamento de Gestão e Negócios / Eng. Civil e Ambiental, 2020.

Orientador: Profa. Ma. Viviane Fushimi Velloso ; Coorientadora : Profa. Ma. Rita de Cássia Rigotti Vilela Monteiro, Departamento de Gestão e Negócios.

1. Gestão de negócios. 2. Planejamento regional. 3. Tecnologia da informação. 4. Hotéis. 5. Hospedagem. I.Título.

CDD – 658.4012

DOUGLAS GONÇAZE DE CARVALHO

As Tecnologias da Informação e Comunicação no contexto dos meios de hospedagem no município de São Luís - MA

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do Título de Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional do Programa de Pós-Graduação em Administração do Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté.

Área de Concentração: Planejamento, gestão e avaliação do desenvolvimento regional.

Data: ____/____/____

Resultado: _____

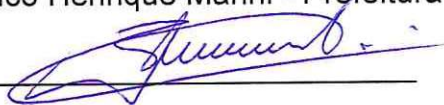
BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Viviane Fushimi Velloso - Universidade de Taubaté

Profa. Dra. Rita de Cássia Rigotti Vilela Monteiro - Universidade de Taubaté

Prof^a. Dr Edson Aparecida de Araujo Querido Oliveira - Universidade de Taubaté

Prof. Dr. Glauco Henrique Marini - Prefeitura Municipal de Taubaté (PMT)



AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela oportunidade, por iluminar o caminho até aqui provendo a perseverança necessária e por ter colocado em meu caminho pessoas dispostas a compartilhar tempo, conhecimento e experiência.

À minha esposa Joanyse, por toda paciência e apoio nesta trajetória.

À minha mãe, Maria Gonçalina, pelo exemplo de pessoa e pela educação que me foi dada, base para minha formação humana e profissional. À minha irmã, Daiany Francielly, por cada palavra de incentivo para que eu chegasse vitorioso até aqui.

À minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Viviane Fushimi Velloso, e à coorientadora, Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Rigotti Vilela Monteiro, por compartilharem comigo sua vasta experiência e conhecimento. Gratidão!

Ao Prof. Dr. Edson Aparecida de Araujo Querido Oliveira e ao Prof. Dr. Glauco Henrique Marini, pelas contribuições que ajudaram na finalização deste trabalho, o meu muito obrigado!

Aos colegas de trabalho do IFMA Campus Buriticupu, pelo apoio nesta jornada, e a todos os professores do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté, por todo aprendizado desta etapa da minha formação acadêmica.

RESUMO

As tecnologias da informação e comunicação têm provocado grandes impactos nas organizações em um contexto de mundo globalizado. O turismo, por sua vez, além de ser uma grande atividade econômica que figura entre as atividades que mais geram empregos, é o maior e o principal setor mundial em volume de negócios. Em termos de turismo, a cidade de São Luís, no Estado do Maranhão, conta com vasto repertório cultural, histórico e natural, mostrando-se atrativa para receber visitas de turistas do mundo inteiro, o que contribui para o fortalecimento do setor hoteleiro, da economia e do desenvolvimento da região. Nesse cenário de tecnologias e turismo, esta pesquisa sobre as tecnologias da informação e comunicação no contexto dos meios de hospedagem no município de São Luís, MA, teve como objetivo geral investigar os usos que tais formas de hospedagem fazem da tecnologia da informação e analisar a percepção dos gestores sobre os benefícios dessas tecnologias. A metodologia adotada baseou-se em uma concepção filosófica pós-positivista do tipo quantitativa e utilizou como estratégia a pesquisa de levantamento de dados, com a utilização de um questionário fechado como instrumento para sua coleta. A verificação dos dados ocorreu por meio de uma abordagem descritiva, seguida de uma análise de correlação de Spearman. Um dos resultados da pesquisa consistiu no mapeamento do perfil dos gestores ou representantes dos hotéis, do perfil do uso de TIC nas empresas participantes e da percepção dos respondentes quanto aos benefícios proporcionados pela utilização dessas tecnologias. Os objetivos deste trabalho foram atingidos e os resultados da pesquisa revelaram um amplo uso das tecnologias da informação e comunicação pelos meios de hospedagem. Constatou-se que a percepção dos respondentes sobre o potencial de benefícios que as TIC podem proporcionar no que tange às funções organizacionais das empresas foi, de forma geral, muito positiva. Por fim, foi possível identificar oportunidades para investimento de TIC em atividades de diversas funções organizacionais ainda pouco exploradas tecnologicamente, com potencial para inovação e criação de valor para os clientes.

Palavras-chave: Gestão de negócios. Planejamento regional. Tecnologia da informação. Hotéis. Hospedagem.

ABSTRACT

Information and communication technologies have had great impacts on organizations in a context of a globalized world. Tourism, in turn, in addition to being a major economic activity, being among the activities that generate the most jobs, is the largest industry in the world and the main world sector in terms of turnover. In terms of tourism, the city of São Luís, in the State of Maranhão, has a vast cultural, historical and natural repertoire, being attractive to receive visits from tourists from all over the world, which contributes to the strengthening of the hotel sector, the economy and development of the region. In this scenario of technologies and tourism, this research, on information and communication technologies in the context of lodging facilities in the city of São Luís / MA, aimed to investigate the uses that lodging facilities make of technology information and analyze the perception of managers about the benefits of these technologies. The methodology adopted was based on a post-positivist philosophical conception of the quantitative type, adopting as a strategy the research of data collection with the use of a closed questionnaire as an instrument for its collection. Data analysis was performed using a descriptive approach, followed by Spearman's correlation analysis. One of the results of the survey consisted of mapping the profile of the managers or representatives of the hotels, the profile of the use of ICT in the participating companies and the perception of the respondents regarding the benefits provided by the use of ICT. The objectives of this work were achieved, and the results of the research revealed a wide use of information and communication technologies by the means of accommodation. It was found that the perception of respondents about the potential benefits that ICT can provide with regard to the organizational functions of companies, was, in general, very positive. Finally, it was possible to identify opportunities for investment in ICT in some activities of various functions, little explored organizations in terms of application of ICT with potential for innovation and value creation for customers.

Keywords: Business management. Regional planning. Information technology. Hotels. Hosting.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Destaques da história do turismo	36
Figura 2 – Deslocamento de pessoas por n-motivos	38
Figura 3 – Visão sistêmica da viagem.....	39
Figura 4 – Setores da economia	42
Figura 5 – Turismo como setor de serviços	43
Figura 6 – Produto turístico	44
Figura 7 – Oferta turística.....	45
Figura 8 – Elementos de um projeto de pesquisa	62
Figura 9 – Estrutura do questionário	66
Figura 10 – Etapas do plano de coleta de dados	71
Figura 11 – Etapas da pesquisa.....	77

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Cargo dos respondentes.....	78
Gráfico 2 – Idade dos respondentes	79
Gráfico 3 – Sexo dos respondentes	80
Gráfico 4 – Escolaridade dos respondentes.....	81
Gráfico 5 – Tempo de vínculo com a empresa.....	81
Gráfico 6 – Tempo de atuação no cargo	82
Gráfico 7 – Tipo do meio de hospedagem	82
Gráfico 8 – Estrelas dos meios de hospedagem.....	83
Gráfico 9 – Tempo de atuação da empresa no mercado	83
Gráfico 10 – Número de funcionários.....	84
Gráfico 11 – Treinamento para os funcionários em Tecnologia da Informação	85
Gráfico 12 – Unidades habitacionais	85
Gráfico 13 – Quantidade de leitos	86
Gráfico 14 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Produção/Serviço	87
Gráfico 15 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Comercial/ <i>Marketing</i>	87
Gráfico 16 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Materiais/Logística	88
Gráfico 17 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional Financeira	88
Gráfico 18 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Recursos Humanos.....	89
Gráfico 19 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional do Jurídico Legal	90
Gráfico 20 – Computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários	90
Gráfico 21 – <i>Notebooks</i> da empresa para uso dos funcionários.....	91
Gráfico 22 – <i>Software</i> para o controle de reservas	92
Gráfico 23 – A organização possui um <i>site</i> próprio?	92
Gráfico 24 – Computadores de mesa da empresa para uso dos clientes	93
Gráfico 25 – <i>Notebooks</i> da empresa para uso dos clientes	93

Gráfico 26 – Meios para fazer reservas	94
Gráfico 27 – Opinião sobre o potencial de benefícios que podem ser proporcionados pelo uso das tecnologias de informação e comunicação nas funções organizacionais	95
Gráfico 28 – Recursos apresentados nos <i>websites</i>	122

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Fatores de difusão	21
Quadro 2 – Indicadores de difusão das tecnologias da informação e comunicação .	23
Quadro 3 – Abordagens conceituais para Dados.....	24
Quadro 4 – Abordagens conceituais para Informação	25
Quadro 5 – Abordagens conceituais para Conhecimento	26
Quadro 6 – Definições de tecnologia da informação	28
Quadro 7 – Funções organizacionais	34
Quadro 8 – Definição de Turismo.....	37
Quadro 9 – Definição de Economia.....	40
Quadro 10 – Definição dos setores econômicos	41
Quadro 11 – Impactos econômicos	46
Quadro 12 – Características dos tipos de meio de hospedagem segundo a SBClass	50
Quadro 13 – Tipos de hospedagem e suas categorias	50
Quadro 14 – Tipo de hospedagem mais usado.....	52
Quadro 15 – Meios de reservas utilizados	52
Quadro 16 – Avaliação do serviço turístico de hospedagem	53
Quadro 17 – Cursos dos <i>campi</i> IFMA de São Luís	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Intensidade dos coeficientes de Spearman positivos e negativos	73
Tabela 2 – Apresentação de cargos por idade	79
Tabela 3 – Resultado do teste estatístico de normalidade	97
Tabela 4 – Resultado do teste de correlação de Spearman.....	98
Tabela 5 – Número de computadores de mesa disponibilizados aos funcionários, por número de estrelas.....	99
Tabela 6 – Número de computadores para uso de funcionários por escolaridade..	100
Tabela 7 – Número de computadores para uso de funcionários por tempo de vínculo com a empresa.....	101
Tabela 8 – Tempo de vínculo com a empresa por escolaridade	102
Tabela 9 – Número de computadores para uso dos funcionários por tempo de atuação no cargo atual.....	103
Tabela 10 – Tempo da empresa no mercado por tempo no cargo atual	104
Tabela 11 – Número de funcionários por número de estrelas deste meio de hospedagem.....	105
Tabela 12 – Número de estrelas do estabelecimento por Sexo do respondente	106
Tabela 13 – Número de estrelas do estabelecimento por Tempo de vínculo com a empresa	106
Tabela 14 – Número de funcionários por Idade do respondente.....	107
Tabela 15 – Número de funcionários por Escolaridade.....	107
Tabela 16 – Número de funcionários do estabelecimento por Tempo de atuação do respondente no cargo atual.....	108
Tabela 17 – Número de funcionários por Tempo de vínculo com a empresa	109
Tabela 18 – Tempo de vínculo do respondente com a empresa por Idade do respondente	109
Tabela 19 – Tempo de vínculo do respondente com a empresa por Sexo do respondente	110
Tabela 20 – Tempo de vínculo do respondente com a empresa por Tempo de atuação do respondente no cargo atual	111
Tabela 21 – Número de funcionários do estabelecimento por Unidades habitacionais do estabelecimento	112

Tabela 22 – Unidades habitacionais do estabelecimento por Idade do respondente	112
Tabela 23 – Unidades habitacionais do estabelecimento por Sexo dos respondentes	113
Tabela 24 – Número de unidades habitacionais dos estabelecimentos por Escolaridade dos respondentes	113
Tabela 25 – Número de unidades habitacionais dos estabelecimentos por Tempo de vínculo do respondente com a empresa	114
Tabela 26 – Número de Unidades habitacionais do estabelecimento por Tempo de atuação do respondente no cargo atual	114
Tabela 27 – Número de computadores para uso de funcionários por Número de funcionários da empresa	115
Tabela 28 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Sexo do respondente	116
Tabela 29 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Escolaridade do respondente.....	117
Tabela 30 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Tempo de vínculo do respondente com a empresa	117
Tabela 31 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Tempo de atuação do respondente no cargo atual.....	118
Tabela 32 – Área comercial ou <i>marketing</i> por Qualidade dos serviços.....	119
Tabela 33 – Recursos humanos por Jurídico Legal	120
Tabela 34 – Recursos apresentados nos <i>websites</i>	121

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Problema	15
1.2 Objetivos	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Delimitação do Estudo	16
1.4 Relevância do Estudo	16
1.5 Organização da Dissertação	17
2 REVISÃO DA LITERATURA	18
2.1 O Contexto das TIC na Sociedade Contemporânea	18
2.2 A Difusão das TIC e Indicadores Determinantes da Difusão	21
2.4 O Impacto das TIC no Contexto Organizacional	24
2.5 Funções Organizacionais e Tecnologia da Informação	33
2.6 Economia do Turismo	35
2.7 Hotelaria	46
2.8 SBClass, Cadastur e ABIH-MA	49
2.9 Perfil do Turista que visita São Luís	51
2.10 O Município de São Luís – MA	53
2.11 Dimensão Social do Território	53
2.12 Dimensão Econômica do Território	55
2.13 Dimensão Cultural do Território	55
2.14 Dimensão Humana do Território	57
2.15 Dimensão Natural do Território	59
2.16 Dimensão Institucional	60
3 MÉTODO	62
3.1 Tipo de Pesquisa	62
3.2 Área de Realização	63
3.3 População e Amostra	64
3.4 Instrumento de Coleta de Dados	65
3.5 Plano para Coleta de Dados	69
3.6 Plano para Análise de Dados	71

3.6.1 Análise Descritiva	72
3.6.2 Análise de Correlação ou Associação	72
3.7 Análise de Conteúdo	73
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	78
4.1 Análise de Frequência das Respostas	78
4.2 Análise de Correlação	96
4.2.1 Verificação de Normalidade da Amostra	96
4.2.2 Análise do Coeficiente de Spearman	98
4.2.2.1 Correlação: Número de estrelas deste meio de hospedagem e número de computadores para funcionários	99
4.2.2.2 Correlação: Idade e Tempo de atuação da empresa no mercado	103
4.2.2.3 Correlação: Número de funcionários e número de estrelas deste meio de hospedagem.....	105
4.2.2.4 Correlação: Número de funcionários e Tempo de vínculo com a empresa.....	108
4.2.2.5 Correlação: Número de funcionários e Número de unidades habitacionais.....	111
4.2.2.6 Correlação: Número de funcionários e Número de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários	115
4.2.2.7 Correlação: Área comercial ou marketing e Qualidade dos serviços .	118
4.2.2.8 Correlação: Recursos Humanos e Jurídico Legal	119
4.3 Análise de conteúdo dos <i>websites</i> dos hotéis	120
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
REFERÊNCIAS.....	126
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	131
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	132
APÊNDICE B – Autorização para pesquisa.....	137
APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO	138
APÊNDICE D – TERMO DE COMPROMISSO	140

1 INTRODUÇÃO

Diante dos avanços tecnológicos da sociedade contemporânea, torna-se imprescindível considerar o papel primordial da informação e das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). A constatação da importância das TIC perpassa o fato de que as redes de computadores, especialmente a Internet, estão alcançando todas as áreas da economia e da sociedade (CASTELLS, 2009). Assim, as TIC podem ser consideradas um dos principais meios de promoção do progresso social, uma vez que “[...] têm papel central tanto para a ampliação de processos de participação da sociedade, desde fiscalizadora à propositora de melhorias na gestão dos territórios [...]” (GIARETTA; DI GIULIO, 2017, p. 162).

A perspectiva de Castells (2009) demonstra que incorreram, sobre os aspectos sociais, tecnológicos, econômicos e culturais, várias transformações importantes que trouxeram como resultado o surgimento de uma nova forma de sociedade. Assim, as TIC podem ser consideradas uma das colunas de sustentação contemporânea da sociedade em rede, que se estabelece na era da informação ou era do conhecimento.

Schwab (2016), que insere as TIC em um contexto mais amplo, denominado quarta revolução industrial, acredita que ainda haverá mais transformações importantes e afirma que “[...] estamos no início de uma revolução que alterará profundamente a maneira como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos”. (SCHWAB, 2016, p. 14). Sendo assim, as TIC também podem ser úteis quanto às transformações socioespaciais, na medida em que, delas, podem ser extraídos insumos para interpretação e compreensão da realidade (SILVA, 2015).

Diante da importância das novas tecnologias da informação e comunicação no contexto de reconfiguração da realidade do trabalho e, conseqüentemente, dos negócios, o presente estudo foi realizado na cidade de São Luís, capital do Estado do Maranhão, em empresas de prestação de serviços de hospedagem, especificamente os hotéis, hotéis fazenda, pousadas, cama e café, resort, hotel histórico e flat / apart-hotel.

Os serviços de hospedagem fazem parte do setor de prestação de serviços que, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é a

principal atividade econômica de São Luís, MA. Em 2017, o IBGE apontou que o setor de serviços representou 49,1% do produto interno bruto do município. Assim, busca-se descrever o uso da tecnologia da informação e analisar a percepção que o gestor possui a respeito dos impactos da tecnologia em seu empreendimento.

Para tanto, a amostra desta pesquisa constitui-se de representantes das empresas que fazem parte da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão (ABIHMA).

1.1 Problema

As TIC estão constantemente evoluindo e, de forma cada vez mais acelerada, estão transformando a sociedade e revolucionando os negócios empresariais. A problematização que emerge desse cenário, em especial no contexto empresarial dos meios de hospedagem, é determinar qual seja o alinhamento da cadeia hoteleira de São Luís, considerando as transformações sociais. Compreende-se que os avanços tecnológicos da informação e da comunicação provocaram alterações nas operações e ofertas de serviços no setor de hospedagem para que este pudesse entrar em sintonia com o mundo virtual, de clientes conectados.

Nesse contexto, o presente estudo se propõe a responder às seguintes questões: qual o uso das tecnologias da informação no município de São Luís, MA, pelo setor de prestação de serviços em hospedagem, e qual a percepção dos gestores sobre os benefícios dessas tecnologias?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Investigar o uso da tecnologia da informação pelos meios de hospedagem e analisar a percepção dos gestores sobre os benefícios dessas tecnologias.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para que o objetivo geral seja alcançado, é necessário definir alguns objetivos específicos, descritos a seguir:

- Delimitar os tipos de influência que as tecnologias podem promover nas empresas, nos níveis estratégico, tático e operacional.
- Descrever os tipos de benefícios alcançados pelo uso das tecnologias, nos níveis organizacionais estratégico, tático e operacional.
- Verificar os recursos tecnológicos utilizados e os benefícios percebidos pelos gestores dos meios de hospedagem do município de São Luís, MA, por função organizacional.

1.3 Delimitação do Estudo

O presente estudo limitou-se a coletar, entre os meses de maio a julho de 2019, por meio de questionário fechado, dados sobre o uso das tecnologias da informação nas empresas do setor de prestação de serviços de hospedagem e sobre a percepção dos gestores no que concerne aos benefícios dessas tecnologias.

A pesquisa foi realizada no município de São Luís, estado do Maranhão, em empreendimentos denominados meios de hospedagem, mais especificamente hotéis, hotéis fazenda, pousadas, cama e café, resort, hotel histórico e flat / apart-hotel. Assim, esta pesquisa busca descrever o uso das tecnologias da informação e analisar a percepção do gestor sobre os seus benefícios.

1.4 Relevância do Estudo

Segundo dados do IBGE, a cidade de São Luís apresentou, em 2016, um PIB *per capita* de R\$ 26.179,47, sendo que a atividade econômica na categoria de serviços revela-se, desde o ano de 1999, a mais expressiva quando comparada às atividades da indústria e da agropecuária. Os meios de hospedagem, que são o foco deste trabalho, encontram-se na categoria de atividade econômica de serviços que, conforme o IBGE, superaram a marca de R\$ 14 bilhões somente em São Luís no ano de 2016. Por sua vez, a indústria e a agropecuária registraram, naquele mesmo ano, em valores aproximados, R\$ 5 bilhões e R\$ 21 milhões, respectivamente.

Diante da importância das TIC, este trabalho visa descrever seu uso e seus benefícios nas atividades das funções organizacionais das empresas que atuam no setor de prestação de serviços de hospedagem em São Luís, MA.

O conhecimento obtido com o desenvolvimento desta pesquisa poderá identificar necessidades ou deficiências e oportunidades, além de prover às empresas do setor de prestação de serviços de hospedagem do município estudado, resultados que podem apontar possíveis melhorias nos processos de negócio por meio da utilização das tecnologias de informação e comunicação, contribuindo, assim, para o desenvolvimento da região.

1.5 Organização da Dissertação

Este trabalho de pesquisa está dividido em cinco seções. A primeira é a Introdução, cujas subseções abordam a apresentação do problema, dos objetivos, da delimitação do estudo, da relevância e da organização da dissertação.

A segunda seção consiste na revisão de literatura, constituindo a fundamentação teórica do estudo, abordando temas e conceitos relacionados à tecnologia da informação, à gestão, ao desenvolvimento, ao turismo e à hospedagem.

A terceira seção trata do método utilizado para a coleta e análise dos dados; na sequência, a quarta seção apresenta os resultados encontrados após os procedimentos de análise dos dados.

Por fim, as considerações finais são apresentadas na quinta e última seção.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção, são abordados autores e seus estudos sobre os temas relacionados à presente pesquisa, configurando o referencial teórico deste trabalho.

2.1 O Contexto das TIC na Sociedade Contemporânea

A sociedade contemporânea é considerada a sociedade da informação e do conhecimento, pois se insere em um contexto em que todos os indivíduos têm a possibilidade de acessar, produzir e compartilhar informação instantaneamente, para o mundo todo (CASTELLS, 2009).

Segundo Silva (2015), que se baseou no estudo de diversos autores, compreende-se que a sociedade moderna encontra-se na era tecnológica, também conhecida como território informatizado, aldeia global, era das telecomunicações, sociedade da informática, mercado informacional e era da informação. Tais termos, criados para caracterizar a sociedade contemporânea, colaboram para enfatizar o destaque que têm tanto a informação quanto as tecnologias pelas quais trafega ao ser coletada, processada e redistribuída.

No setor de turismo, por exemplo, a informação possui, reconhecidamente, um importante papel para o turista, que necessita de maiores detalhes sobre um destino de viagem no que se refere a aspectos como hospedagem, transporte e alimentação, entre outros (O'CONNOR, 2001).

Quanto mais a sociedade obtém acesso às tecnologias da informação e comunicação, mais é levada a transformações. Percebe-se o surgimento e o crescimento de um espaço que, embora virtual, complementa-se com o real, viabilizando o exercício de relações sociais dos mais variados tipos (VELLOSO, 2014).

As tecnologias da informação e comunicação, que evoluem e inovam constantemente, apresentam como resultado novos tipos de relações sociais; estas, por sua vez, promovem uma significativa produção e circulação de dados passíveis de coleta e processamento, por meio de técnicas e ferramentas, como a gestão de relacionamento *on-line* com o cliente (*e-CRM*) e a mineração de dados pelas organizações empresariais, que podem impulsionar a atualização ou a inovação a

partir de preferências e tendências identificadas no setor.

Tem-se, portanto, a necessidade de um olhar especial sobre as TIC na história das evoluções tecnológicas. Desde o surgimento do computador, houve uma ruptura de paradigma: o analógico deu lugar ao digital e alterou a referência do espaço-tempo. As tecnologias da informação e comunicação estabeleceram uma referência de agilidade e instantaneidade, impulsionando o desenvolvimento de itens que vão desde ferramentas até plataforma de interações, um espaço onde se pode viver (PACHECO, 2001).

Esse espaço-tempo virtual não surgiu de repente, mas no decorrer da evolução tecnológica computacional, sendo potencializado com o surgimento das redes de computadores e da *web*, até chegar a um momento em que:

Não existe mais questionamento sobre o fato de que a sociedade já não consegue funcionar sem o computador e que as transformações sociais e econômicas operadas pelas novas tecnologias estão ocorrendo em uma escala e com uma aceleração bastante superior às demais revoluções tecnológicas vivenciadas no passado (PACHECO, 2001, p. 35)

Percebe-se, portanto, que não se trata apenas de uma abertura ou da criação de um espaço-tempo virtual para onde as pessoas se deslocam, saindo do mundo real: trata-se da constatação de que as novas tecnologias da informação e comunicação afetaram e ainda afetam sobremaneira a vida em sociedade no mundo real. Verifica-se, a partir das transformações sociais, econômicas e culturais, uma profunda e acelerada dependência da tecnologia.

Nesse contexto, considera-se a ampliação das possibilidades administrativas de realizações no setor hoteleiro, tais como reservas, *check-in*, *check-out* e pagamento *on-line*. Aplicativos do setor aumentam a oferta de hospedagem por terceiros, permitindo novos entrantes no setor de hospedagem; além disso, o maior número de aplicativos próprios pode aproximar os clientes.

Com o surgimento da Internet e a facilidade de acesso à infraestrutura de TIC, indivíduos "[...] com bom domínio das ferramentas digitais, apresentam-se ativamente nas comunidades e grupos de relacionamentos. Mais participativos, opinam e reivindicam seus direitos" (VELLOSO, 2014, p. 81). Pode-se dizer, então, que as novas tecnologias não apenas mudaram as formas de interação social, mas também a intensidade ou a frequência interacional. Percebe-se, portanto, o

surgimento de um novo perfil de cidadão.

Verifica-se o delinear de um empoderamento dos interlocutores, que até então eram vistos e tratados como receptores passivos de informações e normas preestabelecidas. Como produtor de conteúdos e informações, esse interlocutor apresenta-se fortalecido e, por isso, mais ativo e participativo. (VELLOSO, 2014, p. 81)

Um exemplo da influência das TIC sobre as pessoas e as organizações incide sobre o modo de comunicação entre os indivíduos, anteriormente realizada de forma verbal ou impressa. Essa alteração no modo de comunicação se reflete nas organizações, que não estão à margem desse contexto. Dessa forma, o surgimento de uma tecnologia provoca alterações no comportamento social dos indivíduos, as alterações se refletem no ambiente organizacional e, por vezes, pode ser necessário passar por uma conformação, regida por normativas e/ou regras internas (VELLOSO, 2014).

Um caso muito conhecido é o do *Bring Your Own Device* (BYOD), “[...] um dos aspectos da consumerização de TI em que novas tecnologias de informação, que surgem inicialmente no mercado de consumo, propagam-se nas empresas” (LAUDON; LAUDON, 2014, p. 152). Popularmente conhecido como “traga seu próprio dispositivo”, o BYOD permite que os funcionários utilizem seus próprios dispositivos eletrônicos, como *smartphones*, *tablets* e *notebooks* nas atividades organizacionais. As empresas podem decidir por implementar o BYOD ou não, ao mesmo tempo em que baixam seus custos com a aquisição de tecnologias (LAUDON; LAUDON, 2014).

Por outro lado, o BYOD, com a autorização do uso de equipamentos pessoais pelos colaboradores, trouxe preocupações adicionais para as organizações no que diz respeito à segurança da informação. Este e outros temas relativos à sociedade atual e, por conseguinte, às empresas, no que concerne aos seus processos organizacionais de abordagem dos prazeres e das armadilhas do uso de dispositivos pessoais no ambiente de trabalho, são destacados por Laudon e Laudon (2014).

Esta seção discorreu sobre a relação entre a sociedade e as tecnologias da informação e comunicação sob o âmbito do indivíduo e das organizações. Conforme menção anterior, trata-se de uma relação cada vez mais estreita e, como será abordado novamente na seção posterior, as organizações não estão isentas de uma relação intrincada com as tecnologias da informação e comunicação.

2.2 A Difusão das TIC e Indicadores Determinantes da Difusão

A decisão de inovar processos por meio da aplicação de tecnologias da informação e comunicação causa impactos econômicos e sociais, destacando a importância da realização de estudos sobre a difusão dessas tecnologias. Nesse sentido, Tigre (2002) chama a atenção para:

No caso da difusão das tecnologias da informação, a rapidez das mudanças resulta na necessidade de conduzir estudos de caráter eminentemente empírico, baseados na análise comparativa de indicadores quantitativos e qualitativos. (TIGRE, 2002, p. 7)

Pode-se destacar que a tecnologia da informação possui dois aspectos, um físico e outro não físico. Por isso, uma investigação não deve se restringir apenas à contagem de equipamentos de TIC, mas também abordar sua oferta e sua demanda, buscando, assim, uma compreensão do que pode afetar a adoção e a difusão dessas tecnologias (TIGRE, 2002).

Legey (1998 *apud* Tigre, 2002) apresenta quatro fatores condicionantes para a adoção e a difusão das TIC, como apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Fatores de difusão

Fator	Descrição
Complementaridade	As tecnologias se encadeiam, fornecendo suporte ou habilitando umas às outras, e envolvem complementos de natureza organizacional e comercial
Inovações organizacionais internas	Trata-se de questões como mudanças e resistência a mudanças, aceitação da adoção de novas tecnologias, alteração da zona de conforto, promoção de capacitação, etc.
Complexidade tecnológica	Está relacionada à originalidade ou ao grau de inovação e variedade das tecnologias, considerando sua complexidade tecnológica, incertezas e riscos, além da possibilidade de dependência de um único fornecedor da tecnologia a ser adotada e do descompasso de ritmo que pode existir entre a capacidade da oferta e a capacidade de absorção da demanda por determinada tecnologia
Relacionamento	Relacionamento entre usuários e fornecedores. Muitas vezes, uma tecnologia não depende apenas do fornecedor, mantendo-se associada também aos usuários que irão interagir com ela, justificando, assim, a necessidade de sua capacitação ou qualificação

Fonte: Adaptado de Tigre (2002)

Para conduzir estudos de caráter eminentemente empírico sobre a difusão das tecnologias da informação, existe o modelo DIRF. Segundo Tigre (2012), esse modelo trabalha com variáveis a serem coletadas e analisadas, que são

determinantes da difusão da tecnologia; tais variáveis são a direção, o ritmo, os impactos e os fatores DIRF:

- Direção: esta variável indica para onde estão indo as tecnologias, ou seja, identifica uma tendência.
- Ritmo: diz respeito à disponibilidade de tecnologias e à velocidade de sua adoção pelos diversos mercados.
- Fatores: motivos que influenciam positivamente ou mesmo negativamente o processo de difusão.
- Impactos: potencial para gerar resultados sobre o desenvolvimento econômico e social, por meio da produtividade e da qualidade agregadas pela adoção das tecnologias de informação.

Para medir objetivamente o grau de difusão das tecnologias de informação e comunicação, faz-se necessário o uso de indicadores existentes e de outros que se referem ao levantamento dentro de um determinado contexto do potencial de difusão, que sejam baseados na infraestrutura física e social (TIGRE, 2002).

A infraestrutura de telecomunicações disponível fornece o alicerce para a difusão das tecnologias de informação e comunicação. Portanto, indicadores que apontem dados situacionais, como a teledensidade (número de telefones fixos por 100 habitantes), a linha digital e a telefonia celular, entre outros, são importantes para mensurar essa disseminação (TIGRE, 2002).

São também indicadores importantes o acesso à infraestrutura de informática (*hardware* e *software*), o acesso à Internet e ao comércio eletrônico, a capacitação tecnológica e o nível educacional, além de fatores culturais, renda, regulação, custos e proteção da privacidade, entre outros.

Há ainda um ponto a ser destacado para a realização de estudos de difusão das tecnologias da informação e comunicação em empresas:

Com relação aos indicadores de uso empresarial, sua importância está associada ao fato de a Internet ser uma das molas propulsoras da chamada “nova economia”, oferecendo oportunidades para o crescimento, a produtividade e a competitividade das empresas. (TIGRE, 2002, p. 23)

O Quadro 2, a seguir, apresenta as variáveis a serem investigadas para cada empresa.

Quadro 2 – Indicadores de difusão das tecnologias da informação e comunicação

Indicador	Descrição
Parque computacional	Número e tipo de equipamentos de TIC instalados
Acesso à Internet	Número de empresas com acesso à Internet
Usuários de Internet	Número de funcionários que acessam a Internet
Custo de Internet	Custo de acesso à Internet
Domínios	Número de domínios registrados na Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)
Linhas telefônicas	Infraestrutura de Internet por <i>Assymetrical Digital Subscriber Line</i> (ADSL)
Internet a rádio	Infraestrutura de Internet por radiofrequência
Capacitação de usuário	Formação educacional para uso das TIC
Suporte técnico	Existência de suporte ao uso de tecnologias da informação e comunicação
Usuário de celular	Número de funcionários que usam telefonia móvel
<i>Website</i>	Número de empresas com <i>website</i>
Comércio eletrônico	Número de empresas com transações <i>on-line</i> .
Investimento em TIC	Valor de investimento em TIC (<i>hardware, software</i> , treinamento, serviços)
Aplicações <i>web</i>	Número de empresas que utilizam sistemas <i>on-line</i>
Segurança da informação	Número de empresas que aplicam ferramentas e ou políticas de segurança

Fonte: Adaptado de Tigre (2002)

Cabe salientar que o indicador Parque computacional compreende um desdobramento de variáveis, como equipamentos de impressão, equipamentos de rede de computadores, computadores de mesa, *notebooks* e *tablets*, entre outros.

Esta seção abordou a propagação das TIC e seus indicadores, considerando a importância do tema quanto aos impactos econômicos e sociais advindos das tomadas de decisão para a automatização e a inovação de processos. A seção seguinte apresenta os impactos das tecnologias da informação e comunicação no contexto organizacional.

2.4 O Impacto das TIC no Contexto Organizacional

Segundo O'Connor (2001, p. 13), “[...] a informação tem, reconhecidamente, uma grande importância para o turismo”. Contudo, para compreender o impacto das tecnologias da informação e comunicação no contexto organizacional, é necessário determinar o que são dados, informação e conhecimento, elementos primordiais para o pleno funcionamento de toda e qualquer organização, seja pública ou privada, grande ou pequena.

No Quadro 3 são apresentadas algumas definições de “dados”, segundo seus respectivos autores.

Quadro 3 – Abordagens conceituais para Dados

Definição	Referência
O dado é um conjunto de letras, números ou dígitos que, tomado isoladamente, não transmite nenhum conhecimento, ou seja, não contém um significado claro. Pode ser entendido como um elemento da informação. Pode ser definido como algo depositado ou armazenado.	Rezende (2016, p. 34)
Dados são fatos brutos que descrevem as características de um evento ou objeto.	Baltzan (2016, p. 8)
[...] são sequências de fatos ainda não analisados, representativos de eventos que ocorrem nas organizações ou no ambiente físico, antes de terem sido organizados e dispostos de forma que as pessoas possam entendê-los e usá-los.	Laudon e Laudon (2014, p. 13)
Dados seriam os fluxos de fatos brutos e isolados, ou descrições primárias dos objetos, atividades e eventos, como, por exemplo, transações comerciais, movimentações de contas correntes bancárias, ou ainda entradas e saídas de itens em estoque. Não chegam a estar organizados de maneira que seja possível a transmissão de um significado específico.	Laurindo (2008, p. 24)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

É possível perceber que dados são, no contexto dos meios de hospedagem, por exemplo, unidades habitacionais, leitos por unidades habitacionais, hóspedes, endereço, número de telefone, entre outros.

Dados são o alicerce para a construção da informação. Assim, no Quadro 4 retrata algumas definições de “informação”, segundo seus respectivos autores.

Quadro 4 – Abordagens conceituais para Informação

Definição	Referência
Informação é todo o dado trabalhado ou tratado. Pode ser entendida como um dado com valor significativo atribuído ou agregado a ele e com um sentido natural e lógico para quem usa a informação. Pode ser definida como algo útil. Como exemplos, podem ser citados: nome do cliente; cor do automóvel; número de equipamentos; data de nascimentos; valor do saldo bancário.	Rezende (2016, p. 34)
Informações são dados convertidos em um contexto significativo e útil.	Baltzan (2016, p. 9)
[...] informação quer dizer dados que foram modelados em um formato significativo e útil para os seres humanos.	Laudon e Laudon (2014, p. 13)
Informação seria o conjunto de dados devidamente tratados de forma a serem providos de significado, bem como organizados e classificados para alguma finalidade e úteis para as pessoas em processos como o da tomada de decisão. Assim, os dados trabalhados passam a ter valor para seus usuários, pois a partir deles é possível interpretar o significado, obter conclusões ou, ainda, deduções.	Laurindo (2008, p. 24)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

No contexto das empresas hoteleiras, são exemplos de informação o relatório mensal da quantidade de hóspedes, o relatório de reservas agendadas no dia corrente, o relatório de limpeza das unidades habitacionais, o relatório de manutenção dos equipamentos de ar-condicionado, entre outros dados que podem ser classificados como categóricos, contínuos ou discretos.

Além das organizações, a informação também tem sua importância sob a perspectiva dos consumidores.

[...] o acesso a informações precisas, confiáveis e relevantes é essencial para ajudar os viajantes a fazer uma escolha apropriada, uma vez que eles não podem pré-testar o produto e receber facilmente seu dinheiro de volta, se a viagem não corresponder às suas expectativas. (O'CONNOR, 2001, p. 13)

Algumas definições de “conhecimento”, segundo seus respectivos autores, podem ser observadas no Quadro 5.

Quadro 5 – Abordagens conceituais para Conhecimento

Definição	Referência
Quando a informação é ‘trabalhada’ por pessoas e pelos recursos computacionais, possibilitando a geração de cenários, simulações e oportunidades, pode ser chamada de conhecimento. O conceito de conhecimento complementa o de informação, com valor relevante e propósito definido. Pode ser definido como percepções humanas (tácitas) ou inferências computacionais. Como exemplos, podem ser citados: percepção da dificuldade de reversão de prejuízo futuro de uma atividade da organização; práticas que podem ser utilizadas em virtude do cenário atual, com base em experiências semelhantes anteriores; concepção de quais equipamentos, materiais e pessoas são vitais para um serviço [...].	Rezende (2016, p. 35)
Conhecimento inclui habilidades, experiência e <i>expertise</i> , além de dados e informações, criando assim os recursos intelectuais de uma pessoa.	Baltzan (2016, p. 11)
Conhecimento, por sua vez, seria o conjunto de ferramentas conceituais e categorias usadas pelas pessoas para criarem, colecionarem, armazenarem ou compartilharem a informação. Assim, os dados e as informações passam a transmitir experiência, aprendizado, compreensão e técnicas que desta forma trazem grandes contribuições à organização, pois permitem análises críticas e a consolidação do conhecimento organizacional. O conhecimento seria manifesto na análise que se faria sobre as informações de venda de um produto em um dado período, no qual se buscaria entender o comportamento do mercado em relação a este produto.	Laurindo (2008, p. 24)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Tanto os dados quanto a informação e o conhecimento perpassam pelos níveis organizacionais, tendo em vista que as organizações possuem três níveis: institucional ou estratégico, gerencial ou tático e técnico ou operacional. Neste trabalho são adotados os termos estratégico, gerencial e operacional para referenciar os três níveis da organização.

No nível operacional, segundo Baltzan (2016), estão localizadas as instalações físicas, como máquinas, escritórios, balcão de atendimento, entre outros componentes necessários aos procedimentos e operações básicas rotineiras do dia a dia da empresa, que são desenvolvidas, controladas e mantidas por funcionários para a produção de produtos ou serviços.

Por sua vez, Rezende (2016) considera que, no nível operacional, existem “[...] dados detalhados das operações das funções organizacionais imprescindíveis ao funcionamento harmônico da organização [...]. As informações são apresentadas no menor nível, ou seja, analíticas, detalhadas [...]” (REZENDE, 2016, p. 39).

Para Laurindo (2008), “[...] no nível operacional, prevalecem os dados internos, analíticos, não aproximados, com exigências de elaboração em tempo real, sendo possível a automação de processos repetitivos” (LAURINDO, 2008, p. 29).

As abordagens conceituais dos três autores a respeito do nível operacional se complementam, na medida em que Baltzan (2016) descreve o espaço físico onde ocorrem a geração e o consumo de dados e informações mencionados por Rezende (2016) e Laurindo (2008).

No que tange ao nível gerencial, Baltzan (2016, p. 136) o retrata como o nível no qual “[...] os funcionários estão constantemente avaliando as operações da empresa para aprimorar as habilidades da companhia em identificar, adaptar-se e aproveitar a mudança”.

Já Rezende (2016, p. 39) entende que, no nível gerencial, ocorre o “[...] processamento de grupos de dados das operações e transações operacionais, transformando-os em informações agrupadas para a gestão”.

Por último, Laurindo (2008, p. 28) aponta que, no nível gerencial, “[...] os dados podem ser tanto internos quanto externos (dependendo do problema), com necessidade de coerência na elaboração da gestão”. Dessa maneira, o nível gerencial trabalha a informação de forma tática, fazendo a ponte entre o nível estratégico e operacional.

No nível estratégico são elaboradas as estratégias, as metas e os objetivos de negócios para a organização e os gestores “[...] também monitoram o desempenho estratégico da organização e sua condução geral no ambiente empresarial político, econômico e competitivo” (BALTZAN, 2016, p. 136).

De acordo com Rezende (2016, p. 39), no nível estratégico há o “[...] processamento de grupos de dados das atividades operacionais e transações gerenciais, transformando-os em informações estratégicas”.

Para Laurindo (2008, p. 28), neste nível, o estratégico, “[...] as informações são majoritariamente relativas ao ambiente externo, sendo pouco previsíveis, sintéticas e frequentemente se valendo de estimativas ou valores aproximados”.

Como visto nas abordagens conceituais, o nível estratégico trabalha com as informações que perpassam os níveis operacional e gerencial internos à

organização, e ainda utiliza informações do ambiente externo que contribui para esse fluxo de informação.

Administrar um grande volume de dados e de informações nos ambientes interno e externo de uma empresa de forma manual pode ser uma prática impossível, considerando-se o contexto de um mundo globalizado, com intensa concorrência. No entanto, as tecnologias da informação tornam possível às organizações o processamento desse volume de dados.

Laurindo (2008) relata que expressão “Tecnologia da Informação” se consolidou na década de 1980 por ser a preferida entre tantos outros termos já disseminados naquela época.

O Quadro 6 apresenta algumas definições de “Tecnologia da informação”. Cabe destacar que há, nessa relação, definições que se contrapõem.

Quadro 6 – Definições de tecnologia da informação

Definição	Referência
[...] o conceito de Tecnologia da Informação (TI) é mais abrangente do que os de processamento de dados, sistemas de informação, engenharia de <i>software</i> , informática ou conjunto de <i>hardware</i> e <i>software</i> , pois também envolve aspectos humanos, administrativos e organizacionais.	Laurindo (2008, p. 26)
Esta visão mais abrangente da TI está presente na noção de ‘convergência digital’, uma expressão que tem sido muito usada atualmente, tanto na indústria de computadores (incluindo <i>hardware</i> e <i>software</i>) como na de telecomunicações.	
A informática ou tecnologia da informação pode ser conceituada como recursos tecnológicos e computacionais para a guarda, geração e uso da informação e do conhecimento. Está fundamentada nos seguintes componentes: <i>hardware</i> e seus dispositivos e periféricos; <i>software</i> e seus recursos; sistemas de telecomunicações; gestão de dados e informações. Todos estes componentes interagem e necessitam do componente fundamental que é o recurso humano, <i>peopleware</i> ou <i>humanware</i> . Embora, conceitualmente esse componente não faça parte da tecnologia da informação, sem ele esta tecnologia não teria funcionalidade e utilidade.	Rezende (2016, p. 47)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Enquanto a definição de Laurindo (2008) considera a expressão Tecnologia da Informação (TI) como um conceito mais amplo, envolvendo aspectos humanos, Rezende (2016) desconsidera o aspecto humano como parte constituinte da definição de Tecnologia da Informação (TI).

O aspecto humano, nesse caso, seria considerado como componente externo, pois a interação é imprescindível para o sentido de funcionalidade e utilidade. Para este trabalho, as diferentes definições de TI segundo Laurindo (2008) e Rezende (2016) complementam o entendimento de que os aspectos humanos e os aspectos tecnológicos não estão desassociados.

Após estabelecer a abordagem conceitual, é importante examinar o impacto da TI no ambiente de negócios global e, nesse sentido, Baltzan (2016, p. 7) afirma que tal impacto “[...] é equivalente ao impacto da imprensa nas publicações e da energia elétrica na produtividade”. O impacto da TI na sociedade e no mundo dos negócios representa, nesses contextos, o valor de sua própria importância.

Dentro de uma perspectiva histórica e com foco empresarial, Norlan (1973 apud Joia et al., 2012) descreve a importância da TI em 1973, quando já se considerava sua capacidade de apoiar o crescimento das empresas na medida em que os processos de negócios se tornavam mais volumosos e complexos, passando a necessitar de controle adequado, possibilitado pelo emprego da TI. Dessa forma, a tecnologia da informação é, por natureza, um fator essencial para o desenvolvimento econômico, e sua ausência ou não aplicação é fator limitante para as organizações.

É nesse sentido que, para corroborar com a identificação histórica da importância da TI, Joia et al. (2012) citam Porter e Millar (1985), que descreveram os dois lados de um processo, sendo o primeiro o processo físico e, o outro, o processamento das informações relativas ao próprio processo. Assim, a tecnologia da informação atua no campo das informações relacionadas a todo e qualquer processo empresarial.

A percepção da importância da TI não se limitou aos processos internos das empresas e alcançou patamares ainda maiores quando, em 1980, já era considerada capaz de promover mudanças nas bases da competição em determinadas indústrias (JOIA et al., 2012).

Nesse sentido, a TI possui relevância tanto regional, quanto global. Silva (2015, p. 22) aponta as telecomunicações como requisito para o desenvolvimento econômico, por propiciarem “[...] a reprodução do capital, em larga escala”. Além disso, o autor também destaca a importância das tecnologias da informação e

comunicação no que se refere ao desenvolvimento econômico de uma região, uma vez que, essas tecnologias fornecem um suporte às atividades econômicas.

Atualmente, percebe-se um crescente desenvolvimento de empresas e de produtos com capacidades informacionais incorporadas e até mesmo de produtos com processamento computacional, como é o caso da “Internet das coisas”, em que diversos objetos terão a habilidade de se comunicar entre si. Todo esse movimento tecnológico incentiva, cada vez mais, a adoção das tecnologias da informação para analisar o grande volume de dados produzidos diariamente e, assim, a TI segue agregando importância e relevância para as empresas (JOIA et al., 2012).

Joia et al. (2012) afirmam que, além do estímulo ao crescimento das tecnologias da informação, pelo desenvolvimento de tecnologias e protocolos protagonizados por governos, empresas e consórcio de empresas, o simples fato de adotar tais tecnologias já contribui para o seu crescimento. É a demanda que segue gerando oferta e a oferta que segue gerando a demanda, seja por conta dos concorrentes, seja pelas parcerias ou vantagens competitivas, como a inovação de processos.

Há um tópico importante quando se trata da aplicação das tecnologias da informação e comunicação nas empresas, e Joia et al. (2012) o evidenciam ao mencionar Hammer (1990), que destaca a diferença entre automação e inovação de processos, recomendando a busca por ambos os procedimentos. Nesse sentido, se as tecnologias da informação estivessem pautadas somente na automação de processos, deixando de lado sua inovação, é provável que tamanho crescimento e desenvolvimento não teriam sido alcançados.

A realidade mais recente das tecnologias da informação nas empresas é que, atualmente, as organizações se encontram em meio a uma mudança constante, abrangente e em ritmo acelerado.

A tecnologia é uma das principais forças que impulsionam essas mudanças. As organizações que querem sobreviver no século XXI devem reconhecer o imenso poder da tecnologia, realizar mudanças organizacionais necessárias em relação a isso e aprender a operar de maneira totalmente diferente. (BALTZAN, 2016, p. 296)

Ebert e Duarte (2018) observam que, a partir dessa perspectiva, a transformação de modelos de negócios, aliada à maior aproximação com os clientes,

fornecedores e parceiros, são tendências para a indústria sob o aspecto da transformação digital, fenômeno que recebe impulso com o surgimento de novas tecnologias, com sua interatividade e convergência. Exemplos dessas tecnologias são a Internet das Coisas (IoT), *Blockchains*, *Big Data*, Realidade Mista (aumentada e virtual) e Inteligência Artificial.

Ebert e Duarte (2018, p.16) consideram que a transformação digital tem relação com a "[...] adoção de tecnologias disruptivas para aumentar a produtividade, a criação de valor e o bem-estar social". Matt, Hess e Benlian (2015), por sua vez, destacam a preocupação de muitas empresas no que se refere ao constante surgimento e à adoção de novas tecnologias, que exigem das organizações, além da iniciativa para exploração dos possíveis benefícios, a necessidade de empregar práticas de gestão estratégica para lidar com essa transformação digital.

A exploração e a integração de tecnologias digitais frequentemente afetam grandes partes das empresas e até ultrapassam suas fronteiras, impactando produtos, processos de negócios, canais de vendas e cadeias de suprimentos. Os potenciais benefícios da digitalização são múltiplos e incluem aumentos nas vendas ou na produtividade, inovações na criação de valor, bem como novas formas de interação com os clientes, entre outros. (MATT; HESS; BENLIAN, 2015, p. 339)

Estratégias de TI e de transformação digital tratam de assuntos diferentes, embora sempre de forma interseccionada. Uma diferença, por exemplo, prende-se ao fato de que estratégias de TI se preocupam em como a organização irá se apoiar em determinada tecnologia sem, contudo, transformar seus processos organizacionais, seus produtos e/ou serviços; para essa transformação, a estratégia fica a cargo da transformação digital (MATT; HESS; BENLIAN, 2015).

Dessa constatação surgem as preocupações das empresas em saber como lidar estrategicamente com as novas tecnologias, que estão surgindo cada vez mais rapidamente e causando impactos abrangentes no mundo dos negócios.

Talvez tais preocupações não sejam exclusividade apenas das empresas, mas também das universidades, pois, "[...] apesar dos primeiros esforços de pesquisa e dos frequentes desafios encontrados na prática, a academia ainda carece de diretrizes específicas para as empresas sobre como formular, implementar e avaliar estratégias de transformação digital" (MATT; HESS; BENLIAN, 2015).

Existem cinco domínios estratégicos em mutação na era digital, que toda organização, em especial as organizações tradicionais, devem levar em consideração quando se trata de tecnologia da informação e comunicação. Esses domínios são clientes, dados, competição, inovação e valor (ROGERS, 2017).

Sobre cada um desses domínios, estratégicos para as organizações, há uma forte influência das tecnologias digitais. Por exemplo, a mudança na forma de interação com os clientes, que hoje se encontram conectados em rede, contrapondo a velha maneira de comunicação de massa. Um dos principais erros estratégicos nesse domínio seria tão somente persistir na comunicação de massa, ignorando as oportunidades possibilitadas pela existência das redes de clientes conectados entre si, influenciando uns aos outros simultaneamente, como acontece em redes sociais como *Facebook*, *YouTube* e *WhatsApp*. Em outras palavras, a relação entre empresas e clientes acontece de forma dialógica, fato que deve ser considerado estrategicamente.

Sobre o domínio da competição, as tecnologias digitais têm trazido dinâmica ao cenário, a ponto de reformular cadeias de fornecimentos, transformar parceiros em concorrentes e antigos concorrentes em parceiros (ROGERS, 2017).

Os dados estão entre os cinco domínios estratégicos que merecem a atenção das organizações. Atualmente, o termo *Big Data* se refere a uma era de grandes dados ou de produção de um grande volume de dados, todos os dias. Esses dados estão sendo considerados ativos estratégicos por muitas empresas e levando à criação de profissões, como engenheiro de dados e cientista de dados. A análise de *Big Data* permite a compreensão do passado e a indicação de tendências futuras, ações estas que carregam enorme valor estratégico para as empresas.

Em vez de se confinarem no âmbito de unidades de inteligência de negócios, os dados estão se transformando em força vital de todas as unidades organizacionais e em ativos estratégicos a serem desenvolvidos e explorados ao longo do tempo. Os dados são componentes fundamentais de como todas as empresas funcionam, se diferenciam nos mercados e geram novo valor. (ROGERS, 2017, p. 22)

Rogers (2017) afirma que os dados estão por toda parte e que devem ser coletados, desenvolvidos e explorados, gerando, assim, uma criação de valor estratégico.

A inovação, um dos cinco domínios estratégicos supracitados, permite a abertura de um *gap* em relação à concorrência no quesito de inovação de processos, serviços ou produtos. É potencializada com o surgimento das novas tecnologias digitais, que possibilitam a queda dos custos atrelados às experimentações e aceleram os processos com o uso de protótipos, além, é claro, de criarem um leque de oportunidades pelas novas tecnologias digitais.

Por fim, o valor é o último domínio estratégico. Se o produto ou serviço perde seu valor ou se a organização não tem algo que o cliente possa valorizar, não há outro caminho que não seja a criação de valor que atenda às necessidades ou aos desejos dos clientes. As tecnologias digitais ampliam as possibilidades e as facilidades para descobrir as necessidades e os desejos dos clientes. “Na era digital, confiar em proposta de valor imutável é semear desafios e colher rupturas infligidas pelos novos concorrentes, com propostas de valor mais atraentes” (ROGERS, 2017, p. 24).

2.5 Funções Organizacionais e Tecnologia da Informação

No que tange às organizações, sejam elas empresas privadas ou públicas, de qualquer tipo de negócio ou atividade, independentemente de seu tamanho e objetivo, todas se organizam em torno do que pode ser chamado de macroatividade ou funções organizacionais.

As macroatividades são constituídas pelos setores de produção ou serviços, comercial ou *marketing*, materiais ou logística, financeiro, recursos humanos e Jurídico Legal, todos atuando de forma integrada (REZENDE, 2016).

É importante não confundir macroatividades ou funções organizacionais, ou mesmo funções empresariais, com unidades departamentais, nem mesmo no contexto da subdivisão das funções organizacionais em subfunções ou módulos, pois não é toda organização pública ou privada que apresenta equivalência entre departamentos e subfunções ou módulos. Dessa forma, as unidades ou setores departamentais se localizam dentro do escopo abrangente das funções organizacionais, e é por esse motivo que as macroatividades ou funções organizacionais existem em qualquer organização e, sem elas, não há organização pública ou privada que funcione de maneira plena (REZENDE, 2016).

O Quadro 7 apresenta trinta e quatro módulos ou subfunções distribuídas por seis macroatividades ou funções organizacionais, segundo Rezende (2016).

Quadro 7 – Funções organizacionais

Função Organizacional	Módulos ou Subfunções
Produção ou Serviços	Planejamento e controle de produção ou serviços
	Pesquisa, desenvolvimento e engenharia de produto ou serviços ou de projetos
	Sistemas de qualidade e produtividade
	Custos de produção ou serviços
	Monitoração, manutenção de equipamentos, produtos ou serviços
Comercial ou <i>Marketing</i>	Planejamento e gestão de <i>marketing</i>
	Clientes, consumidores e prospectos ou potenciais
	Vendas
	Faturamento
	Contratos e distribuição
	Pesquisas e estatísticas
	Exportação
Materiais ou Logística	Fornecedores
	Compras ou suprimentos
	Estoque
	Recepção e expedição de materiais
	Importação
Financeira	Contas a pagar
	Contas a receber
	Movimentos bancários
	Fluxo de caixa
	Orçamento
	Administração do capital
Recursos humanos	Recrutamento e seleção
	Administração de pessoal (admissão, demissão e férias)
	Folha de pagamento
	Cargos e salários.
	Treinamento e desenvolvimento (capacitação).
	Benefícios e assistência social.
	Segurança e medicina do trabalho.
Jurídico Legal	Contabilidade.
	Ativo fixo ou patrimônio.
	Impostos e recolhimentos.
	Livros fiscais de entrada e saída.

Fonte: Adaptado de Rezende (2016)

São de grande notoriedade os impactos da tecnologia sobre as organizações e “[...] não seria exagerado dizer que as tecnologias provocaram uma transformação de natureza tão profunda que revolucionaram, cada uma em sua época, as relações entre os indivíduos e a sociedade” (PACHECO, 2001, p. 23).

Historicamente, na Revolução Industrial, a tecnologia da energia hidráulica das rodas d’água e, posteriormente, a energia a vapor gerada pela queima de carvão, impactaram no sistema de produção, que passou de manual para a

produção em massa ou em larga escala. Ainda assim, essas tecnologias trouxeram restrições, como por exemplo, a limitação quanto à localização da indústria, que se restringia às proximidades de um rio ou de uma fonte de carvão. Entretanto, com o fornecimento de energia elétrica, tais restrições foram superadas (ROGERS, 2017).

Atualmente, o que causa impacto já não é a tecnologia relacionada às fontes energéticas, mas às novas tecnologias da informação e comunicação. No entanto, os impactos dessas tecnologias se mostram mais profundos, já que afetam, além das atividades mecânicas, as atividades intelectuais.

Assim, considera-se que existe uma semelhança, em termos de grandes impactos nas organizações, entre aqueles causados pelas energias hidráulicas das rodas d'água e pela energia a vapor gerada pela queima de carvão, com a impactante tecnologia da informação e comunicação, presente no atual cotidiano das organizações.

2.6 Economia do Turismo

Nesta seção são apresentadas a história do turismo, as definições de turismo e de economia e a relação entre economia e turismo, além das definições de produto turístico, oferta turística e mercado turístico. Ademais, são abordados os impactos econômicos diretos, indiretos e induzidos do turismo.

Segundo O'Connor (2001), o turismo está entre as atividades econômicas que mais geram empregabilidade, além de ser a maior indústria do mundo. Existem nações cuja economia é sustentada exclusivamente por essa atividade. Rodermel (2014) salienta que o turismo alcançou uma posição de importante representatividade econômica no cenário global e que, em conjunto com outras atividades econômicas, pode contribuir para o desenvolvimento local.

Ainda sobre a importância do turismo no campo econômico, Cruz (2000) observa que:

A crescente importância econômica do turismo é causa e consequência de sua ampliada necessidade de intervenção espacial. Para que o turismo – inserido na lógica de uma atividade econômica organizada – possa acontecer, faz-se necessária a criação de um sistema de objetos, que estão relacionados à locomoção de pessoas, à sua hospedagem, às suas necessidades de alimentação, capaz de atender à demanda de ações que lhe é própria. (CRUZ, 2000, p. 8)

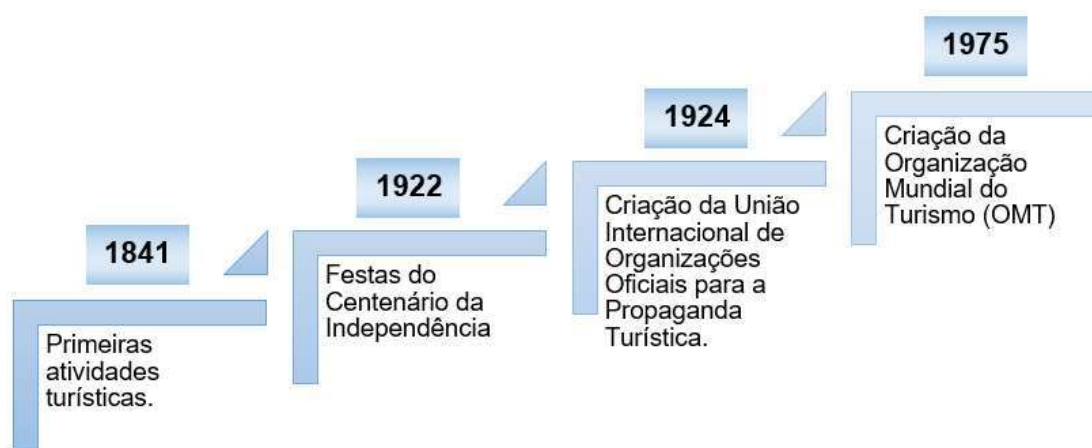
De acordo com Cruz (2000, p. 7), “[...] o turismo surge como atividade econômica organizada em meados do século XIX”. Mais precisamente, as primeiras atividades turísticas foram realizadas no ano de 1841, organizadas por Thomas Cook, Henry Wells, George Pullman, Thomas Bennet, Louis Stangen e Cesar Ritz (LAGE; MILENO, 1998).

Em 1922, ocorreram no Brasil eventos que festejavam o Centenário da Independência, motivando as primeiras atividades turísticas no país e, por consequência, o surgimento dos primeiros hotéis e a criação da Sociedade Brasileira do Turismo (LAGE; MILENO, 1998, p. 19).

A União Internacional de Organizações Oficiais para a Propaganda Turística foi criada no ano de 1924. Depois de, aproximadamente, cinquenta anos, essa mesma organização deu origem à atual Organização Mundial do Turismo (LAGE; MILENO, 1998).

Os destaques históricos do turismo mencionados neste trabalho são apresentados, de forma resumida, no diagrama da Figura 1, com destaque para os anos de 1841, 1922, 1924 e 1975, quando ocorreu a criação da Organização Mundial do Turismo.

Figura 1 – Destaques da história do turismo



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir de Lage e Mileno (1998)

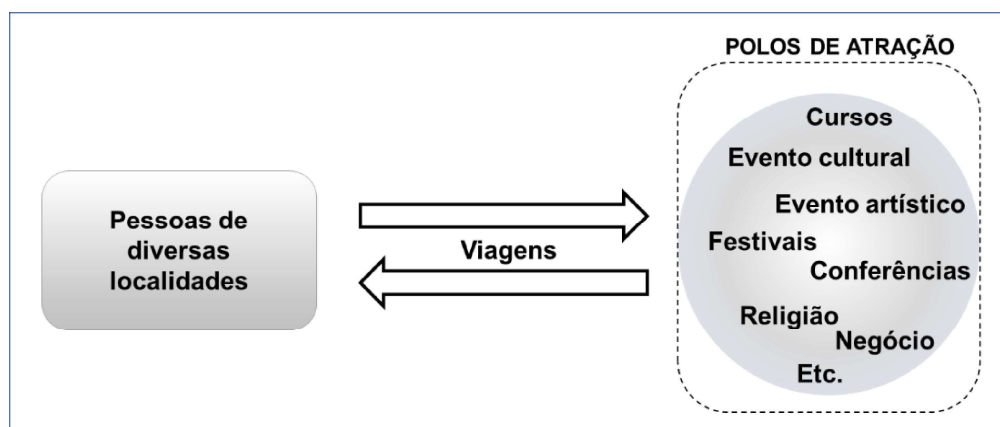
O termo turismo carrega consigo muitas definições que variam entre si, embora essencialmente muito semelhantes. O Quadro 8 apresenta algumas de suas principais definições.

Quadro 8 – Definição de Turismo

Definição	Referência
[...] fenômeno capaz de contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento econômico de uma localidade.	Rodermel (2014, p. 16)
A atividade de turismo surge em razão da existência prévia do fenômeno turístico, que é um processo cuja ocorrência exige a interação simultânea de vários sistemas com atuações que se somam para levar ao efeito final. O turismo, portanto, como resultado do somatório de recursos naturais do meio ambiente, culturais, sociais e econômicos, tem campo de estudo super abrangente, complexíssimo e pluricausal.	Beni (2008, p. 18)
Para muitos especialistas, turismo são as viagens para regiões que distam mais de 50 milhas dos locais de residência.	Lage e Mileno (1998, p. 23)
Outros especialistas, ao conceituar turismo, exigem que os viajantes permaneçam mais de 24 horas nos locais visitados.	
Algumas definições mais tradicionais incluem apenas viagens de férias e de outras motivações como, por exemplo: de estudo, de evento, de esporte, de saúde, de religião, de compras, de visitas a amigos e parentes etc.	
[...] atividade realizada pelas pessoas ao deslocar-se por diferentes motivos para fora do seu local de residência, por um período superior a 24 horas e inferior a um ano.	Morcillo (2004, p. 12)
[...] conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares distintos a seu entorno habitual por um período de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.	IBGE (2012, p. 9)
O turismo é um conjunto de atividades econômicas que estão localizadas no setor terciário (serviços).	Lemos (2001, p. 135)
Turismo é o conjunto de atividades realizadas por uma pessoa em um lugar diferente daquele onde possui sua residência habitual, quando motivado por razões surgidas livremente e quando não sejam exercidas ações profissionais remuneradas diretamente por setores econômicos do lugar visitado.	Melgar (2001, p. 13)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O turismo, entre outros aspectos, constitui-se na mobilidade humana em que se viaja para visitar locais, por qualquer motivo que não seja trabalho remunerado no local visitado. A Figura 2 demonstra um diagrama representando a definição mais básica de turismo, especialmente no aspecto da mobilidade humana.

Figura 2 – Deslocamento de pessoas por n-motivos

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

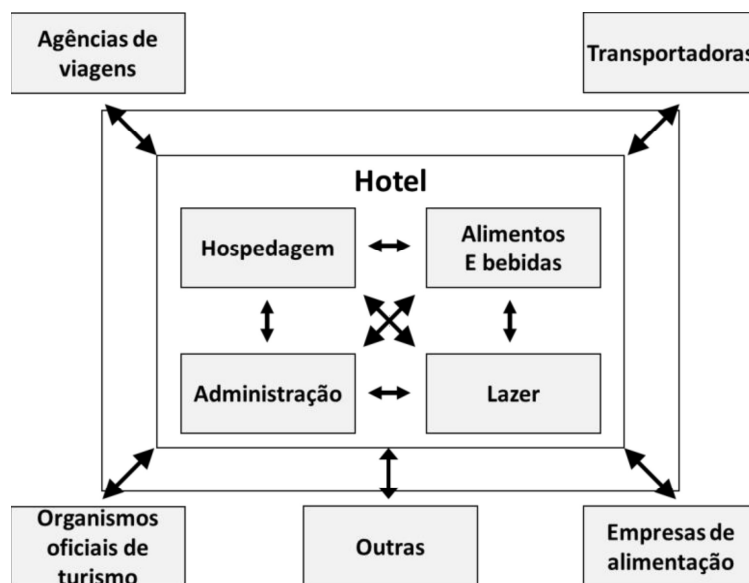
Na parte central da Figura 2, observa-se que as viagens são realizadas pelas pessoas com algum interesse na localidade visitada. Para Beni (2019, p. 31), a viagem ou deslocamento é “[...] um elemento implícito na noção do Turismo [...]” e “[...] sem deslocamento não existe turismo [...]”.

A viagem, como afirmam Lage e Milone (1998, p.15), “[...] representa um dos elementos componentes da vida econômica e social dos homens no decorrer de cada época e para cada civilização”. Segundo Beni (2019, p. 32), existe ainda um caráter subjetivo da viagem que “[...] pode liberar o conteúdo de seus sonhos, desejos, imaginação projetiva e ampliar suas experiências existenciais, fazendo dele um pioneiro de si mesmo”.

Com maior número de detalhes, Castelli (2016) menciona o termo “operacionalização da viagem”, que descreve uma visão sistêmica da viagem, representada pela Figura 3, em que um conjunto de organizações nas áreas de hospedagem, transportes, alimentação, operadoras de turismo e comunicações se articulam entre si, sob o fenômeno da mobilidade humana.

Essa visão ampliada de Castelli (2016) dos diversos setores envolvidos de forma direta ou indireta com o turismo possibilita considerações de que o volume de negócios do turismo seja ainda maior.

Figura 3 – Visão sistêmica da viagem



Fonte: Adaptado de Castelli (2016)

A viagem, assim como a hospedagem, a alimentação e a atração são componentes do turismo e todos estão fortemente relacionados com a economia.

Há muitas definições para o termo Economia, contudo, de uma forma ou de outra, são essencialmente semelhantes no que concerne ao seu objeto de estudo, pois a economia “[...] se preocupa com as necessidades humanas como morar, comer, vestir, ganhar dinheiro, trabalhar, produzir, viajar, tomar decisões sobre compras e investimentos e sobre como manter as riquezas sociais e naturais” (LEMOS, 2001, p. 12). Algumas dessas definições podem ser observadas no Quadro 9.

Quadro 9 – Definição de Economia

Definição	Referência
A economia busca estudar não apenas as condições materiais de produção e reprodução da riqueza, suas variadas formas de distribuição, as maneiras de circulação e o consumo, mas também as estruturas produtivas, considerando as relações de produção, a divisão do trabalho, os princípios do mercado, os ciclos econômicos e os modelos de propriedades.	Rodermel (2014, p. 21)
Economia é o estudo da riqueza.	Lage e Mileno (1998, p. 23)
Economia é o estudo das atividades que, com ou sem dinheiro, envolvem transações de troca entre as pessoas.	
Economia é o estudo da forma pela qual a sociedade realiza a tarefa de organizar as suas atividades de consumo, de produção e de distribuição.	
Economia é o estudo de como os homens e a sociedade decidem, com ou sem a utilização de dinheiro, empregar recursos produtivos escassos, que poderiam ter aplicações alternativas, para produzir várias mercadorias, ou seja, bens e serviços, para distribuí-las para consumo, agora e no futuro, para diversas pessoas e grupos da sociedade.	
[...] é a ciência que estuda como as pessoas decidem empregar recursos escassos, conforme uma gama de alternativas, para produzir bens variados; como disputam a renda gerada por esta produção e a alocam em consumo, agora ou no futuro, entre as várias necessidades que possuem; é a ciência que estuda as formas e as técnicas com as quais os seres humanos se organizam socialmente para produzir e distribuir riquezas.	Lemos (2001, p. 19)
Alguns economistas atuais dizem que a economia é o estudo do sucesso, pois busca entender por que ocorrem os problemas econômicos com as pessoas, com as empresas, com o meio ambiente, com as relações sociais e com os governos e como fazer para resolvê-los.	

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

A economia, portanto, estuda a relação entre as necessidades ilimitadas e os recursos limitadamente disponíveis. Consideram-se recursos tudo o que é utilizado para a produção de bens e serviços (RODERMEL, 2014).

Todas as coisas, materiais e imateriais, que não existem ou não se manifestam em abundância a ponto de satisfazer as necessidades de todas as pessoas, são um bem econômico, e os atos de produção transformam bens econômicos a partir de produtos e serviços (LAGE; MILENO, 1998).

A produção aqui mencionada refere-se diretamente à produção de riqueza social, que são os produtos e serviços que atendem, de forma limitada, às ilimitadas necessidades humanas (LAGE; MILENO, 1998).

São três os setores da economia que produzem riqueza social traduzida em bens econômicos, como produtos e serviços. O Quadro 10 retrata algumas das definições desses três setores.

Quadro 10 – Definição dos setores econômicos

Setores	Definição	Referência
Primário	[...] é aquele que tem o seu conjunto de atividades relacionado à aquisição de produtos vindos da agricultura, da mineração, da pesca e da agropecuária.	Rodermel (2014, p. 23)
	São as atividades de produção que têm contato direto com a natureza.	Lage e Mileno (1998, p. 26)
	[...] que envolve a agricultura, a pecuária, a pesca, a extração de minérios e de vegetais, a horticultura e outros.	Lemos (2001, p. 22)
Secundário	[...] é aquele que tem relação com os bens que sofrem uma transformação. Aqui estão situadas todas as empresas industriais ou de transformação de bens.	Rodermel (2014, p. 23)
	São as atividades de produção que abrangem as indústrias.	Lage e Mileno (1998, p. 26)
	[...] que engloba as empresas industriais, por exemplo: máquinas e equipamentos, automóveis, autopeças, plásticos, móveis, construção civil, alimentos industrializados, tecidos e diversos outros.	Lemos (2001, p. 22)
Terciário	[...] é aquele formado pelo conjunto de atividades econômicas ligadas à prestação de serviços. Esse setor engloba o turismo.	Rodermel (2014, p. 23)
	São as atividades de produção que envolvem todos os serviços.	Lage e Mileno (1998, p. 26)
	[...] que envolve atividades de serviços: educação, transporte, comunicação, saúde, bancos, lazer e entretenimento, serviços de hospedagem, eventos, fornecimento de energia, água, esgoto e outras.	Lemos (2001, p. 22)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

De acordo com o Quadro 10, cada setor da economia possui atividades econômicas próprias, sendo o setor primário, normalmente, responsável pela geração de matéria-prima para o abastecimento das indústrias. O setor secundário, por sua vez, recebe a produção do setor primário e atua no seu processamento. O setor terciário está relacionado aos serviços e comércio.

O setor terciário comporta serviços como o de hospedagem, transporte, alimentação e entretenimento, entre outros que estão diretamente ou indiretamente relacionados ao turismo, que é em si um tipo de serviço.

O turismo, sendo caracterizado por um tipo de serviço à disposição dos homens da sociedade industrial moderna, passou a integrar a vida de todas as nações e a contribuir de maneira significativa em todos os setores, tornando-se imprescindível para as atividades econômicas do século 20. (LAGE; MILENO, 1998, p. 22)

A Figura 4 apresenta um diagrama com os setores da economia e alguns exemplos das atividades econômicas por eles realizadas.

Figura 4 – Setores da economia

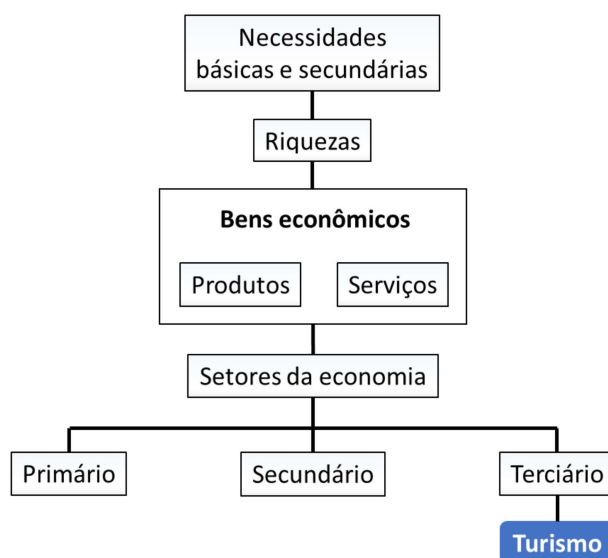


Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Assim, o turismo classifica-se como atividade econômica típica da categoria de serviços do setor terciário, pois as empresas atuantes no setor são prestadoras de serviços (LEMOS, 2001).

As pessoas são movidas por necessidades básicas, como saciar a fome ou a sede, e por necessidades secundárias, como divertir-se e viajar. As riquezas sociais, por sua vez, são os bens econômicos, isto é, produtos e serviços transformados pelas atividades econômicas nos setores primário, secundário e terciário.

O destaque do diagrama apresentado na Figura 5 diz respeito à localização ou classificação da atividade do turismo, situando-a como uma atividade econômica do terceiro setor da economia, diretamente ligada à prestação de serviços.

Figura 5 – Turismo como setor de serviços

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

O turismo, além de ser classificado no setor terciário, é um serviço que atende às necessidades secundárias do ser humano, já que envolve a manifestação de uma vontade, a realização de um desejo das pessoas (PAULA, 2017).

Lemos (2001) afirma, que entre os destaques das atividades econômicas do mundo, está o turismo, que é visto por Lévy (2011) como um setor de virtualização ou desterritorialização e definido como um esforço humano para se fazer ausente do lugar onde se vive. Tanto a desterritorialização física quanto a virtualização atendem a esse esforço, posicionando o turismo como o principal setor mundial em volume de negócios.

Uma vez que o turismo é um dos principais setores da economia mundial, faz-se necessário abordá-lo em termos de produto.

[...] produto turístico é o resultado da soma de recursos naturais e culturais com serviços produzidos por uma pluralidade de empresas, algumas das quais operam a transformação da matéria-prima em produto acabado, enquanto outras oferecem seus bens e serviços já existentes [...]. (BENI, 2019, p. 6)

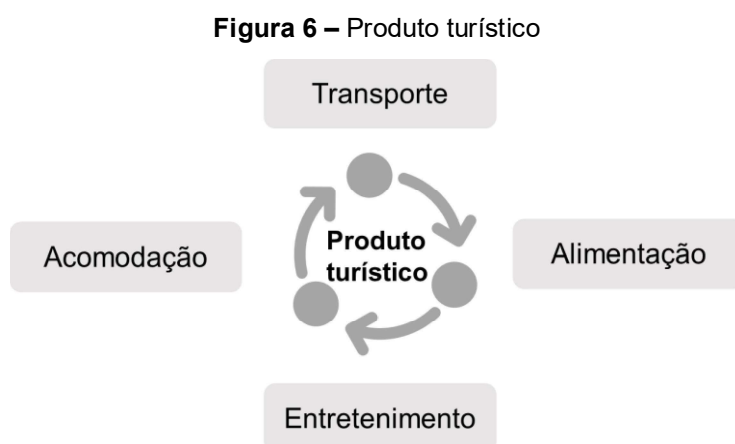
Segundo Lage e Mileno (1998), todas as possíveis atividades econômicas que, de alguma forma, se relacionam direta ou indiretamente com o turismo são, na verdade, uma composição do produto turístico.

Para Lemos (2001, p. 97), produto turístico é o:

[...] conjunto de bens e serviços que envolvem a informação do turista acerca do local a ser visitado, seu deslocamento, sua estada naquela localidade, as mercadorias por ele adquiridas, os locais de visitação, os fatores socioculturais, climáticos e geográficos e os elementos das infraestruturas geral e específica a ele ofertados e por ele consumidos nas localidades-destino.

Essencialmente, o produto turístico é “[...] composto por quatro componentes fundamentais, a saber: o transporte, a alimentação, a acomodação e o entretenimento” (LAGE; MILENO, 1998, p. 33). Dessa forma, é possível considerar naturalmente que as atividades econômicas que se relacionam com o turismo partem desses quatro elementos essenciais.

A Figura 6, elaborada a partir de Lage e Mileno (1998), apresenta uma visão resumida do produto turístico e sua composição fundamental.



Fonte: Elaborado pelo autor (2020), a partir de Lage e Mileno (1998)

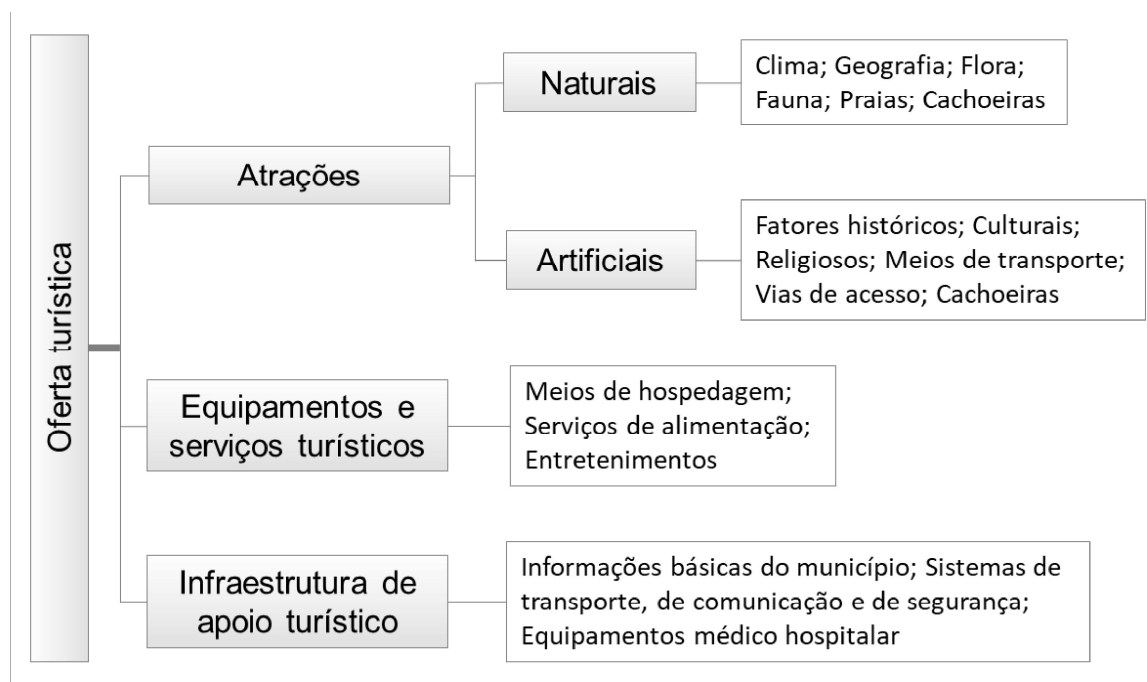
Relacionado ao produto turístico, os autores abordam o conceito de oferta turística, “[...] definida como o conjunto de atrações naturais e artificiais de uma região, assim como de todos os produtos turísticos à disposição dos consumidores para a satisfação de suas necessidades” (LAGE; MILONE, 1998, p. 50).

O diagrama observado na Figura 7 esquematiza a oferta turística e apresenta exemplos de equipamentos e serviços turísticos, quais sejam, os meios de hospedagem, restaurantes e entretenimentos.

Para Lage e Mileno (1998, p. 52), existe um aspecto importante a respeito dos equipamentos e serviços turísticos em relação à denominação porque também

podem ser denominados de superestruturas, pois incluem “[...] as principais instalações de superfície, o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística”.

Figura 7 – Oferta turística



Fonte: Elaborado pelo autor (2020), a partir de Lage e Mileno (1998)

Com relação à infraestrutura de apoio turístico citada no diagrama da Figura 7, como por exemplo, as informações básicas do município, os sistemas de transporte, de comunicação e de segurança, entre outros, os autores definem a infraestrutura de apoio turístico como sendo “[...] composta de todas as construções subterrâneas e de superfície, é formada pelo conjunto de edificações, instalações de estrutura física e de base que proporcionam o desenvolvimento da atividade turística [...]” (LAGE; MILENO, 1998, p. 53).

Além do produto turístico e da oferta turística, existe ainda o mercado turístico, o qual Rodermel (2014, p. 66) “[...] considera que é caracterizado por uma estrutura que conta com algumas características que o distinguem e outras que o aproximam dos demais mercados”.

Lage e Mileno (1998, p. 66) definem o mercado turístico como “[...] uma rede de informações que permite aos agentes econômicos [...] tomarem decisões para resolverem os problemas econômicos fundamentais do setor”.

O mercado turístico ainda pode ser direto, como *tours* e excursões, ou indireto, como transporte, alojamento e restaurantes (LAGE; MILENO, 1998). Este último é considerado indireto porque não depende exclusivamente da atividade turística; já o mercado turístico direto apresenta dependência do turismo, uma vez que se trata de atividade exclusivamente turística.

Assim como toda atividade econômica, o turismo também causa impactos econômicos, que podem ser diretos, indiretos e induzidos. De acordo com Lage e Mileno (1998, p. 66), “[...] em qualquer lugar onde haja uma atividade turística ela irá gerar uma variedade de impactos econômicos [...]”. O Quadro 11 apresenta as definições dos impactos econômicos diretos, indiretos e induzidos.

Quadro 11 – Impactos econômicos

Impactos	Definição	Referência
Diretos	Por impactos diretos, entendemos aqueles que resultam em renda criada diretamente pelos setores turísticos, como é o caso dos gastos realizados exclusivamente com o setor do turismo.	Rodermel (2014, p. 220)
	O total de renda criada nos setores turísticos, como resultante direta da variação dos gastos com esses produtos.	Lage e Mileno (1998, p. 91)
Indiretos	Nos impactos indiretos, temos todas as rendas derivadas dos gastos dos setores turísticos, as quais são disponibilizadas em toda a economia.	Rodermel (2014, p. 220)
	O total de renda criada pelos gastos dos setores do turismo em bens e serviços produzidos e ofertados na economia.	Lage e Mileno (1998, p. 92)
Induzidos	[...] os impactos induzidos são aqueles que se apresentam em toda a economia, decorrentes dos impactos diretos e indiretos.	Rodermel (2014, p. 220)
	À medida que os níveis de renda aumentam em toda a economia, como resultado dos impactos diretos e indiretos das variações dos gastos turísticos, parte dessa renda adicional será gasta em bens e serviços produzidos internamente, e representa o chamado impacto reduzido.	Lage e Mileno (1998, p. 92)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Como apresentado no Quadro 11, os impactos econômicos gerados pela atividade do turismo podem ser diversos e possuir várias fontes de origem.

Na próxima seção é abordado o tema da hotelaria que é um dos principais componentes do turismo.

2.7 Hotelaria

Fazem parte de uma rede hoteleira as mais diversas empresas de hospedagem. Destaca-se o fato de que tais organizações produzem bens substitutos dentro de uma localidade, beneficiando os turistas como resultado da concorrência da oferta (LEMOS, 2001).

De acordo com Lemos (2001, p. 40), as empresas de hospedagem são:

[...] empresas da rede hoteleira, [...] pousadas, condomínios de férias, *time-sharings*, *resorts*, imobiliárias que alugam e vendem imóveis, *campings* e casas de aluguel (que não são empresas, mas que, economicamente devem ser levadas em conta no que se refere à oferta de leitos).

Para destacar a importância dos meios de hospedagem, Lobianco e Ramos (2004, p. 5) afirmam que "[...] a hotelaria se expandiu a ponto de transformar-se em um dos mais importantes setores de grande significado para a economia mundial" e, quanto ao setor de turismo, Pierre Lévy destaca que "[...] o principal setor mundial em volume de negócios, lembremos, é o do turismo: viagens, hotéis e restaurantes" (LÉVY, 2011, p. 51).

As próprias definições conceituais de turismo supracitadas remetem a viagens, hospedagem e restaurantes. Lévy (2011, p. 51) também inclui no mesmo volume de negócios a indústria do transporte (veículos, pneus, rodovias, ferrovias, entre outros), uma vez que, para que o turismo aconteça, há necessidade de transporte; assim "[...] chegaremos a cerca de metade da atividade econômica mundial a serviço do transporte".

Entre as várias fontes contemporâneas de produção de riqueza, pode-se considerar como principais a informação e o conhecimento, que passaram a constar entre os bens econômicos primordiais (LÉVY, 2011). Nesse contexto, as TIC atuam diretamente na fonte em que a informação e o conhecimento trafegam, sendo coletados, processados e redistribuídos (LAURINDO, 2008; REZENDE, 2016).

Além dos setores da virtualização propriamente dita, como o turismo, as comunicações e as finanças, o conjunto das atividades depende hoje, a montante, dos bens econômicos muito particulares que são as informações e os conhecimentos. (LÉVY, 2011, p. 54)

Assim, é necessário que os meios de hospedagem passem a considerar dados, informações e conhecimentos como verdadeiros bens econômicos. Nesse mesmo sentido, Ramos (2010, p. 108) salienta:

As organizações, públicas ou privadas, com acesso à informação, têm vantagens competitivas. Na atividade turística, essa afirmação ainda é mais relevante, uma vez que a informação é o combustível da economia relacionada a esse sector econômico.

Os autores Lobianco e Ramos consideram que tanto o turismo quanto a hotelaria necessitam, constantemente, alcançar melhores resultados para a gestão de suas atividades e apontam, nesse sentido, para as novas tecnologias da informação como meios que podem gerar economia de dinheiro e de tempo, além de resultar em vantagens competitivas, pois a tecnologia da informação é "[...] um importante veículo para a obtenção de diferenciação por custo e padrão de qualidade nos serviços em hotéis" (LOBIANCO; RAMOS, 2004, p. 5).

Existe ainda uma observação feita por Lobianco e Ramos (2004, p. 15) a respeito dos fatores que influenciam a aplicação de tecnologias nos meios de hospedagem:

O setor hoteleiro é uma organização que muito tem se beneficiado dos serviços suportados pela Internet, para agregar valor à qualidade de seus serviços e para conquistar e reter clientes. Estudar os fatores que influenciam o uso da Internet na hotelaria pode ajudar a compreender melhor sua adoção, facilitando, interferindo, ou mesmo influenciando seu uso, a fim de tirar vantagem e ajudar a aumentar sua posição competitiva.

O aumento da visibilidade, a redução de custos e até mesmo a cooperação são formas de melhorar a competitividade, empregando-se as tecnologias da Internet para sua viabilização.

Boria e Anjos (2014) relatam que as mídias sociais criaram uma nova maneira de relacionamento com os turistas e que o acesso às informações disponíveis na Internet tem como destaque a tomada de decisões por parte dos consumidores. Em outras palavras, não estar presente na Internet ou não ser visto nas mídias sociais pode representar significativamente a ausência no leque de opções da maior parte dos turistas, como destaca o IBOPE Inteligência (2016): cerca de 70% dos internautas brasileiros pesquisam preços de hospedagem em sites especializados.

A Internet e suas mídias digitais podem ser utilizadas como estratégia de relacionamento e de retenção de clientes, por meio de *marketing* eletrônico e de práticas como a influência interpessoal *on-line* ou indicações *on-line* por clientes, especialmente devido à natureza intangível do produto oferecido, isto é, serviços de hospedagem (BORIA; ANJOS, 2014).

Atualmente, as redes sociais são o principal canal de comunicação para atrair novos clientes, bem como para melhor atender as suas necessidades. [...] Assim, elas se tornam importantes instrumentos estratégicos para empresas de todos os portes e de todos os setores da economia, oportunizando vantagens. (BORIA; ANJOS, 2014, p. 118)

O uso da Internet para atrair e reter clientes por meios como *marketing* eletrônico, comércio eletrônico e estratégias *on-line* de relacionamento com o cliente é muito maior pelas redes hoteleiras internacionais do que pelas nacionais. Embora o uso da Internet e de suas diversas possibilidades melhorem o relacionamento com os clientes, aumentem a lucratividade e estendam facilmente o alcance da visibilidade da empresa até o exterior, muitos meios de hospedagem não estão atentos às mudanças dos clientes e às inovações tecnológicas (BORIA; ANJOS, 2014).

As redes hoteleiras nacionais, ao contrário do que afirma Lévy (2011), ainda não passaram a considerar dados, informações e conhecimentos como verdadeiros bens econômicos a serem explorados.

2.8 SBClass, Cadastur e ABIH-MA

O Ministério do Turismo publicou, em 16 de junho de 2011, a Portaria nº 100, que institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), que dispõe sobre os tipos passíveis de classificação, as categorias de cada tipo, os requisitos de infraestrutura, os serviços e a sustentabilidade de cada categoria, os critérios de classificação, os processos de verificação, o monitoramento e a avaliação permanentes. O objetivo é produzir informação e orientação para o mercado turístico e, conseqüentemente, para os consumidores desses serviços.

Os tipos de meios de hospedagem são o Hotel, *Resort*, Hotel Fazenda, Cama e Café, Hotel Histórico, Pousada e *Flat/Apart-Hotel*. As suas respectivas características distintivas, segundo o artigo 7º dessa mesma portaria, seguem

discriminadas no Quadro 12.

Quadro 12 – Características dos tipos de meio de hospedagem segundo a SBClass

Tipos	Características distintivas
Hotel	Estabelecimento com serviço de recepção e alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária
<i>Resort</i>	Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento
Hotel Fazenda	Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo
Cama e Café	Hospedagem em residência com, no máximo, três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento reside.
Hotel Histórico	Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida
Pousada	Empreendimento de característica horizontal, composto de, no máximo, 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ocupar prédio único com até três pavimentos ou contar com chalés ou bangalôs
<i>Flat/Apart-Hotel</i>	Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação

Fonte: Adaptado de SBClass

Com relação aos tipos dos meios de hospedagem, estes são diferenciados por categorias estabelecidas pelo artigo 8º da Portaria nº 100/2011, já mencionada, e podem ser observados no Quadro 13, a seguir.

Quadro 13 – Tipos de hospedagem e suas categorias

Tipos	Categorias
Hotel	1 a 5 estrelas
<i>Resort</i>	4 e 5 estrelas
Hotel Fazenda	1 a 5 estrelas
Cama e Café	1 a 4 estrelas
Hotel Histórico	3 a 5 estrelas
Pousada	1 a 5 estrelas
<i>Flat/Apart-Hotel</i>	3 a 5 estrelas

Fonte: Adaptado de SBClass

É importante destacar que o artigo 4º da supracitada Portaria nº 100/2011 estabelece expressamente que o uso do símbolo estrela está diretamente

relacionado com a classificação do meio de hospedagem e só pode ser concedido pelo Ministério do Turismo.

Esse órgão público emitiu, em 26 de julho de 2011, a Portaria nº 130, que institui o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), cujo objetivo é o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no país.

Mencionada portaria também tornou obrigatório o cadastramento, tanto de pessoas físicas quanto de pessoas jurídicas, prestadoras de serviços turísticos no Brasil. Devem se cadastrar no Cadastur todos aqueles que atuam com atividades econômicas na área do turismo, incluindo os meios de hospedagem.

No Estado do Maranhão está sediada a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão (ABIH-MA), fundada em 1997 e que tem como atual presidente o senhor João Antônio Barros Filho.

[...] Associação Brasileira da Indústria Hoteleira do Maranhão (ABIH-MA) vem atuando como um órgão técnico e consultivo no estudo e solução dos problemas do setor. Tendo como principal objetivo a arregimentação da classe, visando a defesa dos interesses de ordem jurídica, moral e econômica dos hoteleiros do Maranhão, a ABIH consolidou-se no decorrer dos anos como uma confiável fonte de dados e informações relativas ao universo da hotelaria. (ABIHMA, 2012)

No município de São Luís do Maranhão existem 25 empresas que atuam como meios de hospedagem associados à ABIHMA, cujos nomes não serão divulgados neste trabalho para a preservação do anonimato, tanto dos respondentes quanto das corporações.

2.9 Perfil do Turista que visita São Luís

A Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em parceria com o Governo do Estado, via Secretaria de Estado de Cultura e Turismo do Maranhão (SECTUR), realizou uma pesquisa entre os anos de 2016 e 2017, entrevistando 1.739 pessoas, a fim de traçar o perfil do turista que visita São Luís. Os dados foram obtidos no próprio sítio da SECTUR do Estado do Maranhão.

O Quadro 14 apresenta o tipo de hospedagem mais utilizado. Neste quadro é possível perceber o principal destaque sendo que 40,13% dos turistas optaram por

se hospedar em casa de parentes, e 27,06% optaram por instalar-se em hotéis; os demais se distribuíram entre pousadas, aluguel, albergues e outros.

Quadro 14 – Tipo de hospedagem mais usado

Hospedagem	%
Casa de parentes	40,13
Hotel	27,06
Casa de amigos	10,74
Pousada	7,97
Outros	7,52
Imóvel alugado	3,36
Albergue	1,66
Sem resposta	1,56

Fonte: Adaptado de UFMA e SECTUR (2017)

A pesquisa também levantou dados sobre os meios de reserva. Conforme o Quadro 15, mais de 60% não responderam a essa pergunta. A segunda opção com maior ocorrência também não oferece detalhes, mas em terceiro lugar aparece o Booking, com 13,07%, configurando-se como a principal plataforma *on-line* utilizada.

Quadro 15 – Meios de reservas utilizados

Meio de Reserva	%
Sem resposta	64,02
Outros	18,31
<i>Booking</i>	13,07
Decolar	2,03
Airbnb	1,09
Submarino Viagens	0,93
Expedia	0,51
CVC	0,05

Fonte: Adaptado de UFMA e SECTUR (2017)

No que tange aos serviços turísticos prestados no município de São Luís, tem-se que o serviço de hospedagem foi avaliada conforme dados demonstrados no Quadro 16.

Quadro 16 – Avaliação do serviço turístico de hospedagem

Atributo	%
Não se aplica	49
Bom	25
Excelente	17
Regular	8
Ruim	1
Péssimo	0

Fonte: Adaptado de UFMA e SECTUR (2017)

O serviço turístico de hospedagem foi avaliado por 25% dos entrevistados como “bom” e “excelente” por 17%; houve 8% de avaliação “regular”, 1% para “ruim” e não houve resposta para o atributo “péssimo”.

2.10 O Município de São Luís, MA

A caracterização do município de São Luís pautou-se na concepção de patrimônio territorial encontrada em Dallabrida (2016). Entende-se que essa análise é relevante para a pesquisa por propiciar a compreensão do contexto em que se encontram os hotéis ludovicenses nas dimensões econômica, social, cultural, humana, natural e institucional da cidade.

O patrimônio territorial “[...] refere-se ao conjunto de ativos e recursos, materiais e imateriais, genéticos e específicos, públicos e privados, de um determinado território” (DALLABRIDA, 2016, p. 15). Nesse sentido, território é compreendido como um espaço de disputa e de interesses, onde as pessoas manifestam seus pensamentos e projetos (DALLABRIDA, 2016).

2.11 Dimensão Social do Território

Sachs (2009) apresenta como característica da dimensão social de um território aspectos relacionados à distribuição de renda, à qualidade de vida e à igualdade social. Portanto, torna-se relevante, nesse aspecto, conhecer dados populacionais, de vulnerabilidade social e de saúde no território de realização desta pesquisa.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), São Luís possui uma área de 582,974 Km². Segundo o último censo realizado pelo instituto, em 2010, a população do município era de 1.014.837 pessoas, com uma densidade demográfica de 1.215,69 hab/km² e com estimativa de 1.094.667 pessoas para o ano de 2018. A maioria da população se encontra na faixa etária entre 20 e 24 anos, o que corresponde a pouco mais de 11% da população.

Em relação ao trabalho e à renda, observa-se, no intervalo de 2000 a 2010, a redução do percentual de pessoas consideradas vulneráveis à pobreza, que passou de 58,56% para 35,27%. No mesmo período, o percentual de pessoas que têm acesso à água encanada e banheiro também aumentou em 21,5%, de acordo com dados do Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2013).

A mortalidade infantil diminuiu consideravelmente nas últimas duas décadas no município de São Luís. Ainda citando o Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2013), em 2000, a cidade chegou a registrar 27,4 óbitos para cada mil nascidos vivos. Em 2010, esse número caiu para 18,1 e, em 2017, segundo o IBGE, regrediu para 17,36.

A distribuição de renda por meio de políticas sociais está diretamente vinculada à diminuição da pobreza e, por conseguinte, à melhoria na qualidade da saúde, pois, como afirma Medeiros (2002, p. 195), “[...] As políticas de distribuição de renda – cujos mecanismos de determinação estão longe de ser unanimemente reconhecidos – devem ser implementadas de forma a ampliar o efeito positivo do crescimento econômico sobre a redução da pobreza”.

O índice Gini é um instrumento matemático criado para medir o grau de concentração de renda em determinado grupo, revelando assim a diferença entre os rendimentos dos pobres e dos ricos (ATLAS, 2019). De acordo com o Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2013), esse índice foi utilizado para medir o grau de concentração de riqueza e pobreza na cidade de São Luís.

Os resultados revelaram que houve retração da pobreza na última década e que o número de pessoas com renda inferior a R\$ 140,00 diminuiu de 34,90% em 2000 para 13,8% no ano de 2010. Por outro lado, nesse mesmo ano, o índice Gini da cidade foi de 0,61, o que revela ainda um alto índice de desigualdade de renda.

2.12 Dimensão Econômica do Território

O contexto econômico da cidade de São Luís pode ser caracterizado por dados e indicadores de desenvolvimento humano, como taxa de emprego e desemprego, renda e PIB da indústria. Nesse sentido, Dallabrida (2016) ressalta que o patrimônio produtivo de um território está em seus recursos financeiros, terras, maquinaria, equipamentos, infraestrutura.

Segundo o IBGE (2010), 38,8% da população ludovicense vivem com renda mensal *per capita* de meio salário mínimo. Ainda de acordo com o IBGE (2017), a renda dos trabalhadores formais no município pode alcançar três salários mínimos, o que corresponde a 33,4% da população ocupada, representando a 337^a colocação em ocupação, se comparado aos 5.570 municípios brasileiros.

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da cidade foi de 0,768 (IBGE, 2010), índice considerado alto pelo Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil (2013). Esse indicador é definido pela renda, longevidade e educação. A longevidade é o índice que mais contribui para o alto IDH da cidade, mas é interessante observar, por outro lado, que o estado do Maranhão possui a segunda pior média de expectativa de vida do país, 70,9 anos, enquanto a média nacional é de 76 anos (IBGE, 2017).

O Produto Interno Bruto *per capita* de São Luís é de R\$ 26.154,25 (IBGE, 2017), ocupando a 1.394^a posição no país e a quinta no estado do Maranhão, atrás apenas dos municípios de Santo Antônio dos Lopes, Tasso Fragoso, Davinópolis e Imperatriz. Nas atividades econômicas relativas à indústria, serviços e administração, destaca-se como a primeira dentre os municípios maranhenses.

2.13 Dimensão Cultural do Território

Para Dallabrida (2016), o patrimônio cultural é caracterizado pelos valores e códigos de conduta, pelo patrimônio histórico e pela cultura empresarial. Sachs (2009, p. 86) por sua vez, numa perspectiva sustentável, aponta que uma cidade deve investir em “[...] equilíbrio, tradição e inovação, autonomia na elaboração de projetos nacionais integrados e combinação entre confiança e abertura para o mundo”.

De acordo com o Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (IPHAN), o município de São Luís apresenta um vasto repertório cultural.

Foi reconhecido como Patrimônio Cultural Mundial pela Unesco, em 1997, por aportar o testemunho de uma tradição cultural rica e diversificada, além de constituir um excepcional exemplo de cidade colonial portuguesa, com traçado preservado e conjunto arquitetônico representativo. (IPHAN, 2014, p. 1)

A cidade traz em sua cultura a influência histórica de seus colonizadores e seu nome é uma homenagem ao rei da França, Luís XIII. São Luís foi fundada em 8 setembro de 1612, no contexto mercantilista da França Equinocial (IBGE, 2017). Em seu aspecto histórico, destaca-se o domínio português.

Conquistada e incorporada ao domínio português, apenas três anos depois de sua fundação pelos franceses (1615), a cidade de São Luís sucumbiria, ainda no decorrer do século XVII, ao domínio holandês. Todavia, assim como acontecera com os franceses, também os holandeses, batidos em guerra pelos portugueses, seriam expulsos decorridos três anos da invasão, em 1645. É quando se inicia, de fato em definitivo, a colonização portuguesa da antiga Upaon Açú ou Ilha Grande, segundo a denominação tupinambá para a Ilha de São Luís. (IBGE, 2017)

Essa influência portuguesa é bastante visível na arquitetura da cidade, em seus casarões, fachadas e azulejos. Há, ainda, a influência dos indígenas e dos africanos na formação da identidade ludovicense, na culinária e nos costumes. Entre as danças que caracterizam seu patrimônio cultural, encontram-se o tambor de crioula, o *reggae* e o bumba-meu-boi (PREFEITURA, 2017). Em novembro de 2007, o tambor de crioula, dança de matriz afro-brasileira, recebeu do IPHAN o título de patrimônio cultural do Brasil (IPHAN, 2014).

No mês de junho, época das festas juninas, o turismo é impulsionado especialmente pelas danças dos grupos de bumba-meu-boi, que se apresentam sob os sotaques de Zabumba, Matraca ou Ilha, Costa de Mão, Pandeirões ou Baixada, Orquestra e Alternativos (IPHAN, 2011). De acordo com a Secretaria de Cultura e Turismo (2018), investimentos no Estado para área da cultura e para a realização dos festejos juninos no ano de 2017 geraram para a cidade de São Luís movimentações em torno de 20 milhões de reais na economia local.

Segundo a revista Cultura e Turismo, publicada pela Secretaria de Cultura e Turismo do Estado do Maranhão (2018), também integram o patrimônio cultural de São Luís: o Museu do *Reggae*; 117 unidades que fazem parte da Rede Estadual de

Bibliotecas “Faróis dos Saberes”; a Biblioteca Pública Benedito Leite, considerada a segunda mais antiga do país; os Teatros Arthur Azevedo e João do Vale; o Museu Artístico Histórico do Maranhão; Cafua das Mercês, conhecido como a Casa do Negro; Capela São José das Laranjeiras; Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho; Igreja São José do Desterro; Museu de Arte Sacra; Capela Bom Jesus dos Navegantes; Convento das Mercês; Museu de Artes Visuais; Palácio dos Leões; Arquivo Público do Estado do Maranhão; Casa de Nhozinho; Casa do Maranhão; Centro de Artes Cênicas do Maranhão; Centro de Criatividade Odylo Costa Filho; Casa de Cultura Josué Montello; Centro de Pesquisa e História Natural e Arqueologia; Ceprama; Escola de Música do Estado do Maranhão; Museu das Embarcações Forte Santo Antônio, além do Centro Histórico de São Luís, internacionalmente conhecido por ser considerado Patrimônio Histórico da Humanidade. Nota-se que a cidade possui um amplo repertório histórico, que se permite ser conhecido por meio desses espaços culturais.

Com tantos atrativos, São Luís foi apontado pelo jornal O Globo (2018) como a primeira tendência de destino para os brasileiros em viagens no ano de 2019, seguido da cidade do Rio de Janeiro. Essa tendência revela a necessidade de oferta, por parte das prestadoras de serviços locais, de atendimento e serviços de qualidade, bem como inovações que provoquem no turista o desejo de retornar à cidade.

Além disso, formação adequada e melhores níveis de escolaridade das pessoas que atuam na prestação de serviços são fatores que contribuem para a qualidade do serviço prestado e favorecem o retorno do turista a um determinado destino de viagem.

2.14 Dimensão Humana do Território

Dallabrida (2016) entende o patrimônio humano ou intelectual como aquele que pode ser reconhecido em um território por meio da aquisição do conhecimento sistematizado, sendo capaz de contribuir para a transformação desse espaço pelo investimento nos recursos humanos. Essa dimensão pode ser analisada a partir de indicadores de analfabetismo e escolaridade, do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica e do acesso ao Ensino Superior.

Em 2010, de acordo com dados do Atlas de Desenvolvimento Humano (2013), 96,02% das crianças de 5 a 6 anos e 88,14% das que se encontravam na faixa etária entre 11 e 13 anos estavam frequentando a escola, em São Luís. Nesse mesmo período, o percentual de alunos que concluíram o Ensino Fundamental, com idade de 15 a 17 anos, e o Ensino Médio, na faixa etária de 18 a 20 anos, era de 67,20% e 53,07%, respectivamente. Apenas 16,21% dos jovens de 18 a 24 anos estavam cursando o Ensino Superior.

Dados do IBGE do ano de 2017 revelam que o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) da cidade de São Luís alcançou a média de 4,7 nos anos iniciais e de 4,1 nos anos finais, ocupando, no estado, a 50ª colocação no *ranking* dos 217 municípios maranhenses, e a 4232ª posição no Brasil.

Nessa perspectiva, segundo o Plano Municipal de Educação de 2015, as metas para o ano de 2017 – 5,5 para os anos iniciais e 5,0 para os anos finais – não foram alcançadas (SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, 2019).

O IBGE (2018) contabilizou 483 escolas de Ensino Fundamental e 159 escolas de Ensino Médio no município de São Luís. No âmbito do Ensino Superior, São Luís conta com 24 instituições, sendo três públicas, duas federais e uma estadual (INEP, 2017).

O Relatório do 1º Ciclo de Monitoramento das Metas do Plano Estadual de Educação (2014-2017) destaca que foram implantadas no Estado 13 “Unidades Plenas, que oferecem educação profissional técnica de nível médio em tempo integral” (SECRETARIA DO ESTADO DA EDUCAÇÃO, 2017).

A Rede Federal de Educação Técnica também atua na oferta de cursos técnicos. Em 2018, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão disponibilizou 1.440 vagas para cursos da educação profissional técnica de nível médio, nas formas integrada, concomitante e subsequente (IFMA, 2018). Em São Luís existem três *campi*: São Luís Monte Castelo, Maracanã e Centro Histórico, que oferecem cursos conforme demonstrado no Quadro 17.

Quadro 17 – Cursos dos *campi* IFMA de São Luís

Campus São Luís – Centro Histórico	Técnico em Artes Visuais Técnico em processos fotográficos Técnico em hospedagem Técnico em vendas Técnico em meio ambiente Técnico em manutenção de máquinas industriais
Campus São Luís – Maracanã	Técnico em Agropecuária Técnico em aquicultura Técnico em agroindústria Técnico em Meio Ambiente Técnico em Cozinha
Campus São Luís – Monte Castelo	Técnico em eletromecânica Técnico em mecânica Técnico em metalurgia Técnico em Informática Técnico em Comunicação Visual Técnico em design de móveis Técnico em Química Técnico em Eletrotécnica Técnico em eletrônica Técnico em automação industrial Técnico em edificações Técnico em Segurança do Trabalho

Fonte: IFMA (2018)

Destaca-se, nesse sentido, a atuação do Campus Centro Histórico na área de hospedagem, observando o arranjo produtivo local do turismo, especialmente na formação técnica de jovens em nível médio para atuação na rede hoteleira de São Luís.

2.15 Dimensão Natural do Território

Dallabrida (2016, p. 67) afirma que o patrimônio natural pode ser caracterizado pelas paisagens, solo, minerais, fauna, flora e ambiente natural de um território. De acordo com pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo (2014), as praias são o principal interesse de destino dos turistas.

Devido a sua localização geográfica, São Luís possui inúmeras praias, no entanto, muitas delas se encontram em situação imprópria para banho, conforme o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) da Área Turística de São Luís (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014).

Em São Luís, são consideradas urbanas as praias Ponta d'Areia, São Marcos, Caolho, Calhau e Olho d'Água. No relatório de avaliação do Ministério do Turismo, vê-se, ainda, a ampla necessidade de saneamento das praias, pois há calçamentos deteriorados e vários pontos de esgoto a céu aberto (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014).

Segundo a última pesquisa nacional de saneamento básico, existe na cidade uma rede geral responsável pela distribuição de água, uma rede coletora de esgoto e uma rede de manejo de águas pluviais e resíduos sólidos (IBGE, 2018). Esse é um cenário que aponta a necessidade de políticas articuladas de proteção aos recursos naturais e de saneamento básico no município de São Luís.

2.16 Dimensão Institucional

Dallabrida (2015, p. 67) entende que um território tem seu patrimônio institucional caracterizado pela presença de institucionalidades públicas e privadas (sociais, políticas, corporativas).

Segundo o IBGE (2016), a cidade de São Luís conta com 718 fundações privadas, 10 associações sem fins lucrativos nas áreas de saúde, 111 associações de cultura e recreação, 205 associações de assistência social e religião, 77 associações patronais, profissionais e de produtores rurais, uma associação para o meio ambiente, 98 para desenvolvimento e defesa de direitos, e 59 outras instituições privadas sem fins lucrativos.

Entre as associações elencadas, destaca-se, em função do objeto desta pesquisa, a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão (ABIH/Maranhão), que, em 2014, contava com 28 estabelecimentos filiados de um total de 3.565 unidades habitacionais existentes em São Luís, o que demonstra a necessidade de maior articulação e organização institucional da sua rede hoteleira, no sentido de buscar melhorias das possibilidades de oferta do serviço na cidade.

A estrutura da Prefeitura de São Luís, de acordo com o seu sítio oficial, constitui-se de 25 Secretarias, quatro autarquias e uma fundação. Além da presença do poder público, o município conta com a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (FECOMÉRCIO), que atua com a missão institucional de “[...] assegurar às empresas do comércio de bens, serviços e

turismo melhorias e condições para gerar resultados positivos para o desenvolvimento da categoria representada e do Estado do Maranhão” (FECOMÉRCIO, 2019).

Destaca-se ainda, por sua forte atuação e exploração econômica da região, a empresa Vale, que tem na cidade de São Luís, no terminal marítimo da Ponta da Madeira, um canal de exportação de minério de ferro, minério de manganês e concentrado de cobre.

Outra empresa de destaque na região é a Alumar, que há 35 anos trabalha com a produção de alumínio na cidade. Recentemente, a empresa apresentou ao Governo do Estado uma projeção de crescimento que representará um investimento de 1,7 bilhões de dólares e que culminará com a criação de, aproximadamente, 1.500 novos empregos (O IMPARCIAL, 2019).

O contexto do patrimônio institucional do território demonstra que São Luís apresenta forte potencial econômico a ser explorado e que há instituições atuantes na região, porém, a articulação entre instituições e poder público é ainda ínfima frente às potencialidades do território, especialmente no que tange às melhorias de serviços prestados e benefícios à população.

Neste capítulo da revisão de leitura foram abordados os temas de economia do turismo, hotelaria, dimensões do município de São Luís, tecnologias da informação e comunicação na sociedade contemporânea e sua difusão, e impactos nas organizações. O próximo capítulo discorre sobre os aspectos da metodologia científica empregada por este trabalho.

3 MÉTODO

De acordo com Creswell (2010, p. 25), os projetos de pesquisa são “[...] os planos e procedimentos para a pesquisa que abrangem as decisões, desde suposições amplas até métodos detalhados de coletas e de análise de dados”. Assim, este capítulo tem sequência com as subseções que descrevem o tipo de pesquisa, a área de realização, a população e a amostra, o instrumento, o plano de coleta e o plano de análise de dados.

3.1 Tipo de Pesquisa

Creswell (2010) considera que um projeto de pesquisa é composto por três elementos principais, sendo eles a concepção filosófica, as estratégias de investigação selecionadas e o método de pesquisa, conforme pode ser observado na Figura 8.

Figura 8 – Elementos de um projeto de pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir de Creswell (2010)

Uma concepção filosófica é algo que, por definição, demanda do pesquisador uma visão geral de mundo, além de uma visão “[...] sobre a natureza da pesquisa, defendida por um pesquisador” (CRESWELL, 2010, p. 28). Há ainda que se considerar o fato de que “Tais concepções são moldadas pela área da disciplina do aluno, pelas crenças dos orientadores e professores em uma área e pelas experiências que tiveram em pesquisas” (CRESWELL, 2010, p. 28).

A concepção filosófica pós-positivista, uma entre os tipos de concepções apresentadas por Creswell (2010), produz um conhecimento fundamentado na observação e na mensuração da realidade objetiva do mundo. Este trabalho apresenta, predominantemente, essa concepção filosófica.

A forma tradicional de pesquisa é representada por suposições pós-positivistas que, conforme Creswell (2010, p. 29), “[...] são mais válidas para a pesquisa quantitativa do que para a pesquisa qualitativa”.

Quanto às estratégias ou abordagens da investigação ou metodologias da pesquisa, o autor declara que são “[...] modelos de métodos qualitativos, quantitativos e mistos, que proporcionam uma direção específica aos procedimentos em um projeto de pesquisa” (CRESWELL, 2010, p. 35). Nesse sentido, esta é uma pesquisa de concepção filosófica pós-positivista, do tipo quantitativa.

As pesquisas de levantamento são, dentre as estratégias quantitativas, “[...] formuladas para produzir estatísticas sobre uma população-alvo” (FOWLER, 2011, p. 22), levando em consideração a determinação da população e da amostra selecionada, a partir das quais, por meio do instrumento questionário, os dados são coletados e, posteriormente, submetidos a uma análise estatística.

Essa estratégia quantitativa foi selecionada para a realização deste trabalho, uma vez que a pesquisa de levantamento “[...] apresenta uma descrição quantitativa numérica de tendências, atitudes ou opinião de uma população” (CRESWELL, 2010, p. 178), apoiando, dessa forma, a realização do objetivo específico de verificar os recursos tecnológicos utilizados e os benefícios percebidos pelos gestores dos meios de hospedagem do município de São Luís, MA, por função organizacional.

Outras características que levaram à seleção do tipo de pesquisa de levantamento são o seu baixo custo e a rapidez no processo de coleta de dados. Neste trabalho, optou-se pelo corte transversal com questionários autoadministrados.

3.2 Área de Realização

Fundada por franceses no século XVII, a cidade colonial de São Luís foi conquistada e incorporada ao domínio português em 1615; posteriormente, foi

tomada pelos holandeses e somente em 1645 foi retomada pelos portugueses. Até hoje, seu centro histórico conta com, aproximadamente, mil edificações do período colonial, com sua azulejaria importada.

Tombado em 1974 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o centro histórico de São Luís foi reconhecido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como Patrimônio Cultural Mundial no ano de 1997.

A cidade de São Luís está localizada em uma ilha rodeada pelas águas do Atlântico, apresentando inúmeras praias urbanas e orlas, com estruturas de quiosques para os serviços de bebida e alimentação, além de vários hotéis próximos às praias ou de frente para o mar.

Com uma área de 582,974 km², a população de São Luís era, segundo o último censo realizado pelo IBGE (2010), de 1.014.837 pessoas, com uma densidade demográfica de 1.215,69 hab/km². Considera-se, portanto, uma estimativa de quase 80 mil pessoas a mais no ano de 2018.

3.3 População e Amostra

Uma das principais contribuições da metodologia para uma pesquisa consiste na redução das diferenças aleatórias entre a população e a amostra, tornando uma mais fiel à outra e possibilitando a disponibilização de estimativas estatísticas das características dessa população a partir de sua amostra (FOWLER, 2011).

Neste estudo, a população e a amostra foram definidas conforme a delimitação do projeto de pesquisa, cuja abrangência geográfica é o município de São Luís, no Estado do Maranhão. A população é composta pelos gerentes, proprietários ou demais representantes das empresas que atuam no setor de prestação de serviços em hospedagem de São Luís. Para o caso da impossibilidade de realizar a coleta de dados com o gerente ou o proprietário, inseriu-se no instrumento de coleta a opção “outros”.

Segundo Fowler (2011, p. 15), coletar amostras é “[...] selecionar um pequeno subgrupo de uma população”. Assim, para o levantamento da população e posterior seleção da amostra, foi realizada uma busca de empresas do setor de prestação de

serviços em hospedagem no município de São Luís, na qual foram encontrados 25 empreendimentos associados à Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão (ABIH-MA).

Embora a abrangência do estudo incluísse todas as 25 empresas da ABIH-MA, apenas 22 dos estabelecimentos associados responderam à pesquisa, uma vez que três hotéis não concordaram em participar. Assim, o nível de confiança é de 95%, com margem de erro de 8%.

3.4 Instrumento de Coleta de Dados

A escolha do método de coleta de dados é uma das questões mais importantes a serem decididas pelo pesquisador, pois tal decisão tem influência nas etapas seguintes, como o plano de coleta e o plano de análise de dados (FOWLER, 2011; OLSEN, 2015).

Nessa etapa do projeto de pesquisa, leva-se em consideração que as questões a ela relacionadas são como medidas, pois toda pesquisa busca mensurar algo. Assim, a formulação de boas questões tende a produzir boas respostas, maximizando a aproximação do que se intenciona medir (FOWLER, 2011).

O instrumento de coleta designado para a realização desta pesquisa de levantamento de dados é o questionário, um "[...] instrumento de pesquisa constituído por uma série de questões sobre determinado tema" (VIEIRA, 2009, p. 15), cujas respostas são trabalhadas e convertidas em estatísticas.

A estratégia de aplicação desse instrumento de coleta de dados é a autoadministração, portanto, trata-se de um questionário autoadministrado. Recomenda-se que as questões sejam objetivas e simplificadas, permitindo que o respondente apenas assinale as opções de respostas. Quando presente nas perguntas, essa característica possibilita um aumento na taxa de devolução dos questionários respondidos (FOWLER, 2011; OLSEN, 2015).

Dessa forma, o tipo de questionário empregado nesta pesquisa não apresenta questões abertas, restringindo-se a questões fechadas.

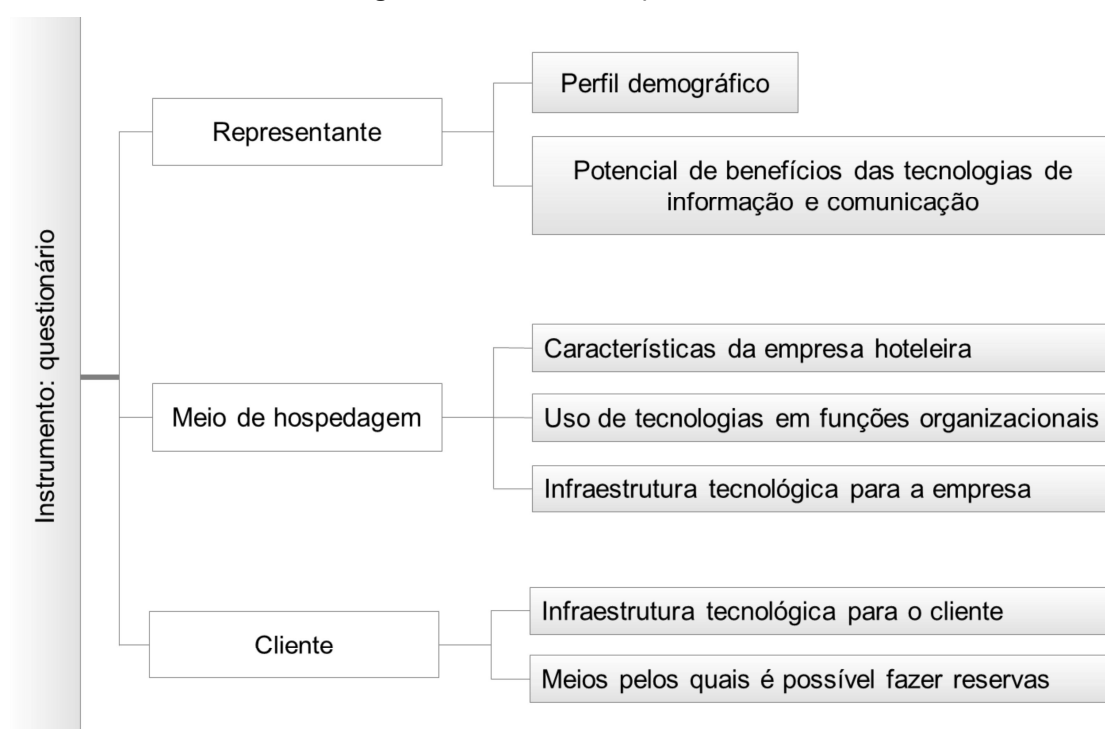
Uma das principais características desse método de coleta de dados é que o levantamento de dados autoadministrado apresenta elevada taxa de respostas e,

geralmente, se mostra de baixo custo (FOWLER, 2011). O baixo custo se deve entre outros fatores a possibilidade de encaminhar o questionário via internet.

Integrante do Apêndice A, o questionário foi dividido em sete blocos, que coletam: dados a respeito do respondente que participa como representante do meio de hospedagem nesta pesquisa, dados sobre o próprio meio de hospedagem e dados relacionados às tecnologias disponibilizadas aos clientes.

A Figura 9 apresenta como o instrumento de coleta de dados está organizado.

Figura 9 – Estrutura do questionário



Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Embora mantenha a estrutura detalhada na Figura 9, o questionário apresentado ao respondente contempla a seguinte sequência dos blocos de questões:

- Perfil demográfico
- Características da empresa hoteleira
- Uso de tecnologias em funções organizacionais
- Infraestrutura tecnológica para a empresa
- Infraestrutura tecnológica para o cliente

- Meios pelos quais é possível fazer reservas
- Potencial de benefícios das tecnologias de informação e comunicação

A sequência dos blocos de questões do instrumento de coleta de dados encontra-se disponível no Apêndice A. A principal alteração foi o deslocamento do grupo de perguntas sobre o “Potencial de benefícios das tecnologias de informação e comunicação” para a última seção do questionário. Essa alteração foi realizada porque os blocos anteriores podem ajudar o pesquisado a se lembrar de aspectos importantes antes de responder o último bloco de questões, que são de natureza opinativa. Cada item de questão recebeu um código, que inicia com X1 e se estende até X67.

Com exceção do último bloco de questões, todos os demais apresentam perguntas “[...] designadas a medir fatos ou eventos objetivamente mensuráveis” (FOWLER, 2011, p. 122). Mencionado bloco apresenta questões com o propósito de coletar percepções, ou seja, são indagações designadas a medir estados subjetivos como atitudes, sentimentos e opiniões (FOWLER, 2011).

São seis as questões do primeiro bloco, cujo objetivo é descrever o perfil do respondente. Essas questões buscam dados sobre cargo, idade, sexo, escolaridade, tempo de vínculo com a empresa e tempo de atuação no cargo atual.

O segundo grupo de perguntas aborda as características da empresa hoteleira, buscando dados sobre: tipo do meio de hospedagem, quantidade de estrelas, tempo de atuação da empresa no mercado, número de funcionários, número de unidades habitacionais e de leitos e se a empresa oferece treinamento para os funcionários quanto ao uso das tecnologias da informação.

Na sequência, o terceiro bloco procura levantar em quais das funções organizacionais são utilizados recursos da tecnologia da informação, como *softwares*, sistemas ou aplicativos. A seguir, são apresentados aspectos das seis funções organizacionais sobre as quais se pretende coletar dados.

Com relação à função organizacional Produção ou Serviços, o questionário foi planejado com o objetivo de levantar dados sobre planejamento e gerenciamento de serviços, dados sobre realização de pesquisa, desenvolvimento e engenharia dos serviços ou projetos, dados relacionados à qualidade e produtividade, sobre custos

de produção ou serviços e a monitoração e manutenção de equipamentos, além de produtos ou serviços.

No que diz respeito à função organizacional Comercial ou *Marketing*, o objetivo é levantar dados sobre planejamento e gestão de *marketing*, gerenciamento e prospecção de clientes, vendas, faturamento, contratos, pesquisas e estatísticas.

Para a função organizacional Materiais ou Logística, as questões focam fornecedores, compras ou suprimentos, estoque, recepção e expedição de materiais.

Na função organizacional Financeira, o questionário levanta dados relativos a contas a pagar e a receber, movimentos bancários, fluxo de caixa, orçamento e administração do capital.

Com relação à função organizacional Recursos Humanos, as perguntas voltam-se para a busca de dados sobre recrutamento e seleção, administração de pessoal (admissão, demissão e férias), folha de pagamento, cargos e salários, treinamento e desenvolvimento (capacitação), benefícios e assistência social, e se a organização utiliza algum *software* para o controle da segurança e/ou medicina do trabalho.

No que diz respeito à função organizacional Jurídico Legal, a contabilidade, o ativo fixo ou patrimônio, os impostos e recolhimentos e os livros fiscais de entrada e saída são o cerne das indagações.

O quarto bloco de questões aborda aspectos da infraestrutura tecnológica da empresa e indaga sobre os recursos tecnológicos disponíveis para as atividades operacionais. As perguntas buscam dados sobre a quantidade de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários e a quantidade de *notebooks* da empresa para uso dos funcionários; se a empresa possui acesso à Internet para suas atividades; se a empresa possui *software* para o controle de reservas e se possui um site próprio.

O bloco seguinte aborda aspectos da infraestrutura tecnológica da empresa a respeito dos recursos tecnológicos disponíveis para os clientes, com a intenção de obter respostas sobre a quantidade de computadores de mesa da empresa para uso dos clientes, a quantidade de *notebooks* corporativos para utilização dos clientes e se a empresa disponibiliza acesso à Internet para a sua clientela.

O sexto bloco de questões aborda os meios pelos quais é possível fazer reservas. As indagações buscam dados sobre página de Internet da empresa, página de Internet de terceiros, aplicativos de *smartphone* da empresa, aplicativos de *smartphone* de terceiros e telefone.

Por fim, o sétimo e último bloco refere-se aos aspectos subjetivos, buscando opiniões sobre o potencial de benefícios que podem ser proporcionados pelo uso das tecnologias de informação e comunicação nas áreas das funções organizacionais. Neste sétimo bloco, os itens do questionário não estão dispostos em forma de pergunta, mas de declaração; assim, como alternativas de respostas, foram disponibilizadas escalas de concordância.

De acordo com Babbie (1999, p. 496), a escala é um "[...] tipo de medida composta, compreendendo diversos itens que apresentam uma estrutura lógica ou empírica entre si. Exemplos de escalas: distância social de Bogardus, Guttman, Likert e Thurstone". Assim, a escala Likert conta com a seguinte definição por parte do autor:

Tipo de medida composta desenvolvida por Rensis Likert para melhorar os níveis de medição em pesquisa social, pelo uso de categorias padronizadas de respostas em questionários de *survey*. Itens Likert são os que usam categorias de respostas como "concordo fortemente", "concordo", "discordo" e "discordo fortemente". Tais itens podem ser usados na montagem de genuínas escalas Likert ou na construção de outros tipos de medidas compostas. (BABBIE, 1999, p. 497)

O formato de declarações e as alternativas em escala, também conhecidas como itens de Likert, são frequentemente empregados em pesquisas de levantamento, pois proporcionam mais flexibilidade ao questionário (VIEIRA, 2009; BABBIE, 1999).

3.5 Plano para Coleta de Dados

Após a determinação das características que se deseja pesquisar e da elaboração do instrumento de coleta de dados, inicia-se a etapa do planejamento da coleta (FOWLER, 2011; CRESWELL, 2010).

A etapa do planejamento da coleta de dados deste trabalho foi realizada com o objetivo de facilitar o acesso dos participantes ao instrumento de coleta.

Indivíduos têm respondido às mais interessantes variações de pesquisas que utilizam o computador como ferramenta. Pesquisas que fazem da Internet um instrumento não utilizam entrevistadores. Os dados podem ser coletados em lugares frequentados pelos entrevistados, como consultórios médicos, por exemplo, desde que os respondentes estejam utilizando computadores. (FOWLER, 2011, p. 88)

A estratégia selecionada para a aplicação do questionário foi a autoadministração, que consiste na ausência de um entrevistador. O respondente tem acesso ao questionário *on-line* ou impresso e fornece as respostas para as questões (FOWLER, 2011; OLSEN, 2015).

Para a realização da coleta, optou-se por um método multimodo, cuja primeira etapa consistiu na busca *on-line* pelo endereço e pelo número de telefone da empresa.

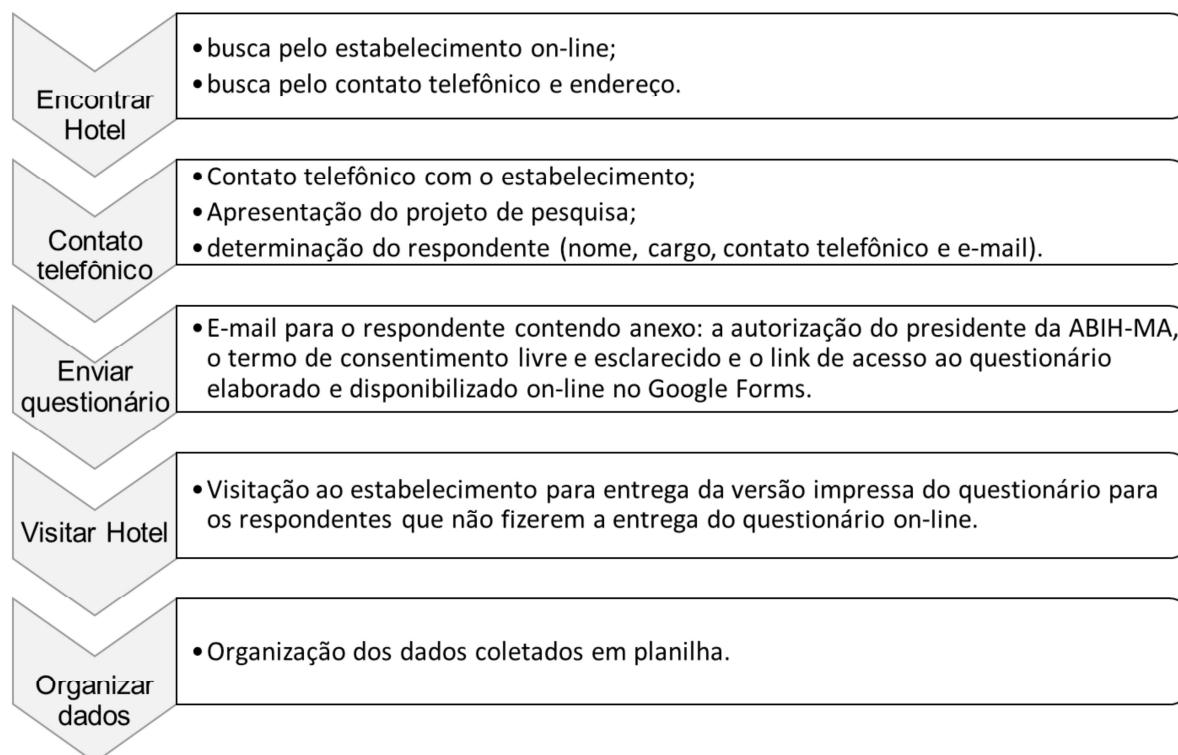
A segunda etapa promoveu o contato telefônico com o estabelecimento para apresentação do projeto de pesquisa e determinação do respondente representante da empresa (gestor, proprietário ou outro funcionário designado para representação).

A fase seguinte consistiu em encaminhar um *e-mail* para os respondentes; em anexo estavam a autorização do presidente da ABIH-MA para a realização da pesquisa, disponibilizada no Apêndice B; o Termo de consentimento livre e esclarecido, conforme se vislumbra no Apêndice C; e o *link* de um formulário *on-line* elaborado no *Google Forms* para a apresentação do questionário (Apêndice A).

A quarta etapa foi realizada apenas para os pesquisados que, por algum motivo, não puderam responder ao formulário *on-line*, e a alternativa proposta consistiu em remeter para o endereço da empresa uma versão do questionário impresso. Esta fase teve como objetivo reduzir a taxa de ausência de respostas na pesquisa, seguindo a recomendação de Fowler (2011, p. 88) de que “[...] os respondentes que não forem localizados pelo pesquisador podem ser entrevistados por telefone ou solicitados a preencherem um questionário autoadministrado”.

Na sequência, a quinta etapa tratou da organização dos dados coletados em uma única planilha eletrônica.

A Figura 10 ilustra as fases do plano de coleta de dados em sequência, relacionando suas respectivas atividades.

Figura 10 – Etapas do plano de coleta de dados

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

A coleta de dados pela aplicação do questionário teve como prazo os meses entre maio e julho de 2019, sendo que, no mês de julho, realizou-se a visita aos estabelecimentos participantes desse processo via questionário impresso.

3.6 Plano para Análise de Dados

Realizada a coleta de dados, o passo seguinte foi a apresentação de sua análise. Conforme abordado na seção de População e amostra, os participantes deste estudo são os 25 meios de hospedagem membros da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão (ABIH-MA), e a amostragem de fase única e não probabilística de tamanho é de 22 estabelecimentos, visto que três hotéis não aceitaram participar desta pesquisa. Assim, o nível de confiança é de 95%, com margem de erro de 8%.

Para uma primeira análise dos dados coletados, procedeu-se à verificação dos questionários respondidos, em busca de ausência de resposta para alguma questão. Tal ausência não foi constatada, ou seja, todas as questões foram respondidas em todos os 22 questionários.

3.6.1 Análise Descritiva

Posteriormente, a apresentação dos dados foi implementada por meio de uma análise descritiva das respostas coletadas, com a elaboração de tabelas e de gráficos.

A estatística descritiva descreve e sintetiza as características principais observadas em um conjunto de dados por meio de tabelas, gráficos e medidas-resumo, permitindo ao pesquisador melhor compreensão do comportamento dos dados (FAVERO; BELFIORE, 2017, p. 18).

3.6.2 Análise de Correlação ou Associação

Antes de empreender uma análise da relação ou da associação entre as variáveis, realizou-se uma verificação de normalidade da amostra. A suposição de normalidade é verificada graficamente e, na elaboração dos gráficos de histograma, pode-se constatar a existência ou não de uma distribuição normal.

Além do uso de gráficos de histograma, a normalidade pode ser observada por meio de teste estatístico e, para o caso deste trabalho, que conta com uma amostra pequena, de apenas 22 respondentes, foi aplicado o teste de Shapiro-Wilk.

Por uma questão de simples conferência, para comparação, aplicou-se o teste estatístico de normalidade Pearson. Ambos os testes, Shapiro-Wilk e Pearson, são realizados para decidir se uma distribuição é normal ou não, com o nível de significância estabelecido em 0,05. Tais testes visam verificar “[...] se a distribuição se desvia de uma distribuição normal modelo” (FIELD, 2009, p. 112).

Para realizar a análise de correlação de variáveis categóricas ordinais, o coeficiente de Spearman foi adotado. O coeficiente de correlação posto-ordem de Spearman consiste em uma estatística baseada em postos para medir a associação entre duas variáveis, pois refere-se a uma correlação bivariada, cuja técnica requer variáveis categóricas do tipo ordinal, razão pela qual a correlação de Spearman é indicada para a averiguação da relação entre duas variáveis categóricas, no lugar do coeficiente de correlação produto-momento de Pearson (SIEGEL; CASTELLAN JR., 2006).

O coeficiente de associação de Spearman não apresenta o pressuposto de normalidade em relação aos dados, isto é, trata-se de um teste não paramétrico que

dispensa o requisito de que os dados da amostra sejam retirados de uma população cujo comportamento tende a uma distribuição normal (DANCEY; REIDY, 2019).

Para interpretar os resultados, é necessário levar em consideração as classificações da Tabela 1.

Tabela 1 – Intensidade dos coeficientes de Spearman positivos e negativos

	Coeficiente	
	Perfeito	1
Forte	0,9	-0,9
	0,8	-0,8
	0,7	-0,7
Moderado	0,6	-0,6
	0,5	-0,5
	0,4	-0,4
Fraco	0,3	-0,3
	0,2	-0,2
	0,1	-0,1
Zero	0	

Fonte: Adaptado de Dancey e Reidy (2019)

Após a geração de uma tabela contendo os coeficientes de Spearman de uma relação bivariada entre as variáveis, procedeu-se à análise da correlação bivariada entre as variáveis cujos coeficientes de correlação positivos e negativos tenham sido significativos, ou seja, coeficientes de Spearman acima de 0,499.

3.7 Análise de Conteúdo

De acordo com o questionário aplicado nesta pesquisa, 100% das respostas foram afirmativas no que concerne à existência de um *website* próprio da empresa e que, em 95% desses *websites*, é possível fazer reservas *on-line*. Para verificar a funcionalidade desses sítios quanto à possibilidade de realização de reservas *on-line*, optou-se por uma análise de conteúdo categorial, com abordagem quantitativa.

Para além da análise da possibilidade de efetuar reservas *on-line*, optou-se por avaliar os demais recursos, como a existência de *links* no *website* do hotel para redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, YouTube, LinkedIn e WhatsApp, e informações para contato, como *e-mail*, telefone e endereço.

Dentre as técnicas de análise de conteúdo, é a análise categorial a mais antiga em sentido cronológico, sendo também a mais utilizada na prática, pois "[...]

funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias, segundo reagrupamentos analógicos" (BARDIN, 2011, p. 201).

De acordo com Bardin (2011), a organização da análise de conteúdo segue as seguintes etapas:

- Pré-análise
- Exploração do material
- Tratamento dos resultados, inferência e interpretação

A pré-análise é a fase inicial da organização da análise, da qual se deve obter, como resultado, um plano de análise. Ainda segundo Bardin (2011), a pré-análise é uma fase que requer as seguintes atividades:

- Leitura flutuante (constituindo-se de uma leitura superficial dos documentos que, depois, se torna cada vez mais específica).
- Escolha dos documentos: determinação do universo/gênero de documentos para análise e determinação do *corpus* (recorte do universo)
- Formulação de hipóteses e objetivos

O universo demarcado, ou gênero de documento para efetuar a análise de conteúdo, é o *website*. O *corpus*, isto é, o conjunto dos *websites* considerados para serem submetidos aos procedimentos analíticos, são todos os 22 sítios de internet dos hotéis participantes desta pesquisa.

Dessa forma, a pré-análise, neste trabalho, consistiu em uma leitura flutuante do *corpus* constituído pelos 22 *websites* dos hotéis.

As hipóteses, no contexto deste trabalho e conforme Bardin (2011, p. 35), seguem tendo como propósito a função de administração da prova: "[...] servindo de diretrizes, apelarão para o método de análise sistemática para serem verificadas, no sentido de uma confirmação ou de uma infirmação. É a análise de conteúdo para servir de prova".

Assim, a proposição deste trabalho é formulada da seguinte forma: de acordo com o sugerido pelas respostas ao questionário fechado, todos os hotéis realmente possuem um *website* com a funcionalidade de reservas *on-line*?

Para Laurence Bardin (2011, p. 131), a fase de exploração do material é “[...] longa e fastidiosa, consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas”.

Ainda de acordo com o autor, a codificação “[...] corresponde a uma transformação – efetuada segundo regras precisas – dos dados brutos do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo ou da sua expressão” (BARDIN, 2011, p. 133).

No caso de uma análise quantitativa e categorial, Bardin (2011) define a organização da codificação como uma composição de três elementos, que são:

- O recorte: escolha das unidades
- A enumeração: escolha das regras de contagem
- A classificação e a agregação: escolha das categorias

As unidades escolhidas para servir ao propósito de recorte são a unidade de registro e a unidade de contexto.

A unidade de registro, segundo Bardin (2011, p. 134), “[...] é a unidade de significação codificada e corresponde ao segmento de conteúdo considerado unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial”.

Com relação à unidade de contexto, o autor procura destacar o seu propósito, ao afirmar que “[...] serve de unidade de compreensão para codificar a unidade de registro e corresponde ao segmento da mensagem, cujas dimensões (superiores às da unidade de registro) são ótimas para que se possa compreender a significação exata da unidade de registro” (BARDIN, 2011, p. 137).

O *website* de cada hotel foi selecionado como sendo a unidade de contexto, que tem por objetivo fornecer as condições necessárias para determinar o significado mais preciso da unidade de registro.

Por sua vez, a unidade de registro pode ser considerada a palavra, o tema, o objeto ou referente, o personagem, o acontecimento, o documento ou a unidade de gênero (BARDIN, 2011). Para este trabalho, foram selecionadas como unidades de registro as palavras: reserva, Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Youtube, LinkedIn, Whatsapp, *e-mail*, telefone, endereço.

No que diz respeito à enumeração, adotou-se para a presente pesquisa a medida frequencial simples. Trata-se de fazer a contagem das vezes em que uma unidade de registro se faz presente e, assim, “[...] a regularidade quantitativa de aparição é, portanto, aquilo que se considera como significativo” (BARDIN, 2011, p. 139).

A abordagem da análise quantitativa consiste claramente em um processo de contagem da frequência do aparecimento de determinados elementos no conteúdo, no entanto, a abordagem não quantitativa também pode apresentar significância no contexto da presença ou ausência de determinados elementos no conteúdo (BARDIN, 2011). Dessa forma, este trabalho realiza uma análise frequencial simples e determina sua significância qualitativamente, pela possibilidade ou não da realização de reservas pelo *website*.

Neste capítulo sobre método foram apresentados os aspectos da metodologia da pesquisa científica adotada como estratégia para abordar o problema de pesquisa em questão.

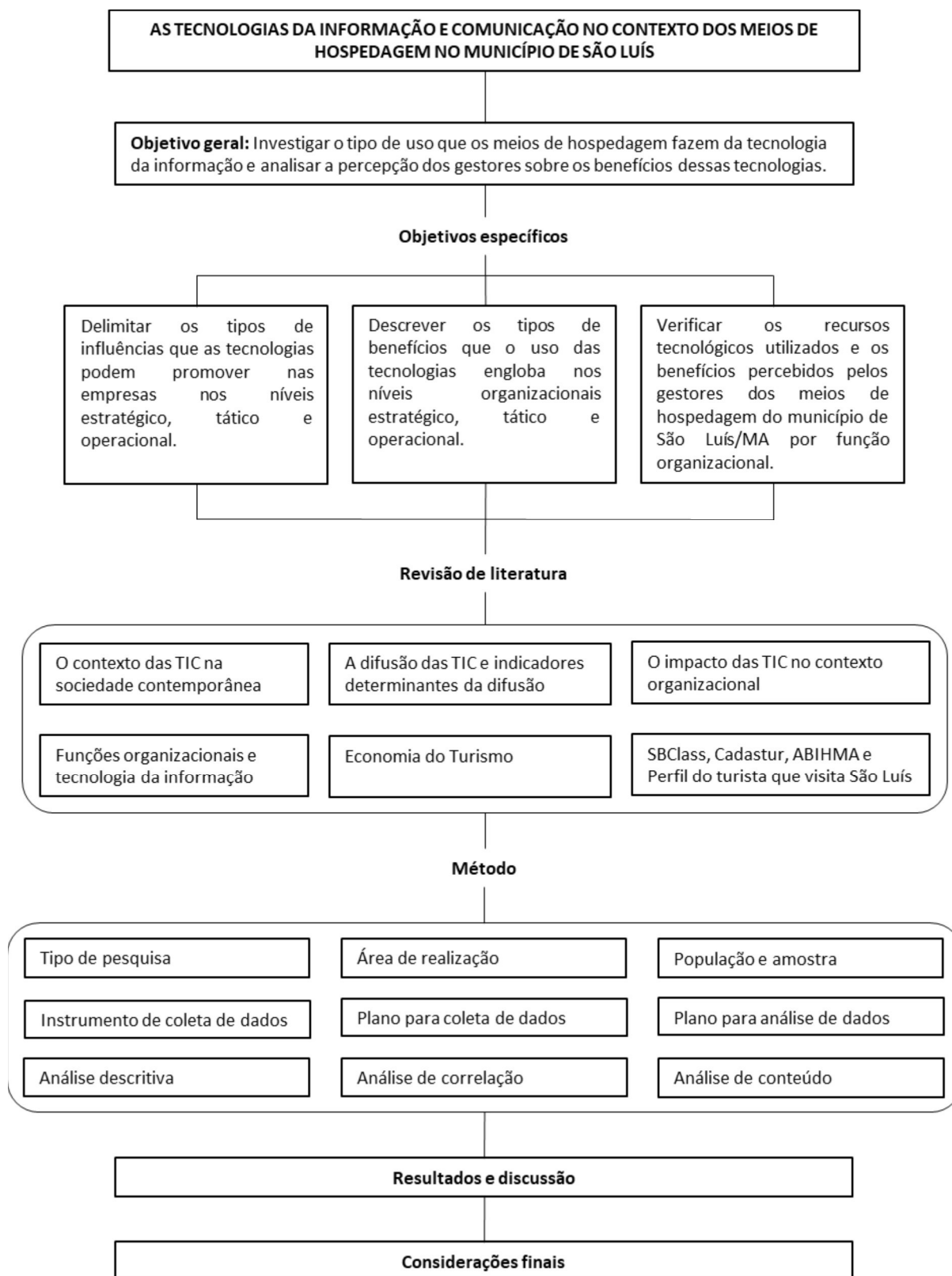
A pesquisa de levantamento foi o tipo de pesquisa empregada neste trabalho, sendo esta uma pesquisa de concepção filosófica pós-positivista, do tipo quantitativa com intuito de produzir estatísticas sobre a população-alvo apresentando uma descrição quantitativa numérica de tendências, atitudes ou opinião de uma população através de uma amostra.

O município de São Luís, capital do Estado do Maranhão, foi a área de realização definida para este estudo. A determinação da população e amostra foram selecionadas a partir da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIHMA.

O instrumento de coleta de dados selecionado foi o questionário composto por questões fechadas sendo que algumas questões usaram a estrutura Likert. As etapas da coleta de dados, plano de análise de dados, análise descritiva e análise de conteúdo tiveram a respectiva descrição realizada neste capítulo.

Na sequência, a Figura 11 demonstra as etapas adotadas para o desenvolvimento deste estudo passando pela definição do tema, objetivos geral e específicos, revisão de literatura, método, entre outros.

Figura 11 – Etapas da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2020), a partir da pesquisa de campo

O próximo capítulo aborda a análise e a discussão dos resultados que foram obtidos com o instrumento de coleta de dados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

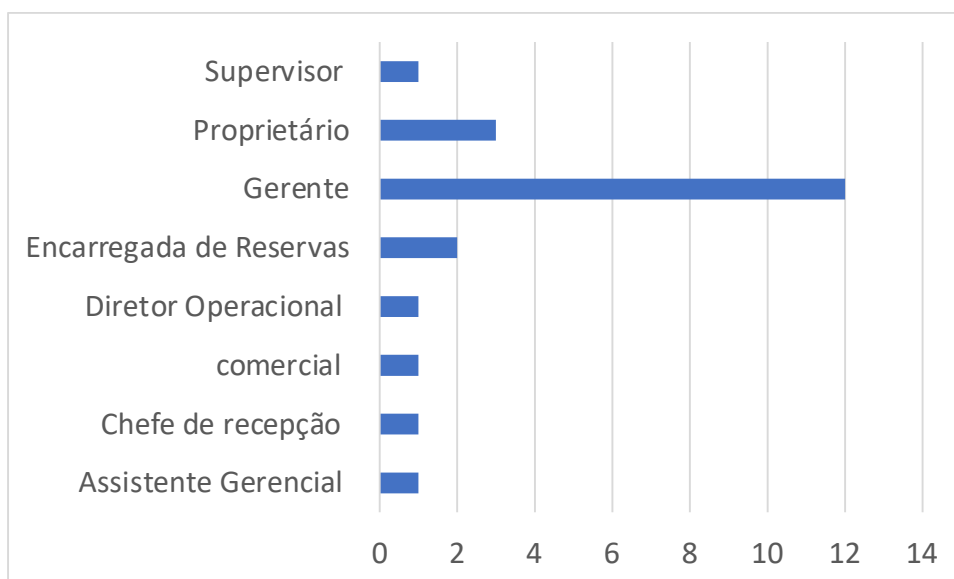
Com base na frequência das respostas obtidas com o questionário aplicado, foi realizada uma análise, que segue pontuada a seguir. Os gráficos correspondem às respostas no formato de porcentagem, enquanto o texto da análise de cada item do questionário é apresentado em números absolutos ou porcentagens.

4.1 Análise de Frequência das Respostas

Foi possível coletar 22 respostas de um total de 25 hotéis. Dessa forma, a análise das evidências fornecidas pelos dados empíricos baseia-se em uma amostra de tamanho 22, para uma população de 25 meios de hospedagem. Assim, para o nível de confiança de 95%, a margem de erro perfaz 8%.

No Gráfico 1, é possível observar a predominância do cargo de gerente entre os respondentes desta pesquisa. Do total de 22 respondentes, 12 se declararam gerentes, representando 54,5% do total, havendo uma distribuição entre os demais cargos. Em segundo lugar, com três ocorrências, vem o cargo de proprietário, o que corresponde a 13,6%.

Gráfico 1 – Cargo dos respondentes

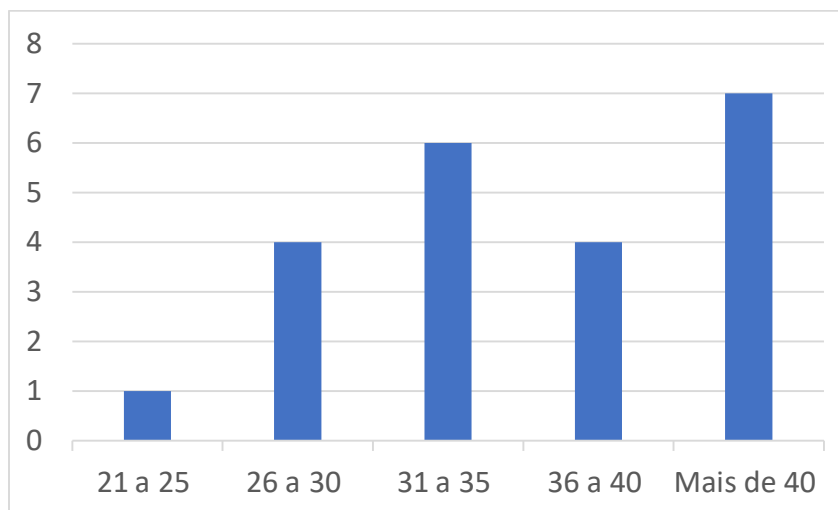


Fonte: Elaborado pelo autor (2020), a partir da pesquisa de campo

O Gráfico 2 está apresentando as idades dos participantes. Respondentes com a idade maior que 40 anos registraram 31,8%, contabilizando um total de sete

respondentes. A média e a mediana giram em torno de 31 a 35 anos de idade e a moda está acima dos 40 anos.

Gráfico 2 – Idade dos respondentes



Fonte: Elaborado pelo autor (2020), a partir da pesquisa de campo

De acordo com a Tabela 2, o maior número de respondentes tem idade superior a 40 anos, ou seja, sete respondentes, seguido pelo intervalo de 31 a 35 anos, contabilizando seis respondentes. O cargo de gerente possui o maior número de respondentes no mesmo intervalo de idade – acima de 40 anos, totalizando cinco pesquisados.

Tabela 2 – Apresentação de cargos por idade

Cargo	21 a 25	26 a 30	31 a 35	36 a 40	Mais de 40	Total
Assistente Gerencial	0	0	0	1	0	1
Chefe de recepção	0	0	1	0	0	1
Comercial	0	0	1	0	0	1
Diretor Operacional	0	0	0	1	0	1
Encarregada de Reservas	0	1	1	0	0	2
Gerente	1	2	3	1	5	12
Proprietário	0	0	0	1	2	3
Supervisor	0	1	0	0	0	1
Total	1	4	6	4	7	22

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir da pesquisa de campo.

Embora o cargo de gerente carregue consigo as maiores idades, percebe-se muita diversidade quanto à idade nessa função, uma vez que sete respondentes apresentam idade menor que 40 anos. Por outro lado, não houve qualquer registro de respondentes com idade de até 20 anos.

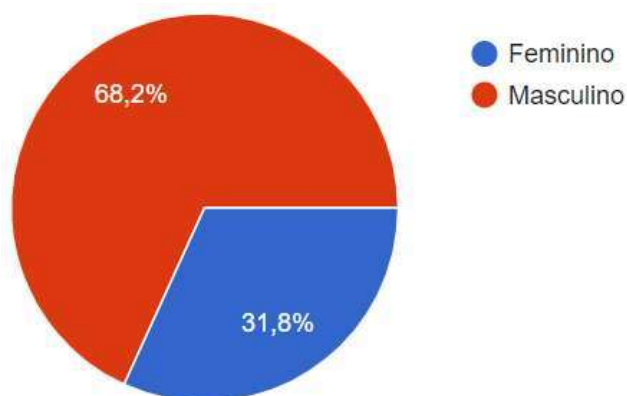
Os pesquisados com idades entre 31 e 40 anos são os que mais se distribuem entre os cargos registrados.

Do total de 22 respondentes, tem-se que a maioria pertence ao sexo masculino, contabilizando 15 entrevistados e representando 68,2% do total de participantes; por seu turno, as mulheres somam apenas sete e representam 31,8% dos respondentes.

A partir desse resultado é possível constatar a predominância de respondentes do sexo masculino em cargos de gestão nessas organizações.

O Gráfico 3 apresenta os dados referentes ao sexo dos respondentes.

Gráfico 3 – Sexo dos respondentes

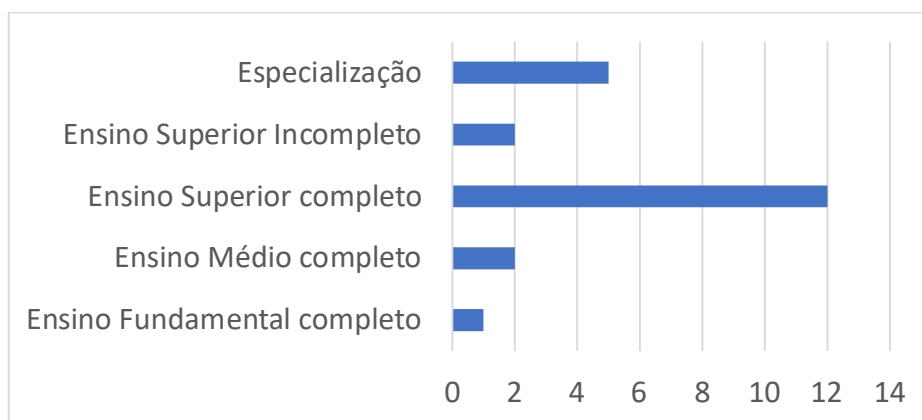


Fonte: Elaborado pelo autor (2020), a partir da pesquisa de campo

A escolaridade dos respondentes, conforme se observa no Gráfico 4, apontou com predominância o nível de Ensino Superior completo, com 12 respondentes (54%), seguido por cinco pesquisados (22,7%) em nível de Especialização.

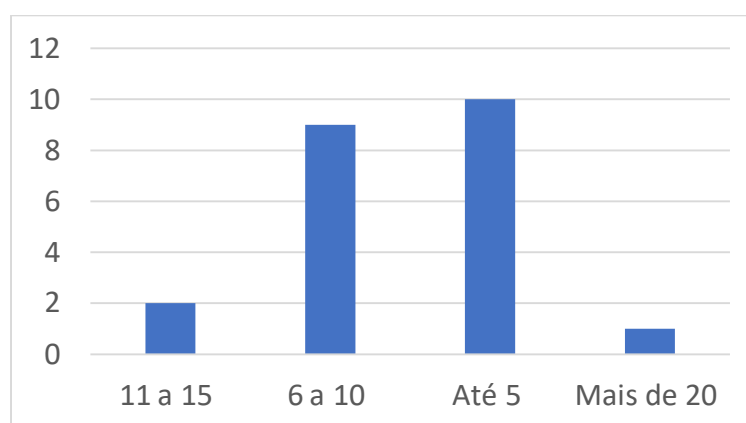
Houve duas ocorrências para o nível Ensino Médio completo e uma para o Ensino Fundamental completo, representando, respectivamente, 10,5% e 5,3% do total de respondentes. Não houve registros para os níveis de escolaridade de Mestrado e Doutorado.

Como a maioria dos participantes desta pesquisa possuem um nível de ensino até o superior completo é possível considerar que existe uma considerável margem para investimento em estudos podendo-se elevar ainda mais a participação no nível educacional de especialização.

Gráfico 4 – Escolaridade dos respondentes

Fonte: Elaborado pelo autor (2020), a partir da pesquisa de campo

Apenas um respondente apresentou o tempo de vínculo com a empresa acima dos 20 anos, enquanto dois participantes estão vinculados ao estabelecimento de 11 a 15 anos. Os outros 19 pesquisados se distribuíram entre os intervalos de até cinco anos (10 respondentes) e de seis a 10 anos (nove respondentes). Cabe destacar que o participante que possui maior tempo de vínculo com a empresa é o mesmo que se declarou proprietário do estabelecimento de prestação de serviços em hospedagem.

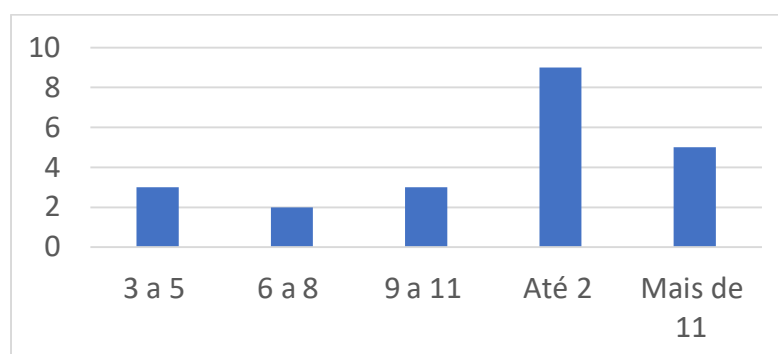
Gráfico 5 – Tempo de vínculo com a empresa

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O tempo de atuação no cargo atual está ilustrado no Gráfico 6. A atuação de até dois anos no mesmo cargo é mais incidente, com um total de nove respondentes. O intervalo de seis a oito anos apresenta a menor ocorrência, com apenas dois pesquisados, representando 9,1%; para o tempo superior a 11 anos de atuação no mesmo cargo, foram registradas cinco respostas, o que corresponde a

22,7% do total de respondentes.

Gráfico 6 – Tempo de atuação no cargo



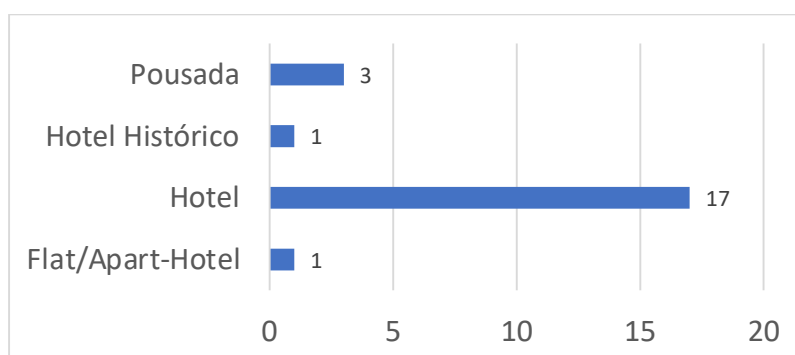
Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Os próximos dados abordam características das empresas hoteleiras, como tipo do meio de hospedagem e suas estrelas de classificação, tempo de atuação da empresa no mercado, número de funcionários, treinamento para os funcionários quanto ao uso da tecnologia da informação, quantidade de unidades habitacionais e quantidade de leitos.

O Gráfico 7 apresenta dados do tipo de hospedagem dos estabelecimentos conforme o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass).

O tipo hotel foi a predominância encontrada, perfazendo um total de 17 e representando 77,3% do total de respondentes; contaram-se ainda três pousadas, um *flat* / apart-hotel e um hotel histórico.

Gráfico 7 – Tipo do meio de hospedagem

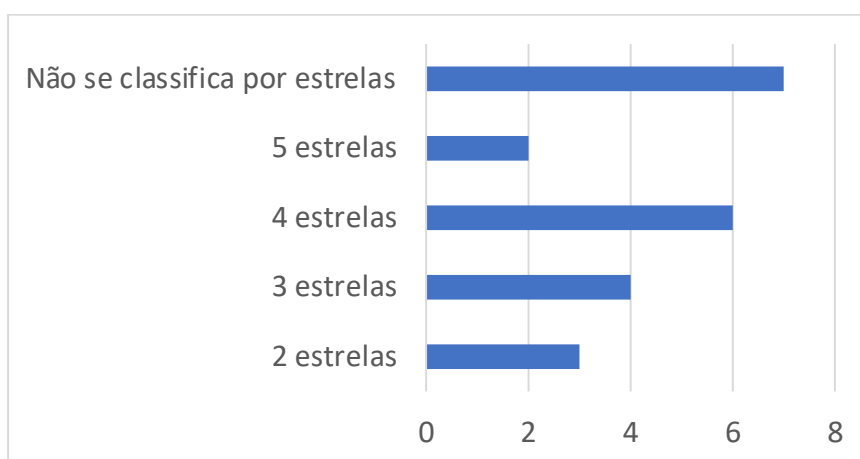


Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A classificação dos meios de hospedagem no Brasil é feita através de símbolos, dentre os quais foram adotadas as estrelas. Esta pesquisa identificou seis

meios de hospedagem que receberam quatro estrelas e apenas dois estabelecimentos com classificação de cinco estrelas. Para as classificações de três e duas estrelas houve, respectivamente, quatro e três meios de hospedagem. Para os casos em que o estabelecimento não adota a classificação de estrelas, foram identificados sete meios de hospedagem, representando 31,8% dos respondentes, conforme apresentado no Gráfico 8.

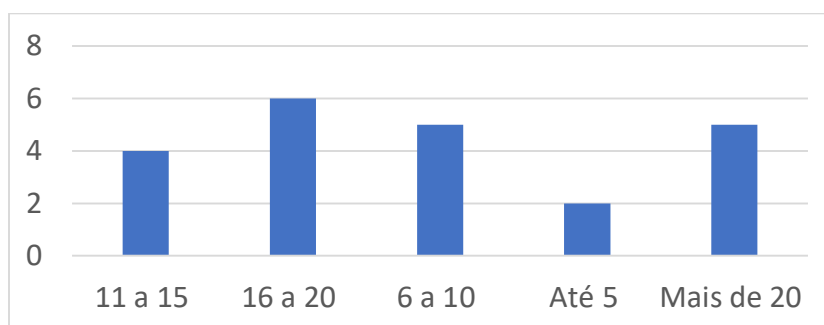
Gráfico 8 – Estrelas dos meios de hospedagem



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O Gráfico 9 apresenta dados sobre o tempo de atuação das empresas no mercado. Assim, tem-se que, para os intervalos de tempo “6 a 10 anos” e “16 a 20 anos”, foram registradas cinco e seis ocorrências, respectivamente. Para o intervalo “11 a 15 anos”, houve quatro estabelecimentos. Duas empresas contaram com tempo de atuação de até cinco anos e, para mais de 20 anos de atuação no mercado, foram encontrados cinco meios de hospedagem.

Gráfico 9 – Tempo de atuação da empresa no mercado



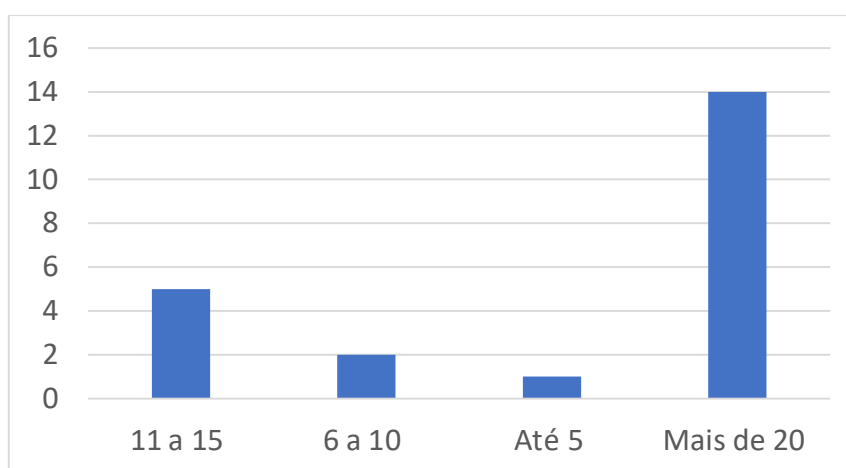
Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O instrumento de coleta de dados procurou levantar o número de funcionários existente em cada meio de hospedagem que participou desta pesquisa; o resultado alcançado pode ser observado no Gráfico 10.

São 14 meios de hospedagem que, compondo a maioria, declararam dispor de mais de 20 funcionários em seus estabelecimentos.

Os demais participantes apresentaram a seguinte distribuição: cinco respondentes relataram contar com 11 a 15 funcionários, duas empresas, de 6 a 10 colaboradores, e um respondente declarou dispor de até cinco funcionários.

Gráfico 10 – Número de funcionários



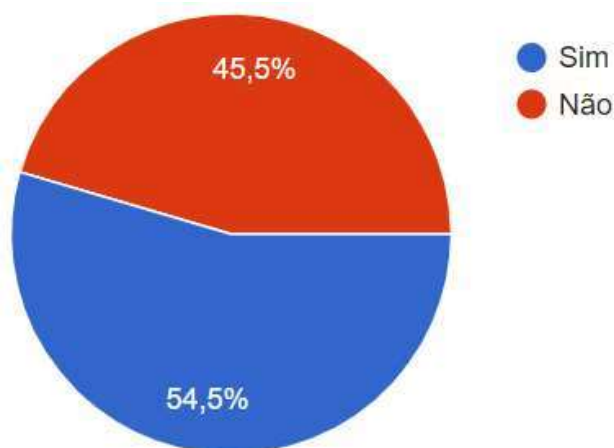
Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A realização de treinamentos para a qualificação de funcionários no que tange às novas tecnologias da informação e comunicação é um dado fundamentalmente importante porque pode indicar como a empresa trata o tema.

Esse dado é importante especialmente quando a organização faz uso intensivo de tecnologias da informação e comunicação seja nas atividades organizacionais ou na oferta desses serviços para os clientes.

O Gráfico 11 revela a quantidade de empresas que promovem ou não o treinamento em tecnologias. Somente 12 respondentes declararam que promovem tais treinamentos, o que representa 54,5% do total de participantes.

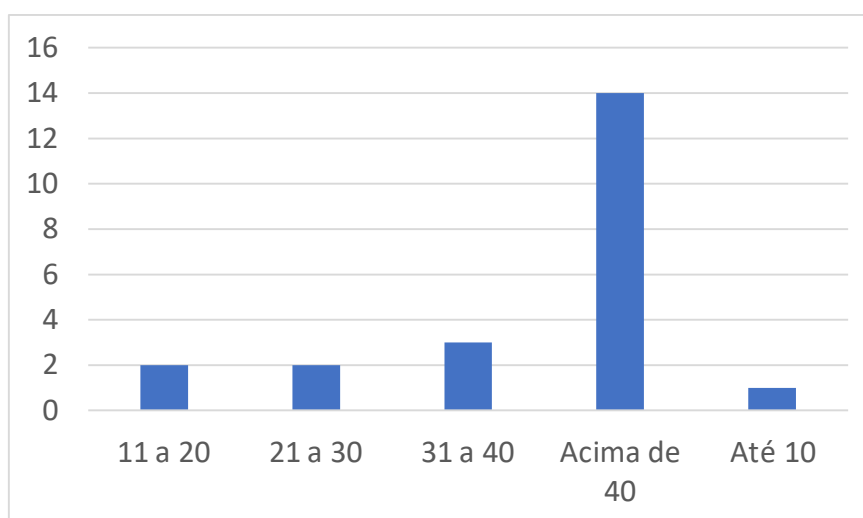
Os 10 outros estabelecimentos não oferecem treinamento relacionado ao uso das tecnologias da informação.

Gráfico 11 – Treinamento para os funcionários em Tecnologia da Informação

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Quanto às unidades habitacionais, houve uma predominância de 14 estabelecimentos (63,6%) com mais de 40 unidades, seguidos por três meios de hospedagem que declararam possuir entre 31 a 40 unidades habitacionais. Outros cinco respondentes apontaram os intervalos de 21 a 30, 11 a 20 e, no máximo, 10 unidades, respectivamente. Esses dados estão apresentados no Gráfico 12.

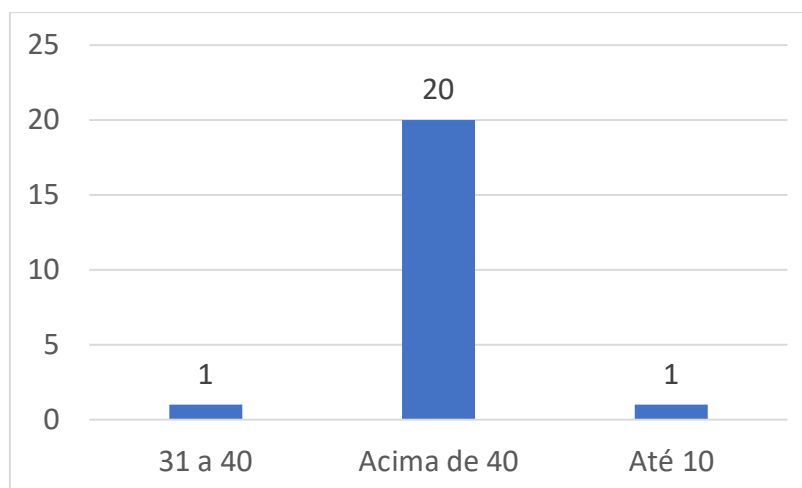
A quantidade de unidades habitacionais disponibilizada pelos meios de hospedagem é um dado que permite considerar o tamanho dos estabelecimentos e a diferença entre eles. Sendo assim, percebe-se que mais da metade dos hotéis possui mais de 40 unidades habitacionais.

Gráfico 12 – Unidades habitacionais

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Com relação à quantidade de leitos, 20 meios de hospedagem declararam possuir acima de 40 leitos; um estabelecimento conta com 31 a 40 leitos e o outro, com até 10 leitos, conforme se observa no Gráfico 13.

Gráfico 13 – Quantidade de leitos



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A próxima sequência de gráficos aborda dados referentes a funções organizacionais, nas quais se utiliza algum recurso de tecnologia da informação, como *softwares*, sistemas ou aplicativos.

O uso de tecnologia da informação em atividades de Produção ou Serviço foi levantado pelo questionário e o resultado alcançado pela coleta de dados está expresso no Gráfico 14.

Nota-se que esse tipo de tecnologia é empregado em todas as atividades da função organizacional em questão, com predominância para a atividade de gerenciamento de serviços, com 18 ocorrências, seguida pelas atividades de planejamento de serviços e monitoração e manutenção de equipamentos, com 12 citações cada uma.

Foi constatado que a Pesquisa, desenvolvimento e engenharia têm a menor incidência, com um total de quatro empresas.

Dos 22 respondentes, apenas dois não consideraram o uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Produção ou Serviço e, portanto, suas respostas não foram registradas.

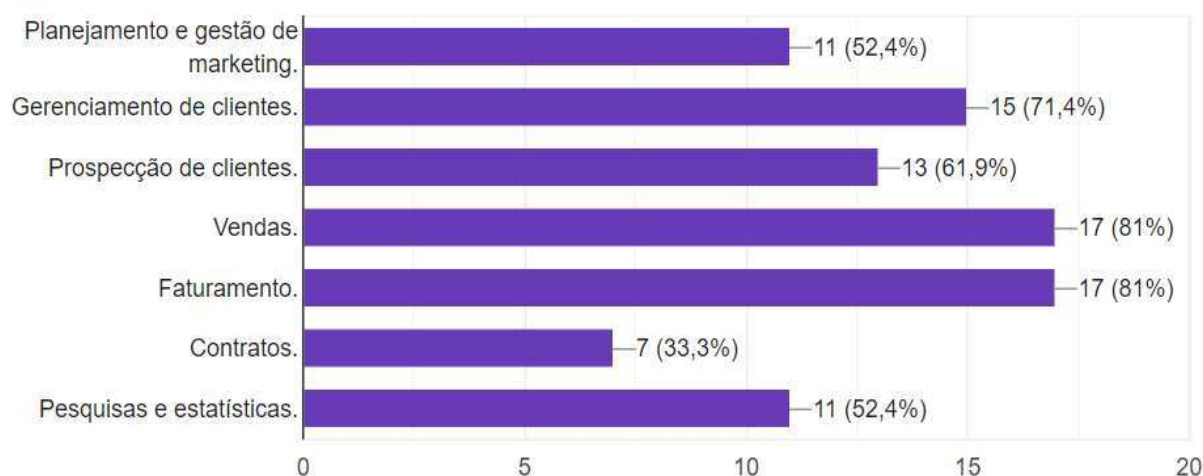
Gráfico 14 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Produção/Serviço



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Na função organizacional Comercial ou *Marketing*, cujos dados são apresentados no Gráfico 15, tem-se que as tecnologias da informação são empregadas em todas as atividades mencionadas, sendo que Vendas e Faturamento se destacam no uso de tecnologia e Contratos é a atividade que menos adota as tecnologias da informação. De todos os 22 respondentes, apenas um não declarou utilizar alguma tecnologia em atividades dessa função organizacional.

Gráfico 15 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Comercial/Marketing

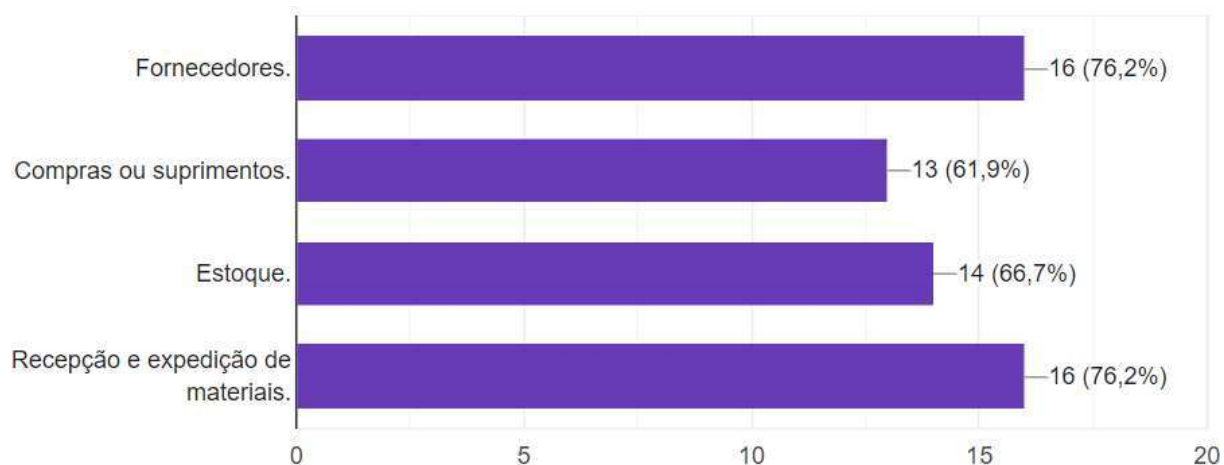


Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O Gráfico 16 retrata a quantidade de empresas entrevistadas que utilizam tecnologias da informação e comunicação na função organizacional de Materiais e Logística. Nota-se que todas as atividades mencionadas nesta função

organizacional contam com, pelo menos, 13 estabelecimentos que empregam tecnologias e apenas um dos respondentes declarou não adotar qualquer tecnologia da informação.

Gráfico 16 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Materiais/Logística

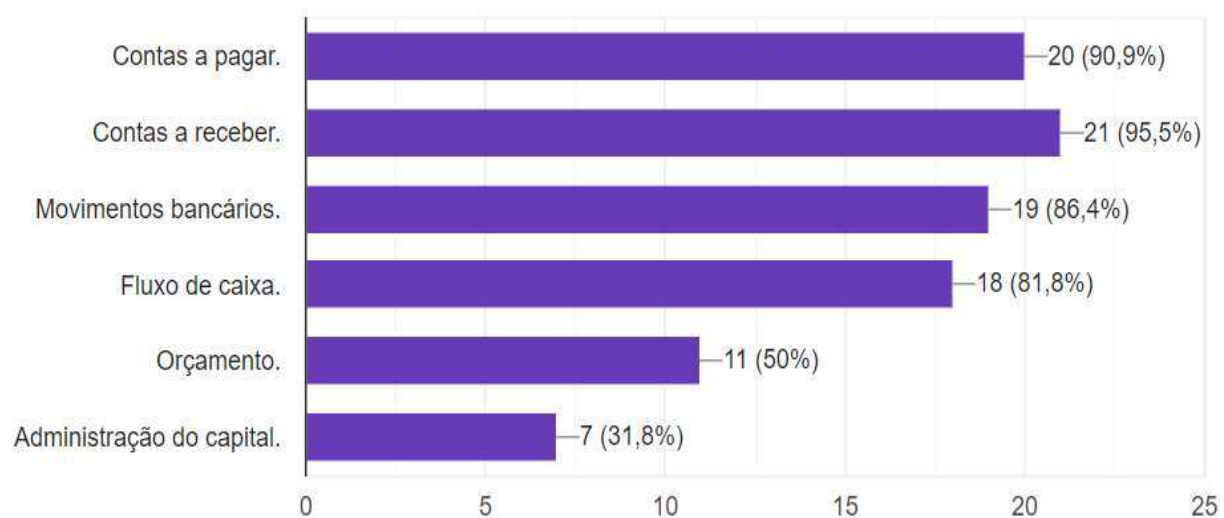


Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Para a função organizacional Financeira, que trata do desempenho e gestão das finanças da organização, os dados coletados também demonstram um acentuado emprego de tecnologias da informação, exceto para as atividades de Administração do capital e Orçamento.

Todos os respondentes declararam utilizar tecnologias em atividades dessa função organizacional, conforme se observa no Gráfico 17.

Gráfico 17 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional Financeira



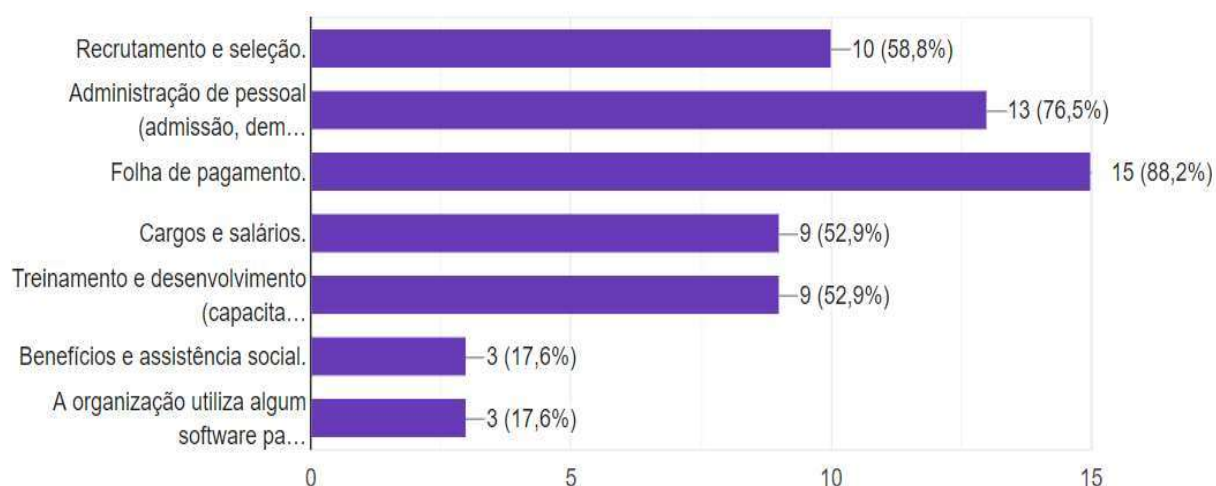
Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Em Recursos Humanos, função organizacional que trata da gestão de pessoas, percebe-se que apenas três respondentes revelaram a utilização de tecnologias nas atividades de Benefício e Assistência Social e Controle da Segurança e/ou Medicina do Trabalho.

Por outro lado, 15 participantes apontaram o uso de tecnologias na atividade de Folha de Pagamento, enquanto 13 pesquisados declararam o emprego de tecnologias na atividade de Administração de Pessoal.

De todos os respondentes, houve cinco que não relataram o uso de tecnologias em qualquer das atividades dessa função organizacional. De acordo com o Gráfico 18, esse número representa 22,7% do total de entrevistados.

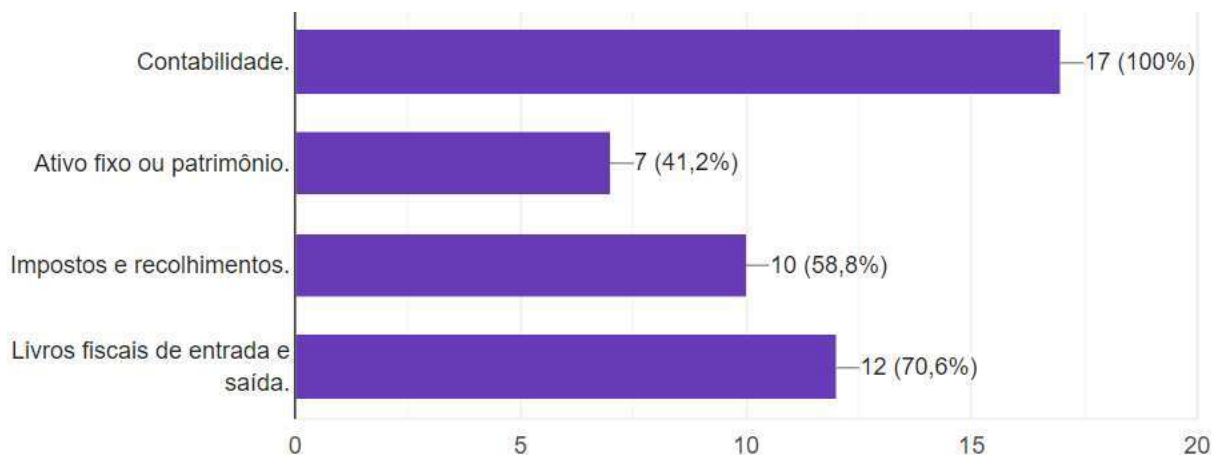
Gráfico 18 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional de Recursos Humanos



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A última função organizacional é a Jurídico Legal, que inclui atividades como a Contabilidade, Impostos e Recolhimentos. Os respondentes declararam ter empregado tecnologias da informação em Contabilidade, com 17 ocorrências, e o menor uso de tecnologia recaiu sobre a atividade de Ativo fixo ou Patrimônio. São cinco os pesquisados que não apontaram qualquer uso de tecnologias nas atividades desta função organizacional. Os dados coletados podem ser vistos no Gráfico 19.

Gráfico 19 – Uso de tecnologia da informação em atividades da função organizacional do Jurídico Legal

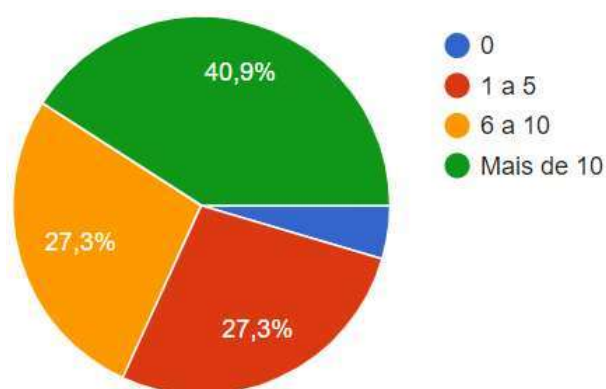


Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Na sequência, os dados abordam características dos meios de hospedagem quanto à infraestrutura tecnológica para as operações do empreendimento, como a quantidade de computadores e disponibilização de Internet.

Com relação à quantidade de computadores destinados ao uso de funcionários, o Gráfico 20 demonstra que nove estabelecimentos (40,9%) disponibilizam mais de dez computadores para essa finalidade. Para o intervalo de “1 a 5” e “6 a 10” computadores, somaram-se seis respondentes (27,3%) e apenas um pesquisado afirmou que não disponibiliza computadores para seus funcionários. Todos os 22 entrevistados responderam a este item do questionário.

Gráfico 20 – Computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

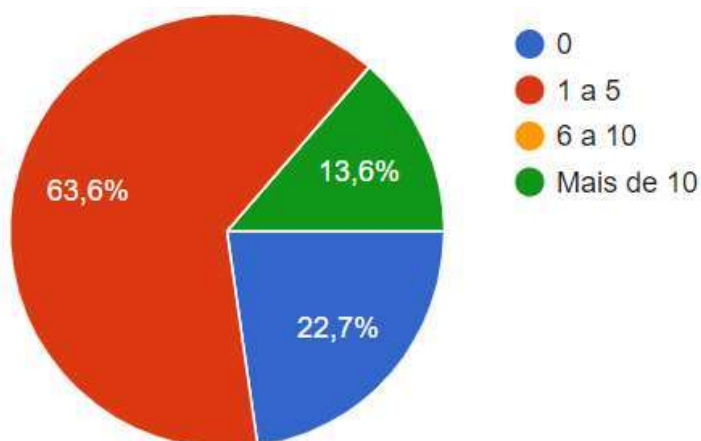
Quanto à disponibilização de *notebooks* para uso dos funcionários em suas atividades administrativas, percebe-se uma mudança significativa em comparação

aos computadores de mesa, sendo que os *notebooks* são menos utilizados.

Conforme pode ser observado no Gráfico 21, são 14 (63,6%) os estabelecimentos que disponibilizam de um a cinco *notebooks* para seus colaboradores.

Três outros pesquisados (13,6%) destinam mais de dez *notebooks* para uso dos funcionários e cinco respondentes (22,7%) declararam que não adotam essa prática. Todos os 22 participantes responderam a este item do questionário.

Gráfico 21 – Notebooks da empresa para uso dos funcionários

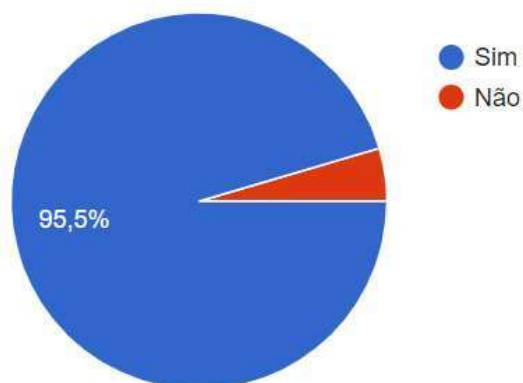


Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Como todos os estabelecimentos participantes estão localizados na zona urbana do município de São Luís, é plausível considerar que, de fato, todos os meios de hospedagem tenham acesso à Internet, uma vez que “[...] empresas de todo o mundo utilizam redes e a Internet para localizar fornecedores e compradores, para negociar contratos com eles e para prestar serviços maiores, melhores e mais rápidos que nunca” (BALTZAN, 2016, p. 396).

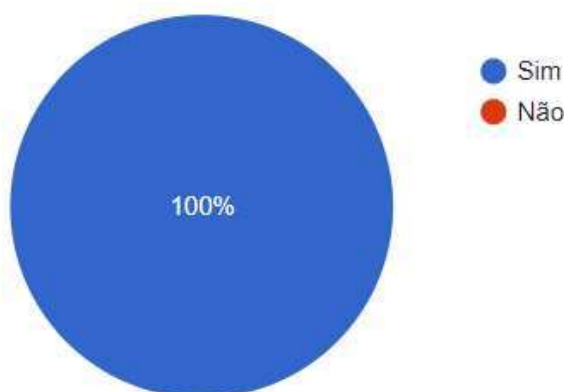
Um uso das tecnologias da informação e comunicação que se pode considerar comum neste setor de prestação de serviços em hospedagem é o do controle de reservas.

Assim, todos os respondentes declararam possuir *software* para o controle de reservas, com exceção de um estabelecimento, como ser constatado na apresentação do Gráfico 22.

Gráfico 22 – Software para o controle de reservas

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

De acordo com o Gráfico 23, todos os respondentes declararam que a organização possui um *site* ou uma página na *web*.

Gráfico 23 – A organização possui um *site* próprio?

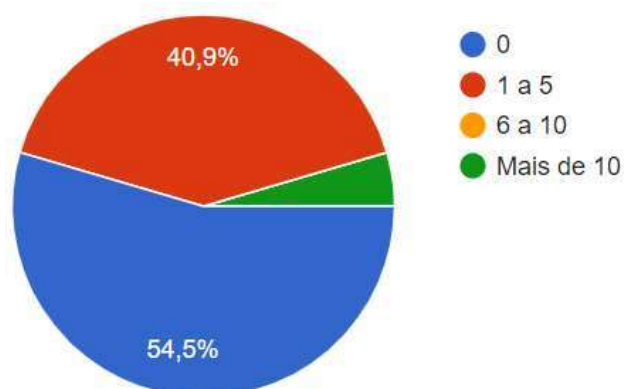
Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Como todos os respondentes declararam que seus estabelecimentos possuem *sites* próprios, considerou-se neste trabalho a realização de uma análise desses *sites* quanto à funcionalidade para a efetivação de reservas *on-line*, que pode ser consultada na seção 4.3, mais adiante.

A próxima sequência de gráficos aborda dados referentes à infraestrutura tecnológica disponibilizada para o uso dos clientes, como computadores, *notebooks* e acesso à Internet. O primeiro gráfico apresentado nesta nova sequência é o Gráfico 24, que apresenta a distribuição de estabelecimentos por intervalo quantitativo de computadores destinados ao uso dos clientes.

São 12 (54,5%) os respondentes que declararam não haver nenhum computador de mesa para clientes; nove estabelecimentos (40,9%) ofertam de um a cinco computadores para tal finalidade e apenas um pesquisado relatou que disponibiliza mais de dez computadores de mesa para sua clientela. Os 22 participantes da pesquisa responderam a este item do questionário.

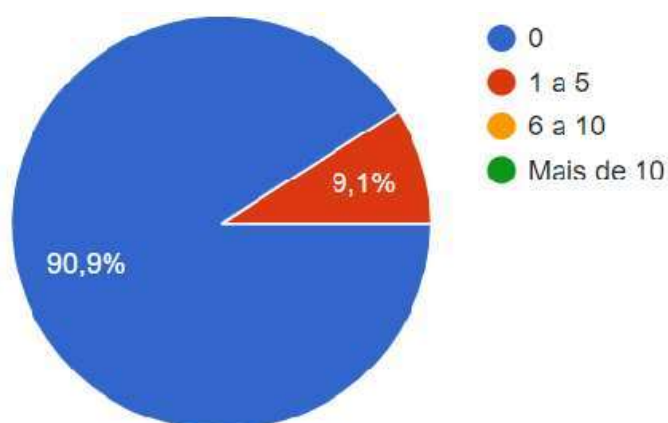
Gráfico 24 – Computadores de mesa da empresa para uso dos clientes



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O Gráfico 25 apresenta os dados relativos ao número de *notebooks* disponibilizados para utilização dos clientes. As empresas, em sua maioria, responderam que não disponibilizam esse equipamento e apenas dois estabelecimentos adotam essa prática, no intervalo quantitativo de “1 a 5” *notebooks*. Todos os entrevistados responderam a este item do questionário.

Gráfico 25 – *Notebooks* da empresa para uso dos clientes

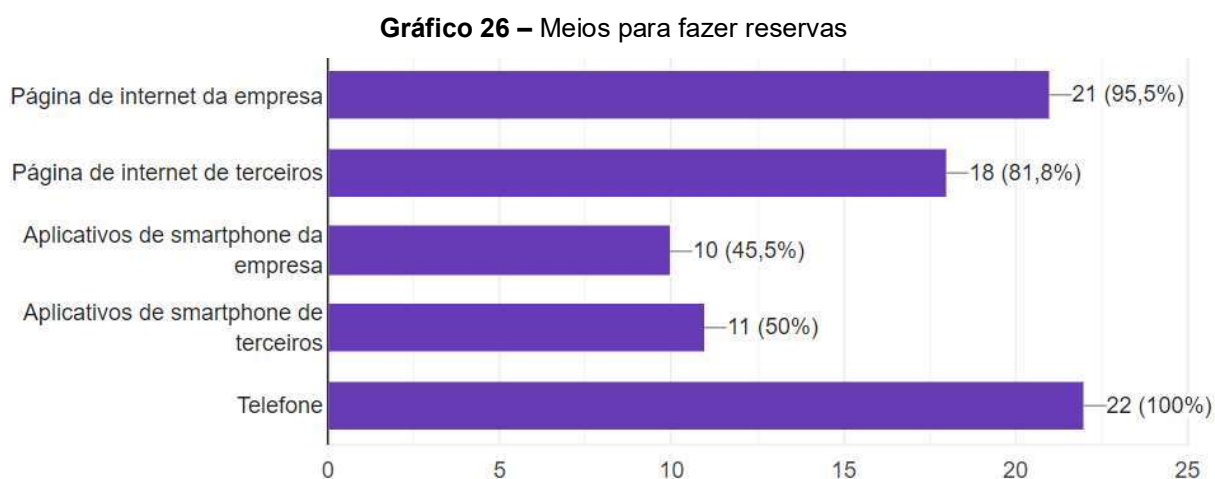


Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Os meios empregados para a realização de reservas pelos clientes estão demonstrados no Gráfico 26.

Todos os respondentes declararam que o contato telefônico possui essa finalidade, seguidos por 21 estabelecimentos que utilizam a própria página de Internet; 18 pesquisados revelaram a utilização de páginas de Internet de terceiros para efetivar suas reservas.

Quanto à utilização de aplicativos de celulares da empresa e de terceiros para agendamento de reservas, foram apenas 10 e 11, respectivamente, que declararam esse uso.



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

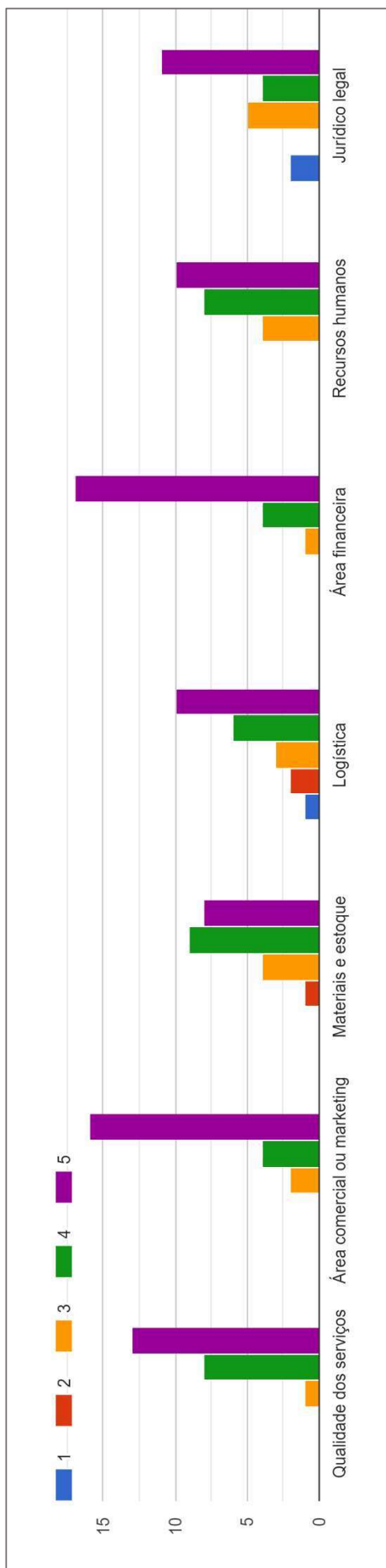
O questionário aplicado na presente pesquisa também verificou a percepção dos respondentes a respeito do potencial de benefícios que podem ser proporcionados pelo uso de tecnologias da informação e comunicação nas atividades das funções organizacionais.

O Gráfico 27 apresenta as respostas obtidas; fora solicitada a atribuição de valores de um a cinco, sendo um para pouco impacto e cinco para muito impacto.

Os participantes, em sua maioria, opinaram que a tecnologia da informação e comunicação possui grande potencial de impacto nas empresas.

As funções organizacionais melhor avaliadas foram Qualidade dos Serviços, área Comercial ou *Marketing* e área Financeira. As funções que obtiveram avaliação mediana foram Recursos Humanos e Materiais e Estoque.

Gráfico 27 – Opinião sobre o potencial de benefícios que podem ser proporcionados pelo uso das tecnologias de informação e comunicação nas funções organizacionais



Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Para as funções de Jurídico Legal e Logística, houve maior distribuição das avaliações entre os níveis de impacto, no entanto, foi registrado um apontamento de pouco impacto das tecnologias da informação para a função de Logística e dois para a função de Jurídico Legal.

Portanto, a percepção dos respondentes sobre o potencial de benefícios que as TIC podem proporcionar no que tange às funções organizacionais das empresas é, de forma geral, muito positiva.

4.2 Análise de Correlação

4.2.1 Verificação de Normalidade da Amostra

As 67 variáveis decorrentes dos 23 itens do questionário se configuram como dados nominais e ordinais, não existindo, assim, variáveis com o valor numérico.

A suposição de normalidade foi verificada graficamente e, na elaboração dos gráficos de histograma, foi constatada a inexistência de uma distribuição normal. Além disso, verificou-se a normalidade por meio de teste estatístico e, no caso deste trabalho, por contar com uma amostra pequena, de apenas 22 respondentes, foi aplicado o teste de Shapiro-Wilk.

Por uma questão de simples conferência, para comparação, foi aplicado o teste estatístico de normalidade de Pearson. Ambos os testes, Shapiro-Wilk e Pearson, foram realizados para decidir se a distribuição é normal ou não, com o nível de significância estabelecido em 0,05. Esses testes tentam verificar “[...] se a distribuição se desvia de uma distribuição normal modelo” (FIELD, 2009, p. 112).

A Tabela 3 apresenta os resultados obtidos pelos testes estatísticos de normalidade, nos quais foram empregados o teste de Shapiro-Wilk e o de Pearson. Como pode ser observado, quase todas as 67 variáveis apresentaram testes significativos, isto é, seus resultados são inferiores a 0,05, o que implica um desvio de uma distribuição normal, ou seja, são significativamente diferentes de uma distribuição normal (FIELD, 2009). Apenas as variáveis X50, X52, X54 e X60 apresentaram erro no teste de Shapiro-Wilk, pois não houve variação nos valores da amostra, isto é, seus valores são constantes.

Tabela 3 – Resultado do teste estatístico de normalidade

Variável	Shapiro	Pearson	Variável	Shapiro	Pearson	Variável	Shapiro	Pearson
X1	5.060e-04	2.473e-06	X24	2.142e-07	4.829e-16	X47	3.433e-06	2.390e-11
X2	0.013867	0.001185	X25	1.049e-06	2.356e-13	X48	1.529e-03	3.334e-06
X3	1.049e-06	2.356e-13	X26	3.716e-06	3.249e-11	X49	3.235e-05	2.045e-10
X4	1.726e-04	3.021e-07	X27	5.145e-07	1.459e-14	X50	ERRO	0.0002004
X5	5.373e-05	9.029e-08	X28	2.708e-06	9.506e-12	X51	7.417e-10	1.044e-24
X6	0.0005137	0.0008891	X29	1.824e-06	2.040e-12	X52	ERRO	0.0002004
X7	4.347e-07	4.829e-16	X30	5.145e-07	1.459e-14	X53	1e-05	3.772e-10
X8	0.003148	0.006474	X31	4.875e-09	3.968e-22	X54	ERRO	3.968e-22
X9	0.02974	0.01950	X32	7.417e-10	1.044e-24	X55	4.875e-09	0.0002004
X10	2.263e-05	2.045e-10	X33	2.154e-08	7.981e-20	X56	7.417e-10	1.044e-24
X11	3.433e-06	2.390e-11	X34	7.490e-08	8.515e-18	X57	7.49e-08	8.515e-18
X12	1.350e-05	1.281e-09	X35	3.716e-06	3.249e-11	X58	3.433e-06	2.39e-11
X13	2.454e-09	5.422e-22	X36	1.049e-06	2.356e-13	X59	3.716e-06	3.249e-11
X14	3.433e-06	2.390e-11	X37	3.433e-06	2.390e-11	X60	ERRO	0.0002004
X15	7.490e-08	8.515e-18	X38	2.708e-06	9.506e-12	X61	2.071e-05	1.108e-10
X16	7.490e-08	8.515e-18	X39	1.049e-06	2.356e-13	X62	1.431e-06	1.73e-13
X17	2.708e-06	9.506e-12	X40	2.708e-06	9.506e-12	X63	0.002323	1.833e-06
X18	3.433e-06	2.390e-11	X41	2.708e-06	9.506e-12	X64	0.0006516	1.988e-05
X19	3.433e-06	2.390e-11	X42	2.154e-08	7.981e-20	X65	4.569e-07	4.829e-16
X20	3.716e-06	3.249e-11	X43	2.154e-08	7.981e-20	X66	0.0002643	4.083e-07
X21	1.049e-06	2.356e-13	X44	2.142e-07	4.829e-16	X67	0.0001638	3.334e-06
X22	2.708e-06	9.506e-12	X45	1.049e-06	2.356e-13			
X23	2.142e-07	4.829e-16	X46	3.433e-06	2.390e-11			

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A correlação de Pearson não é adotada nesta pesquisa pelo fato de a distribuição ser não normal e porque não houve uma variável que se classificasse como numérica, caso em que a correlação de Pearson é recomendada.

O último item do questionário desta pesquisa coleta a percepção do respondente em relação ao potencial de benefícios das tecnologias de informação e comunicação nas diversas áreas da organização.

Assim como mencionado anteriormente, essas áreas são: Qualidade dos Serviços, área Comercial ou *Marketing*, Materiais e Estoque, Logística, área Financeira, Recursos Humanos e Jurídico Legal.

Na próxima seção são apresentados os resultados das correlações de Spearman mais significativas.

4.2.2 Análise do Coeficiente de Spearman

A Tabela 4 apresenta o resultado de testes da correlação de Spearman para variáveis categóricas ordinais. Com a exceção de um coeficiente negativo de -0,509, todos os demais coeficientes Spearman acima de 0,500 foram abordados, perfazendo um total de oito correlações, sendo que apenas duas foram consideradas de intensidade forte e as outras, de intensidade moderada.

É importante destacar que não houve coeficiente de correlação de Spearman acima de 0,9; todos os coeficientes listados obtiveram p-valor abaixo de 0,05.

Tabela 4 – Resultado do teste de correlação de Spearman

Variável	Correlação	Variável
Número de estrelas deste meio de hospedagem	0,691	Número de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários
Idade	0,604	Tempo de atuação da empresa no mercado
	-0,509	Tempo de vínculo com a empresa
	0,679	Número de estrelas deste meio de hospedagem
Número de funcionários	0,587	Número de unidades habitacionais
	0,852	Número de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários
Área comercial ou <i>marketing</i>	0,738	Qualidade dos serviços
Recursos humanos	0,613	Jurídico Legal

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Como se observa na Tabela 4, a variável “Número de funcionários” obteve um total de quatro correlações, indo de um coeficiente de -0,509 até 0,852. Para interpretar esses e os demais resultados encontrados na tabela, é necessário levar em consideração as classificações da Tabela 2, que dizem respeito à intensidade do coeficiente Spearman, de correlação positiva e negativa.

Ressalta-se que as correlações da Tabela 4 são abordadas de forma mais detalhada nas seções subsequentes.

4.2.2.1 Correlação: Número de estrelas deste meio de hospedagem e Número de computadores para funcionários

No instrumento de coleta de dados, o item X8, “Número de estrelas deste meio de hospedagem”, e o item X48, “Número de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários?” colheram dados categóricos do tipo ordinal.

A Tabela 5 é uma tabela de contingência, que cruza as respostas obtidas para a questão concernente ao número de estrelas do meio de hospedagem com as respostas coletadas para a quantidade de computadores para uso dos funcionários.

Tabela 5 – Número de computadores de mesa disponibilizados aos funcionários, por número de estrelas

		Estrelas deste meio de hospedagem					Total
		0	2	3	4	5	
Computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários	0	1	0	0	0	0	1 (4,5%)
	1 a 5	5	0	1	0	0	6 (27,3%)
	6 a 10	1	1	2	1	1	6 (27,3%)
	Mais de 10	0	2	1	5	1	9 (40,9%)
Total		7 (31,8%)	3 (13,6%)	4 (18,2%)	6 (27,3%)	2 (9,1%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Dentre os estabelecimentos pesquisados, encontram-se sete hotéis (31,8%) que não possuem classificação por estrelas e, destes, apenas um (4,5%) não disponibiliza computadores.

Dos nove empreendimentos (40,9%) que possuem mais de 10 computadores para uso dos funcionários, somente um hotel ostenta cinco estrelas.

O resultado gerado pelas variáveis “Número de estrelas” e “Quantidade de computadores para uso dos funcionários” na correlação de Spearman foi um coeficiente de 0,691 e um valor-p de 0,000.

A associação entre as duas variáveis apresenta uma intensidade moderada, pois o coeficiente Spearman de 0,691 encontra-se no intervalo de 0,400 até 0,699, conforme se observa na Tabela 2.

O p-valor de 0,000 está abaixo de 0,05, revelando que a correlação, além de ser moderada, também é significativa.

Elevando o coeficiente de associação à potência dois, é possível obter o coeficiente de determinação, cuja medida é a quantidade de variação em uma variável que é explicada por outra (FIELD, 2009).

Nesse sentido, tem-se que $0,690^2$ é igual a um coeficiente de determinação de 0,48 e, assim, a estimativa de variabilidade na variável “Quantidade de computadores para o uso dos funcionários” pode ser explicada em 48% pela variável “Número de estrelas”.

É importante destacar que o fato de uma variação nos valores de uma variável ter a possibilidade de ser explicada por outra variável não significa que haja uma relação de causa e efeito, mas que estão relacionadas quanto às variações (FIELD, 2009).

Desse modo, a variação em quantidade de computadores pode ser explicada em 48% pela variação em número de estrelas, e não necessariamente o número de estrelas são a causa dessa variabilidade na quantidade de computadores.

Uma vez que o coeficiente de Spearman entre computadores para funcionários e o número de estrelas do meio de hospedagem apresentou intensidade moderada e positiva, considerou-se a realização de uma análise da tabela de classificação cruzada com as demais variáveis relacionadas ao perfil do respondente. Assim, as variáveis “Idade” e “Sexo” não apresentaram destaques na associação com a quantidade de computadores para uso dos funcionários. Entretanto, a variável “Escolaridade” tem seus dados demonstrados na Tabela 6.

Tabela 6 – Número de computadores para uso de funcionários por escolaridade

Escolaridade	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários				Total
	0	1 a 5	6 a 10	Mais de 10	
Ensino Fundamental completo	0	1	0	0	1 (4,5%)
Ensino Médio completo	0	1	0	1	2 (9,1%)
Ensino Superior Incompleto	0	0	1	1	2 (9,1%)
Ensino Superior completo	1	3	3	5	12 (54,5%)
Especialização	0	1	2	2	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	6 (27,3%)	6 (27,3%)	9 (40,9%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Essa tabela de classificação cruzada entre escolaridade e quantidade de computadores demonstra que os respondentes com Ensino Superior completo e aqueles com Especialização são a maioria, representando 17 (77,2%) do total de participantes e, simultaneamente, correspondem à maioria dos estabelecimentos com computadores para funcionários.

Mesmo considerando apenas os nove estabelecimentos com mais de 10 computadores para funcionários, os níveis de escolaridade Ensino Superior completo e Especialização somam sete (77,8%) do total de respondentes, contra apenas dois pesquisados (22,2%) com nível de escolaridade inferior ao Ensino Superior completo.

Com essa análise da tabela de classificação cruzada entre o nível de escolaridade e a quantidade de computadores de mesa para uso dos funcionários, foi possível constatar que, para esse conjunto de dados, quanto maior o nível de escolaridade dos respondentes, maior é a quantidade de computadores para uso dos funcionários no mesmo estabelecimento.

Outra variável foi o tempo de vínculo com a empresa, que demonstrou uma associação com destaque para participantes com maior tempo de casa, conforme se observa na Tabela 7.

Tabela 7 – Número de computadores para uso de funcionários por tempo de vínculo com a empresa

Tempo de vínculo com a empresa	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários				Total
	0	1 a 5	6 a 10	Mais de 10	
Até 5 anos	0	1	4	5	10 (45,5%)
6 a 10 anos	0	3	2	4	9 (40,9%)
11 a 15 anos	0	2	0	0	2 (9,1%)
Mais de 20 anos	1	0	0	0	1 (4,5%)
Total	1 (4,5%)	6 (27,3)	6 (27,3)	9 (40,9%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Do número total de participantes, nove (40,9%) declararam apresentar maior quantidade de computadores, sendo que estes são respondentes com até 10 anos de vínculo com a empresa.

Acima de 11 anos de vínculo empregatício, estão apenas três respondentes (13,6%), sendo que dois estabelecimentos (9,1%) possuem de um a cinco computadores para uso dos funcionários, e apenas um hotel (4,5%) não dispõe de computadores.

Os respondentes com maior escolaridade e menor tempo de vínculo com a empresa apresentaram a maior associação com os estabelecimentos que disponibilizam maior quantidade de computadores.

Assim, supõe-se que os participantes com maior escolaridade também sejam os respondentes com menor tempo de vínculo com a empresa. A Tabela 8 apresenta essa classificação cruzada.

Tabela 8 – Tempo de vínculo com a empresa por escolaridade

Escolaridade	Tempo de vínculo com a empresa				Total
	Até 5 anos	6 a 10 anos	11 a 15 anos	Mais de 20 anos	
Ensino Fundamental completo	0	1	0	0	1 (4,5%)
Ensino Médio completo	1	1	0	0	2 (9,1%)
Ensino Superior Incompleto	0	2	0	0	2 (9,1%)
Ensino Superior completo	7	3	1	1	12 (54,5%)
Especialização	2	2	1	0	5 (22,7%)
Total	10 (45,5%)	9 (40,9%)	2 (9,1%)	1 (4,5%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir da pesquisa de campo.

De fato, 14 respondentes (63,6%) de um total de 22, possuem Ensino Superior completo ou Especialização e um tempo de vínculo com a empresa de até 10 anos. Com esses mesmos níveis de escolaridade, apenas três (13,6%) possuem o tempo de vínculo com o estabelecimento acima de 10 anos.

A Tabela 9 apresenta a classificação cruzada entre o número de computadores para uso dos funcionários e o tempo de atuação no cargo atual.

Considerando que os respondentes com vínculo de até 10 anos com a empresa estão associados a uma maior quantidade de computadores para uso dos funcionários, supõe-se que os respondentes com menor tempo de atuação no cargo atual apresentem característica semelhante, isto é, que a maioria dos respondentes associados aos estabelecimentos com mais computadores para uso dos funcionários tenha, no máximo, até 10 anos de atuação no cargo vigente.

De acordo com a Tabela 9, os respondentes com até oito anos de atuação no cargo atual somam 14 (63,6%) dentre o número total de participantes; já os pesquisados que apresentam tempo de atuação no cargo presente acima de oito anos e cujos estabelecimentos possuem computadores para funcionários representam sete (31,8%) do total de respondentes.

Tabela 9 – Número de computadores para uso dos funcionários por tempo de atuação no cargo atual

Tempo de atuação no cargo atual	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários				Total
	0	1 a 5	6 a 10	Mais de 10	
Até 2 anos	0	1	3	5	9 (40,9%)
3 a 5 anos	0	0	2	1	3 (13,6%)
6 a 8 anos	0	0	0	2	2 (9,1%)
9 a 11 anos	0	3	0	0	3 (13,6%)
Mais de 11 anos	1	2	1	1	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	6 (27,3%)	6 (27,3%)	9 (40,9%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Até esse ponto da análise, foi possível constatar que a maioria dos estabelecimentos com mais computadores para uso dos funcionários tem como características respondentes com maior nível de escolaridade, com até 10 anos de vínculo e até oito anos de atuação no mesmo cargo.

A próxima subseção aborda o coeficiente de Spearman entre as variáveis “Idade” e “Tempo de atuação da empresa no mercado”. Além disso, outras variáveis relacionadas ao perfil do respondente são analisadas, a partir de tabelas de classificação cruzada.

4.2.3.2 Correlação: Idade e Tempo de atuação da empresa no mercado

A associação das frequências das respostas fornecidas pelos participantes da pesquisa para as variáveis X2, “Idade”, e X9, “Tempo de atuação da empresa no mercado”, apresentada na Tabela 4, obteve o coeficiente de Spearman 0,604 e, conforme a Tabela 2, que retrata a intensidade do coeficiente de Spearman, essa associação é moderada e positiva. O valor-p de 0,003 demonstra que a associação é significativa.

Uma vez que o coeficiente de Spearman entre “Idade” e “Tempo de atuação da empresa no mercado” se apresentou com intensidade moderada e positiva, considerou-se a realização de uma análise da tabela de classificação cruzada com as demais variáveis relacionadas ao perfil do respondente.

Assim, as variáveis de cargo, sexo, escolaridade e tempo de vínculo com a empresa foram testadas e não apresentaram destaques na associação com o tempo de atuação da empresa no mercado. Entretanto, a variável relativa ao tempo de atuação no cargo atual revelou um destaque no resultado alcançado: a classificação cruzada entre o tempo de atuação da empresa no mercado e o tempo de atuação no cargo atual, conforme se observa na Tabela 10.

Tabela 10 – Tempo da empresa no mercado por tempo no cargo atual

Tempo de atuação no cargo atual	Tempo de atuação da empresa no mercado					Total
	Até 5 anos	6 a 10 anos	11 a 15 anos	16 a 20 anos	Mais de 20 anos	
Até 2 anos	1	2	0	4	2	9 (40,9%)
3 a 5 anos	0	2	0	0	1	3 (13,6%)
6 a 8 anos	1	1	0	0	0	2 (9,1%)
9 a 11 anos	0	0	3	0	0	3 (13,6%)
Mais de 11 anos	0	0	1	2	2	5 (22,7%)
Total	2 (9,1%)	5 (22,7%)	4 (18,2%)	6 (27,3%)	5 (22,7%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

É possível constatar que nove respondentes (40,9%) ocupam seu cargo atual há até dois anos e que essa condição se faz presente em quase todas as empresas. Os estabelecimentos atuantes no mercado entre 11 e 15 anos apresentaram apenas respondentes com tempo de atuação no cargo acima de nove anos, totalizando, para este caso, quatro (18,2%) entre o número total de respondentes.

A próxima subseção trata do coeficiente de Spearman entre as variáveis “Número de funcionários” e “Número de estrelas deste meio de hospedagem”. Além disso, outras variáveis relacionadas ao perfil do respondente são analisadas a partir de tabelas de classificação cruzada.

4.2.3.3 Correlação: Número de funcionários e Número de estrelas deste meio de hospedagem

A associação das frequências das respostas fornecidas pelos participantes para as variáveis X10, “Número de funcionários”, e X8, “Número de estrelas deste meio de hospedagem”, retratada na Tabela 11, obteve o coeficiente de Spearman 0,679 e, segundo informações da Tabela 2, que contém a intensidade do coeficiente de Spearman, essa associação é moderada e positiva. O valor-p de 0,001 demonstra que a associação é significativa.

A Tabela 11 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Número de funcionários” e “Número de estrelas deste meio de hospedagem”.

Tabela 11 – Número de funcionários por número de estrelas deste meio de hospedagem

Número de funcionários	Estrelas deste meio de hospedagem					Total
	0 estrelas	2 estrelas	3 estrelas	4 estrelas	5 estrelas	
Até 5	1	0	0	0	0	1 (4,5%)
6 a 10	2	0	0	0	0	2 (9,1%)
11 a 15	3	0	2	0	0	5 (22,7%)
Mais de 20	1	3	2	6	2	14 (63,6%)
Total	7 (31,8%)	3 (13,6%)	4 (18,2%)	6 (27,3%)	2 (9,1%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

É possível constatar que existe uma tendência em expandir o número de funcionários por estabelecimento na medida em que aumenta o número de estrelas dos meios de hospedagem. Em outras palavras, não foi registrado um número de funcionários inferior a 11 em meios de hospedagem com número de estrelas a partir de três, ou seja, um incremento no número de estrelas parece ser acompanhado por um incremento no número de funcionários nesses estabelecimentos.

Uma vez que o coeficiente de Spearman entre “Número de funcionários” e “Número de estrelas deste meio de hospedagem” demonstrou intensidade moderada e positiva, considerou-se a realização de uma análise da tabela de classificação cruzada com algumas das variáveis relacionadas ao perfil do respondente.

Dessa forma, as variáveis relativas ao número de estrelas do estabelecimento e ao sexo do respondente são apresentadas na Tabela 12 de classificação cruzada.

Tabela 12 – Número de estrelas do estabelecimento por Sexo do respondente

Estrelas deste meio de hospedagem	Sexo		Total
	Masculino	Feminino	
0 estrelas	7	0	7 (31,8%)
2 estrelas	3	0	3 (13,6%)
3 estrelas	1	3	4 (18,2%)
4 estrelas	2	4	6 (27,3%)
5 estrelas	2	0	2 (9,1%)
Total	15 (68,2%)	7 (31,8%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Todos os sete respondentes do sexo feminino, que representam 31,8% do total de participantes, concentram-se em estabelecimentos com três a quatro estrelas; com relação aos pesquisados pertencentes ao sexo masculino, que somam sete (31,8%), estes estão concentrados em meios de hospedagem que não se classificam por estrelas.

A Tabela 13 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis que envolvem o número de estrelas do meio de hospedagem e o tempo de vínculo do respondente com a empresa em que atua.

Tabela 13 – Número de estrelas do estabelecimento por Tempo de vínculo com a empresa

Estrelas deste meio de hospedagem	Tempo de vínculo com a empresa				Total
	Até 5 anos	6 a 10 anos	11 a 15 anos	Mais de 20 anos	
0 estrelas	1	3	2	1	7 (31,8%)
2 estrelas	3	0	0	0	3 (13,6%)
3 estrelas	3	1	0	0	4 (18,2%)
4 estrelas	3	3	0	0	6 (27,3%)
5 estrelas	0	2	0	0	2 (9,1%)
Total	10 (45,5%)	9 (40,9%)	2 (9,1%)	1 (4,5%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Em um primeiro momento, verifica-se que 19 respondentes (86,4%) possuem até 10 anos de vínculo com a empresa e a maior concentração desses pesquisados (10 pessoas, correspondendo ao percentual de 45,5% do total de participantes) encontra-se nos meios de hospedagem com três e quatro estrelas.

A Tabela 14 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Número de funcionários do estabelecimento” e “Idade do respondente”.

Tabela 14 – Número de funcionários por Idade do respondente

Número de funcionários	Idade					Total
	21 a 25 anos	26 a 30 anos	31 a 35 anos	36 a 40 anos	Mais de 40 anos	
Até 5	0	0	0	0	1	1 (4,5%)
6 a 10	0	0	1	1	0	2 (9,1%)
11 a 15	0	0	2	0	3	5 (22,7%)
Mais de 20	1	4	3	3	3	14 (63,6%)
Total	1 (4,5%)	4 (18,2%)	6 (27,3%)	4 (18,2%)	7 (31,8%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Como os estabelecimentos com mais de vinte funcionários são maioria, representando 63,6% do total, foi possível constatar que há respondentes de todas as faixas etárias citadas no questionário atuando nesses locais. Contudo, observou-se que apenas um pesquisado prestando serviços em uma empresa com tais características possui entre 21 e 25 anos.

A Tabela 15 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis concernentes ao número de funcionários do estabelecimento e à escolaridade do respondente.

Tabela 15 – Número de funcionários por Escolaridade

Escolaridade	Número de funcionários				Total
	Até 5	6 a 10	11 a 15	Mais de 20	
Ensino Fundamental completo	0	0	1	0	1 (4,5%)
Ensino Médio completo	0	1	0	1	2 (9,1%)
Ensino Superior Incompleto	0	0	0	2	2 (9,1%)
Ensino Superior completo	1	1	3	7	12 (54,4%)
Especialização	0	0	1	4	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,1%)	5 (22,7%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Nota-se que os 17 respondentes com nível de escolaridade Ensino Superior completo ou Especialização representam 77,1% do total de participantes, sendo que, com esse mesmo nível de escolarização, 50% encontram-se nos estabelecimentos com mais de vinte funcionários.

A Tabela 16 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Número de funcionários do estabelecimento” e “Tempo de atuação do respondente no cargo atual”.

Tabela 16 – Número de funcionários do estabelecimento por Tempo de atuação do respondente no cargo atual

Tempo de atuação no cargo atual	Número de funcionários				Total
	Até 5	6 a 10	11 a 15	Mais de 20	
Até 2 anos	0	0	2	7	9 (40,9%)
3 a 5 anos	0	0	0	3	3 (13,6%)
6 a 8 anos	0	0	0	2	2 (9,1%)
9 a 11 anos	0	1	2	0	3 (13,6%)
Mais de 11 anos	1	1	1	2	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,1%)	5 (22,7%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Com base nos dados apresentados, constata-se que, quanto menor o tempo de atuação no cargo atual, maior é o número de funcionários. Assim, são 12 respondentes (54,5%) com até cinco anos de atuação no cargo atual e 10 a proporção de estabelecimentos com mais de 20 funcionários, alcançando o percentual de 45,45%.

A próxima subseção trata do coeficiente de Spearman entre as variáveis “Número de funcionários” e “Tempo de vínculo com a empresa”. Além disso, a partir de tabelas de classificação cruzada, outras variáveis relacionadas ao perfil do respondente são analisadas.

4.2.3.4 Correlação: Número de funcionários e Tempo de vínculo com a empresa

De acordo com a Tabela 4, a associação das frequências das respostas fornecidas pelos respondentes para as variáveis X10, “Número de funcionários”, e X5, “Tempo de vínculo com a empresa”, obteve o coeficiente de Spearman -0,509 e, conforme a Tabela 2, que apresenta a intensidade do coeficiente de Spearman, essa associação é moderada e negativa. O valor-p de 0,016 demonstra que a associação é significativa.

A Tabela 17 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis relativas ao número de funcionários e ao tempo de vínculo com a empresa.

Tabela 17 – Número de funcionários por Tempo de vínculo com a empresa

Tempo de vínculo com a empresa	Número de funcionários				Total
	Até 5	6 a 10	11 a 15	Mais de 20	
Até 5 anos	0	0	2	8	10 (45,5%)
6 a 10 anos	0	1	2	6	9 (40,9%)
11 a 15 anos	0	1	1	0	2 (9,1%)
Mais de 20 anos	1	0	0	0	1 (4,5%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,1%)	5 (22,7%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O maior número de funcionários, ou seja, 14 (63,6%), encontra-se nos estabelecimentos onde está localizada a maioria dos respondentes que possuem, no máximo, até 10 anos de vínculo com a empresa, representada por 19 participantes (86,4%).

Uma vez que o coeficiente de Spearman entre “Número de funcionários” e “Tempo de vínculo com a empresa” demonstrou intensidade moderada e negativa, considerou-se a realização de uma análise de tabela de classificação cruzada com algumas das variáveis relacionadas ao perfil do respondente.

Dessa forma, as variáveis “Tempo de vínculo com a empresa” e “Idade do respondente” são apresentadas na Tabela 18 de classificação cruzada.

Tabela 18 – Tempo de vínculo do respondente com a empresa por Idade do respondente

Idade	Tempo de vínculo com a empresa				Total
	Até 5 anos	6 a 10 anos	11 a 15 anos	Mais de 20 anos	
21 a 25 anos	0	1	0	0	1 (4,5%)
26 a 30 anos	3	1	0	0	4 (18,2%)
31 a 35 anos	0	6	0	0	6 (27,3%)
36 a 40 anos	3	0	1	0	4 (18,2%)
Mais de 40 anos	4	1	1	1	7 (31,8%)
Total	10 (45,5%)	9 (40,9%)	2 (9,1%)	1 (4,5%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O tempo de até 10 anos de vínculo com a empresa contempla o maior número de respondentes, perfazendo o total de 19 (86,4%), e a maior variação do tempo de vínculo com a empresa recai sobre a faixa etária acima dos 40 anos, de sete participantes, o que corresponde a 31,8% da amostra.

A Tabela 19 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Tempo de vínculo com a empresa” e “Sexo do respondente”.

Tabela 19 – Tempo de vínculo do respondente com a empresa por Sexo do respondente

Tempo de vínculo com a empresa	Sexo		Total
	Masculino	Feminino	
Até 5 anos	7	3	10 (45,5%)
6 a 10 anos	5	4	9 (40,9%)
11 a 15 anos	2	0	2 (9,1%)
Mais de 20 anos	1	0	1 (4,5%)
Total	15 (6,2%)	7 (31,8%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

O número de respondentes do sexo masculino apresenta uma redução com o aumento do tempo de vínculo com a empresa, e o número de respondentes do sexo feminino aparenta subir com o passar do tempo. Nesse sentido, 12 pesquisados (54,5%) são do sexo masculino com até 10 anos de vínculo com a empresa, enquanto três entrevistados (13,6%), também do sexo masculino, possuem vínculo superior a 10 anos.

A Tabela 20 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Tempo de vínculo com a empresa” e “Tempo de atuação do respondente no cargo atual”.

Tabela 20 – Tempo de vínculo do respondente com a empresa por Tempo de atuação do respondente no cargo atual

Tempo de vínculo com a empresa	Tempo de atuação no cargo atual					Total
	Até 2 anos	3 a 5 anos	6 a 8 anos	9 a 11 anos	Mais de 11 anos	
Até 5 anos	6	1	1	0	2	10 (45,5%)
6 a 10 anos	3	2	1	3	0	9 (40,9%)
11 a 15 anos	0	0	0	0	2	2 (9,1%)
Mais de 20 anos	0	0	0	0	1	1 (4,5%)
Total	9 (40,9%)	3(13,6%)	2 (9,1%)	3(13,6%)	5 (22,7%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

No intervalo de até 10 anos de vínculo com a empresa, encontram-se 19 respondentes (86,4%), dentre os quais nove (40,9%) contam com, no máximo, até dois anos de atuação no cargo atual.

A próxima subseção discorre sobre o coeficiente de Spearman entre as variáveis “Número de funcionários” e “Número de unidades habitacionais” que o meio de hospedagem possui. Além disso, a partir de tabelas de classificação cruzada, outras variáveis relacionadas ao perfil do respondente são analisadas.

4.2.3.5 Correlação: Número de funcionários e Número de unidades habitacionais

De acordo com a Tabela 4, a associação das frequências das respostas fornecidas pelos respondentes para as variáveis X10, “Número de funcionários”, e X12, “Número de unidades habitacionais”, obteve o coeficiente de Spearman 0,587 e, segundo a Tabela 2, que apresenta a intensidade do coeficiente de Spearman, essa associação é moderada e positiva. O valor-p de 0,004 demonstra que a associação é significativa.

A Tabela 21 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis relacionadas ao número de funcionários e de unidades habitacionais.

Tabela 21 – Número de funcionários do estabelecimento por Unidades habitacionais do estabelecimento

Quantas unidades habitacionais possui?	Número de funcionários				Total
	Até 5	6 a 10	11 a 15	Mais de 20	
Até 10	0	0	0	1	1 (4,5%)
11 a 20	1	1	0	0	2 (9,1%)
21 a 30	0	0	1	1	2 (9,1%)
31 a 40	0	1	2	0	3 (13,6%)
Acima de 40	0	0	2	12	14 (63,6%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,1%)	5 (22,7%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Os meios de hospedagem possuidores de mais de 40 unidades habitacionais somam 14, correspondendo a 63,6% do total de estabelecimentos participantes da pesquisa. Destes, 12 contam com mais de 20 funcionários, ou seja, 50% dos estabelecimentos com mais de 20 funcionários oferecem mais de 40 unidades habitacionais.

A Tabela 22 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis afetas às unidades habitacionais e à idade dos respondentes.

Tabela 22 – Unidades habitacionais do estabelecimento por Idade do respondente

Idade	Quantas unidades habitacionais possui?					Total
	Até 10	11 a 20	21 a 30	31 a 40	Acima de 40	
21 a 25 anos	0	0	0	0	1	1 (4,5%)
26 a 30 anos	0	0	1	0	3	4 (18,2%)
31 a 35 anos	1	0	0	2	3	6 (27,3%)
36 a 40 anos	0	1	0	0	3	4 (18,2%)
Mais de 40 anos	0	1	1	1	4	7 (31,8%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,1%)	2 (9,1%)	3 (13,6%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Os estabelecimentos com número de unidades habitacionais acima de quarenta somam 14 (63,6%) e, nestes locais, atua a maior quantidade de respondentes que também apresentam a maior variação de idade.

A Tabela 23 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Unidades habitacionais” e “Sexo dos respondentes”.

Tabela 23 – Unidades habitacionais do estabelecimento por Sexo dos respondentes

Quantas unidades habitacionais possui?	Sexo		Total
	Masculino	Feminino	
Até 10	1	0	1 (4,5%)
11 a 20	2	0	2 (9,1%)
21 a 30	2	0	2 (9,2%)
31 a 40	3	0	3 (13,6%)
Acima de 40	7	7	14 (63,6%)
Total	15 (68,2%)	7 (31,8%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A quantidade de respondentes do sexo masculino apresenta aumento na medida em que cresce a quantidade de unidades habitacionais dos estabelecimentos. Por outro lado, os participantes do sexo feminino se concentram em estabelecimentos com mais de 40 unidades habitacionais.

A Tabela 24 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Unidades habitacionais” e “Escolaridade dos respondentes”.

Tabela 24 – Número de unidades habitacionais dos estabelecimentos por Escolaridade dos respondentes

Escolaridade	Quantas unidades habitacionais possui?					Total
	Até 10	11 a 20	21 a 30	31 a 40	Acima de 40	
Ensino Fundamental completo	0	0	0	1	0	1 (4,5%)
Ensino Médio completo	0	0	0	1	1	2 (9,1%)
Ensino Superior Incompleto	0	0	0	0	2	2 (9,1%)
Ensino Superior completo	1	2	2	1	6	12 (54,5%)
Especialização	0	0	0	0	5	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,1%)	2 (9,1%)	3 (13,6%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Observam-se respondentes com Ensino Superior em todos os meios de hospedagem, e respondentes com Ensino Superior ou Especialização somam 50% em estabelecimentos com mais de 40 unidades habitacionais.

A Tabela 25 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Unidades habitacionais” e “Tempo de vínculo dos respondentes com a empresa”.

Tabela 25 – Número de unidades habitacionais dos estabelecimentos por Tempo de vínculo do respondente com a empresa

Tempo de vínculo com a empresa	Quantas unidades habitacionais possui?					Total
	Até 10	11 a 20	21 a 30	31 a 40	Acima de 40	
Até 5 anos	0	0	2	1	7	10 (45,5%)
6 a 10 anos	1	0	0	2	6	9 (40,9%)
11 a 15 anos	0	1	0	0	1	2 (9,1%)
Mais de 20 anos	0	1	0	0	0	1 (4,5%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,1%)	2 (9,1%)	3 (13,6%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A maior parte dos respondentes possui até 10 anos de vínculo com a empresa, representando 19 (86,4%) do total de respondentes; destes, 13 (59,1%) trabalham em estabelecimentos com mais de 40 unidades habitacionais.

A Tabela 26 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Unidades habitacionais” e “Tempo de atuação dos respondentes no cargo atual”.

Os participantes com tempo de atuação no cargo atual de até cinco anos representam 12 (54,5%) do total; nove são os respondentes com esse mesmo tempo de atuação que trabalham nos estabelecimentos com mais de 40 unidades habitacionais, o que corresponde a 40,9% da amostra.

Os estabelecimentos com mais de 40 unidades habitacionais concentram 14 respondentes (63,6%), independentemente do tempo de atuação no cargo atual.

Tabela 26 – Número de Unidades habitacionais do estabelecimento por Tempo de atuação do respondente no cargo atual

Tempo de atuação no cargo atual	Quantas unidades habitacionais possui?					Total
	Até 10	11 a 20	21 a 30	31 a 40	Acima de 40	
Até 2 anos	0	0	2	1	6	9 (40,9%)
3 a 5 anos	0	0	0	0	3	3 (13,6%)
6 a 8 anos	1	0	0	0	1	2 (9,10%)
9 a 11 anos	0	0	0	2	1	3 (13,6%)
Mais de 11 anos	0	2	0	0	3	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	2 (9,10%)	2 (9,10%)	3 (13,6%)	14 (63,6%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A subseção subsequente aborda o coeficiente de Spearman entre as variáveis “Número de funcionários” e “Computadores de mesa para uso dos funcionários”. Além disso, a partir de tabelas de classificação cruzada, outras variáveis relacionadas ao perfil do respondente são analisadas.

4.2.2.6 Correlação: Número de funcionários e Número de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários

De acordo com a Tabela 4, a associação das frequências das respostas fornecidas pelos respondentes para as variáveis X10, “Número de funcionários”, e X48, “Número de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários”, obteve o coeficiente de Spearman 0,852 e, conforme dados da Tabela 2, que apresenta a intensidade do coeficiente de Spearman, essa associação é moderada e positiva. O valor-p de 0,000 demonstra que a associação é significativa.

A Tabela 27 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Número de Computadores para uso de funcionários” e “Número de funcionários da empresa”.

À medida que ocorre um acréscimo na quantidade de funcionários, aumenta a quantidade de computadores de mesa disponibilizados para seu uso. Nesse sentido, estabelecimentos com mais de 20 funcionários são os que disponibilizam mais de 10 computadores de mesa para utilização dos funcionários; foram encontrados nove meios de hospedagem, o que corresponde a 40,9% do total da amostra desta pesquisa.

Tabela 27 – Número de computadores para uso de funcionários por Número de funcionários da empresa

Número de funcionários	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários				Total
	0	1 a 5	6 a 10	Mais de 10	
Até 5	1	0	0	0	1 (4,5%)
6 a 10	0	2	0	0	2 (9,1%)
11 a 15	0	4	1	0	5 (22,7%)
Mais de 20	0	0	5	9	14 (63,6%)
Total	1 (4,5%)	6 (27,3%)	6 (27,3%)	9 (40,9%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Uma vez que o coeficiente de Spearman entre “Número de funcionários” e “Computadores de mesa para uso dos funcionários” apresentou intensidade forte e positiva, levou-se em consideração a realização de uma análise da tabela de classificação cruzada com algumas das variáveis relacionadas ao perfil do respondente.

A Tabela 28 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis relativas a computadores para uso de funcionários e ao sexo do respondente.

Tabela 28 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Sexo do respondente

Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários	Sexo		Total
	Masculino	Feminino	
0	1	0	1 (4,5%)
1 a 5	5	1	6 (27,3%)
6 a 10	4	2	6 (27,3%)
Mais de 10	5	4	9 (40,9%)
Total	15 (68,2%)	7 (31,8%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

É possível notar que existe um crescimento do número de respondentes do sexo feminino, que é acompanhado por um aumento do número de computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários. Tal observação, no entanto, não pode ser feita para os participantes do sexo masculino.

Independentemente do sexo do respondente, são 15 os estabelecimentos que disponibilizam seis ou mais computadores para uso dos funcionários, correspondendo a 68,2% do total.

A Tabela 29 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Número de Computadores para uso de funcionários” e “Escolaridade do respondente”.

Tabela 29 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Escolaridade do respondente

Escolaridade	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários				Total
	0	1 a 5	6 a 10	Mais de 10	
Ensino Fundamental completo	0	1	0	0	1 (4,5%)
Ensino Médio completo	0	1	0	1	2 (9,1%)
Ensino Superior Incompleto	0	0	1	1	2 (9,1%)
Ensino Superior completo	1	3	3	5	12 (54,5%)
Especialização	0	1	2	2	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	6 (27,3%)	6 (27,3%)	9 (40,9%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Nos estabelecimentos com seis ou mais computadores, despontam os respondentes com Ensino Superior completo, representando oito de um total de 22 (36,7%), e há participantes com nível de Especialização em meios de hospedagem que possuem a partir de um computador para funcionários.

A Tabela 30 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Computadores para uso de funcionários” e “Tempo de vínculo do respondente com a empresa”.

Nos estabelecimentos com mais de 10 computadores de mesa para funcionários, atuam nove respondentes com, no máximo, 10 anos de vínculo com a empresa, representando 40,9% do total de participantes da pesquisa. Apenas um respondente declarou que não disponibiliza qualquer computador de mesa para uso de seus funcionários. Entre 1 a 10 computadores se encontram doze respondentes que representam 54,6% do total de participantes.

Tabela 30 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Tempo de vínculo do respondente com a empresa

Tempo de vínculo com a empresa	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários				Total
	0	1 a 5	6 a 10	Mais de 10	
Até 5 anos	0	1	4	5	10 (45,5%)
6 a 10 anos	0	3	2	4	9 (40,9%)
11 a 15 anos	0	2	0	0	2 (9,1%)
Mais de 20 anos	1	0	0	0	1 (4,5%)
Total	1 (4,5%)	6 (27,3%)	6 (27,3%)	9 (40,9%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

A Tabela 31 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis concernentes aos computadores para uso de funcionários e ao tempo de vínculo do respondente com a empresa.

Tabela 31 – Número de computadores de mesa da empresa para uso do funcionário por Tempo de atuação do respondente no cargo atual

Tempo de atuação no cargo atual	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários				Total
	0	1 a 5	6 a 10	Mais de 10	
Até 2 anos	0	1	3	5	9 (40,9%)
3 a 5 anos	0	0	2	1	3 (13,6%)
6 a 8 anos	0	0	0	2	2 (9,1%)
9 a 11 anos	0	3	0	0	3 (13,6%)
Mais de 11 anos	1	2	1	1	5 (22,7%)
Total	1 (4,5%)	6 (27,3%)	6 (27,3%)	9 (40,9%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

São nove (40,9%) os estabelecimentos que disponibilizam mais de 10 computadores de mesa para uso dos funcionários e a maior parte dos respondentes que trabalham nesses locais contabilizam até dois anos de atuação no cargo atual, correspondendo a cinco participantes (22,7%).

A próxima subseção trata do coeficiente de Spearman entre as variáveis “Área comercial ou *marketing*” e “Qualidade dos serviços”.

4.2.3.7 Correlação: Área comercial ou *marketing* e Qualidade dos serviços

Com base na Tabela 4, a associação das frequências das respostas fornecidas pelos respondentes para as variáveis X62, “Área comercial ou *marketing*”, e X48, “Qualidade dos serviços”, obteve o coeficiente de Spearman de 0,738 e, de acordo com a Tabela 2, que apresenta a intensidade do coeficiente de Spearman, essa associação é forte e positiva. O valor-p de 0,000 demonstra que a associação é significativa.

A Tabela 32 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Área comercial ou *marketing*” e “Qualidade dos serviços”.

Tabela 32 – Área comercial ou *marketing* por Qualidade dos serviços

Qualidade dos serviços	Área comercial ou marketing			Total
	3	4	5	
3	0	1	0	1 (4,5%)
4	2	3	3	8 (36,4%)
5	0	0	13	13 (59,1%)
Total	2 (9,1%)	4 (18,2%)	16 (72,7%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Com relação à “Área comercial ou *marketing*” e à “Qualidade dos serviços”, foi realizada, na última seção do instrumento de coleta de dados, uma pergunta de natureza opinativa, cuja resposta seria uma classificação entre um a cinco, sendo um para pouco impacto e cinco para muito impacto.

Logo, foi possível constatar que os 22 respondentes avaliaram o potencial de benefícios que podem ser proporcionados pelo uso das tecnologias de informação e comunicação na Área comercial ou *marketing* de forma positiva, sendo que 16 participantes (72,7%) revelaram a geração de um elevado nível de impacto.

Para “Qualidade de serviços”, a avaliação de impacto das tecnologias da informação e comunicação foi um pouco menor, segundo os participantes, girando em torno de 59,1% para muito impactante.

4.2.3.8 Correlação: Recursos Humanos e Jurídico Legal

De acordo com a Tabela 5, a associação das frequências das respostas fornecidas pelos respondentes para as variáveis X66, “Recursos humanos”, e X67, “Jurídico Legal”, obteve o coeficiente de Spearman de 0,613 e, conforme a Tabela 2, que apresenta a intensidade do coeficiente de Spearman, essa associação é moderada e positiva. O valor-p de 0,002 demonstra que a associação é significativa.

A Tabela 33 é uma tabela de classificação cruzada entre as variáveis “Recursos humanos” e “Jurídico Legal”.

Tabela 33 – Recursos humanos por Jurídico Legal

Jurídico legal	Recursos humanos			Total
	3	4	5	
1	1	0	1	2 (9,1%)
3	3	2	0	5 (22,7%)
4	0	3	1	4 (18,2%)
5	0	3	8	11 (50%)
Total	4 (18,2%)	8 (36,4%)	10 (45,5%)	22 (100%)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

As variáveis em questão obtiveram avaliações com maior dispersão entre os valores de respostas possíveis. O Jurídico Legal recebeu duas avaliações de nenhum impacto, permitindo considerações de que a área de Recursos Humanos foi avaliada pelos participantes como recebedora de maior impacto das tecnologias da informação e comunicação do que a área jurídica.

No entanto, a área de Jurídico Legal recebeu uma avaliação de muito impacto a mais do que a de Recursos Humanos, demonstrando que, no geral, ambas as áreas recebem impactos semelhantes, segundo a opinião dos participantes.

4.3 Análise de Conteúdo dos *Websites* dos Hotéis

Assim como citado na seção de Metodologia, a proposição deste trabalho de análise de conteúdo é formulada da seguinte forma: "Como sugerido pelas respostas ao questionário fechado, todos os hotéis realmente mantêm um *website* com a funcionalidade de reservas *on-line*?"

Desse modo, analisou-se a disponibilização de alguns recursos no *website* do hotel com base na apresentação de *links* para redes sociais do hotel, como Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Youtube, LinkedIn e WhatsApp, e na presença de informações para contato, como *e-mail*, telefone e endereço.

Segundo Bardin (2011, p. 131), a fase de tratamento dos resultados obtidos faz uso de métodos estatísticos e tais operações "[...] permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise".

A Tabela 34 retrata a frequência absoluta e relativa dos recursos apresentados no *website* dos hotéis.

Tabela 34 – Recursos apresentados nos *websites*

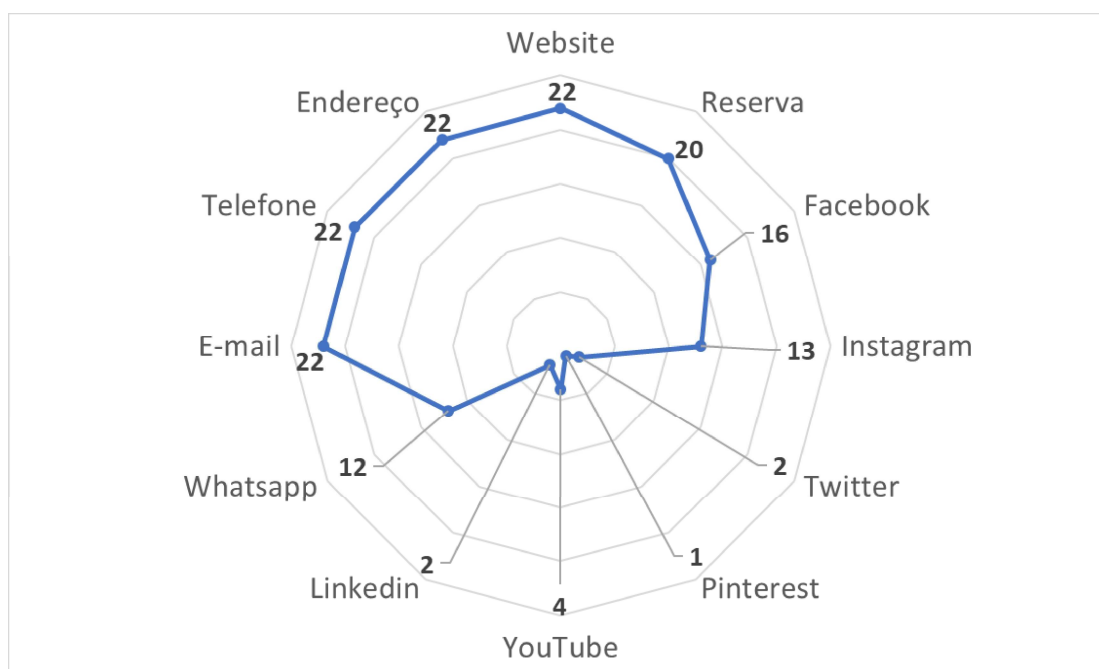
Website	Freq. Absoluta Freq. Relativa (%)	
Website	22	100
Reserva	20	90,9
Facebook	16	72,7
Instagram	13	59,1
Twitter	2	9,1
Pinterest	1	4,5
YouTube	4	18,2
Linkedin	2	9,1
Whatsapp	12	54,5
E-mail	22	100
Telefone	22	100
Endereço	22	100

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo

Como pode ser observado na Tabela 34, todos os hotéis possuem o seu próprio *website* e disponibilizam, em seus *websites*, o *e-mail*, telefone e endereço do estabelecimento. No entanto, respondendo à proposição definida, nem todos eles realmente contam com um *website* com a funcionalidade de reservas *on-line*: apenas 20 meios de hospedagem disponibilizam esse recurso.

A seguir, os dados dispostos na Tabela 34 são apresentados no Gráfico 28 que é um gráfico do tipo radar sendo este um dos tipos mais adequados para apresentar dados multivariáveis.

É possível constatar que todos os estabelecimentos apresentam, em seus *websites*, informações de contato, como *e-mail* e telefone, além do endereço.

Gráfico 28 – Recursos apresentados nos *websites*

Fonte: Elaborado pelo autor (2020) a partir da pesquisa de campo.

As redes sociais mais frequentes são o Facebook, com 16 ocorrências (72,7%), seguido pelo Instagram e pelo WhatsApp, com 13 (59%) e 12 (54,5%) ocorrências, respectivamente.

É possível constatar que todos os estabelecimentos apresentam, em seus *websites*, informações de contato, como *e-mail* e telefone, além do endereço. As redes sociais mais frequentes são o Facebook, com 16 ocorrências (72,7%), seguido pelo Instagram e pelo WhatsApp, com 13 (59%) e 12 (54,5%) ocorrências, respectivamente.

As redes sociais com menor frequência são o Pinterest, com apenas uma citação, seguido por Twitter e LinkedIn, com duas ocorrências (9%) cada.

Neste capítulo de resultados e discussões, os dados coletados foram apresentados através das análises de frequência das respostas e análise de correlação bivariada com verificação de normalidade dos dados.

Por fim, foram demonstrados os resultados da análise de conteúdo, que empregou uma análise quantitativa categorial com medida frequencial simples. Com a conclusão desta etapa de resultados e discussões, o próximo capítulo destaca as considerações finais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de pesquisa originou-se da constatação de que os negócios empresariais vêm passando por transformações devido à evolução das tecnologias da informação e comunicação, que estão presentes na sociedade de forma geral, abrangendo, entre outros, o setor de prestação de serviços.

Considerando a relevância do setor de serviços no município turístico de São Luís e a escassez de estudos sobre esse campo no município, definiu-se como tema da pesquisa uma investigação do uso das TIC e a percepção dos gestores que atuam no setor de prestação de serviços de hospedagem daquela cidade.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral investigar o tipo de uso que os meios de hospedagem fazem da tecnologia da informação e analisar a percepção dos gestores sobre os benefícios dessas tecnologias.

O objetivo geral do estudo foi atendido, porque conseguiu investigar, por meio de um levantamento geral, o uso de computadores, *notebooks*, Internet, disponibilização de *websites* para *reservas on-line*, presença em redes sociais e uso de *softwares*, sistemas ou aplicativos nas funções organizacionais, e constatou a percepção dos respondentes a respeito dos benefícios do uso das TIC

O objetivo específico inicial era delimitar os tipos de influência que tais tecnologias podem promover nas empresas, nos níveis estratégico, tático e operacional. Esse objetivo foi atingido por meio da revisão de literatura, determinando o contexto das TIC na sociedade e nas organizações empresariais e elencando elementos como inovação tecnológica, digitalização de atividades empresariais, automação de processos, transformação das comunicações e mudanças nas relações sociais.

O segundo objetivo específico era descrever os tipos de benefícios que o uso das tecnologias engloba nos níveis organizacionais estratégico, tático e operacional. Esse objetivo foi alcançado por meio da revisão de literatura, descrevendo benefícios como ganhos de eficiência e impactos na eficácia dos processos organizacionais, maior controle organizacional, armazenamento e exploração de grandes volumes de dados como um ativo estratégico.

O terceiro objetivo específico era verificar os recursos tecnológicos utilizados e os benefícios percebidos pelos gestores dos meios de hospedagem do município de São Luís, MA, por função organizacional. Esse objetivo foi atendido com o levantamento do perfil de uso das TIC pelas organizações participantes e com a verificação da percepção dos respondentes quanto aos benefícios da utilização dessas tecnologias.

A revisão da literatura permitiu a constatação de que a relação das organizações empresariais com as tecnologias da informação e comunicação (TIC) tem sido cada vez mais um tema em evidência, especialmente relacionado à transformação digital. No que diz respeito às empresas do setor hoteleiro, essa relação com as TIC também tem assumido papéis relevantes para a própria sobrevivência do negócio.

Percebeu-se que, como a informação é primordial para o pleno funcionamento de toda e qualquer organização, pública ou privada, grande ou pequena, informação e conhecimento trafegam entre os níveis organizacionais sendo coletados, processados e redistribuídos por meio das tecnologias da informação e comunicação. Em outras palavras, a implantação, o uso e a gestão das TIC de forma eficiente e eficaz contribuem para a transformação dos negócios, a inovação, a sobrevivência e o desempenho das empresas.

Quanto à amostra, o estudo ficou delimitado a 22 estabelecimentos do setor de prestação de serviços em hospedagem do município de São Luís, no Estado do Maranhão, integrantes da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão (ABIH-MA).

O processo de coleta de dados, que utilizou o instrumento questionário fechado, contendo 67 itens a serem respondidos, apresentou muitos problemas em relação a pouca disposição da maioria dos respondentes, impondo a realização de mais de uma visita aos estabelecimentos. A coleta de dados foi realizada entre os meses de maio e junho de 2019.

A análise de dados se deu por meio de uma análise descritiva com amostragem de fase única e não probabilística de tamanho 22, com o nível de confiança de 95% e margem de erro de 8%.

Somando-se à análise descritiva, foram realizados testes de normalidade de Shapiro-Wilk e Pearson, cujos resultados descreveram a amostra obtida como não seguindo uma distribuição normal. Assim, uma análise de correlação entre as variáveis foi efetuada por meio da aplicação do coeficiente de Spearman.

A análise dos resultados apontou que, dentre os sete tipos de meios de hospedagem definidos pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), o tipo hotel é predominante.

Observou-se que o cargo de gerente é predominante e a média de idade de seus ocupantes gira em torno de 31 a 35 anos, sendo que a maioria dos respondentes era composta por pessoas do sexo masculino, cuja escolaridade de Ensino Superior completo está acima de 50%.

Com certa variação na intensidade de uso, todos os meios de hospedagem participantes da pesquisa empregam tecnologias da informação e comunicação em suas atividades organizacionais, ou seja, todas as funções organizacionais registraram a utilização de algum recurso de tecnologia da informação, como *softwares*, sistemas ou aplicativos por parte de todos os respondentes.

Quanto aos benefícios percebidos pelos gestores, proprietários ou representantes dos meios de hospedagem do município de São Luís, MA, constatou-se que a percepção dos respondentes sobre o potencial de benefícios que as TIC podem proporcionar, no que tange às funções organizacionais das empresas, foi, de forma geral, muito positiva.

Com relação às experiências da pesquisa, foi possível obter conhecimento em economia do turismo, hotelaria e funções organizacionais, desenvolver habilidades em metodologia da pesquisa científica e suas diversas etapas, análise descritiva e análise de correlação bivariada, além das dimensões do território.

Como proposta de novos estudos, existe a possibilidade de realização de uma pesquisa qualitativa com entrevista aberta, devido ao pequeno número de participantes e pelo fato de uma pesquisa desse tipo favorecer uma análise mais profunda da percepção dos respondentes com relação aos benefícios do uso das tecnologias da informação e comunicação, a fim de revelar possíveis novos aspectos que não foram observados neste trabalho.

REFERÊNCIAS

- ATLAS** do Desenvolvimento Humano no Brasil. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/o_atlas/desenvolvimento_humano/>. Acesso em: 4 out. 2019.
- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- BALTZAN, Paige. **Tecnologia orientada para gestão**. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 13 ed. São Paulo: Editora Senac, 2008.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 14 ed., São Paulo: Editora Senac, 2019.
- BOARIA, Francieli; ANJOS, Sara Joana Gadotti dos; RAYE, Roberta Leal. A aplicação do e-marketing nas redes hoteleiras do Brasil. **Tourism and Management Studies**, v. 10, n. 2, p. 116-122, jul. 2014. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/b840/836a6614280dd4f48d3df8c2354a6ba9b155.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2019.
- CASTELLI, Geraldo. **Gestão Hoteleira**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2016.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 19 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- CINCO destinos que são tendência para brasileiros em 2019. **O Globo**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/boa-viagem/cinco-destinos-que-sao-tendencia-para-brasileiros-em-2019-23230032?utm_source=instagram&utm_medium=Social&utm_campaign=O+Globo>. Acesso em: 16 jul. 2019.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Política de turismo e território**. São Paulo, SP: Contexto, 2000.
- DALLABRIDA, Valdir Roque. **Território, governança e desenvolvimento territorial: indicativos teórico-metodológicos, tendo a Indicação Geográfica como referência**. São Paulo: LiberArs, 2016.
- DANCEY, Christine P.; REIDY, Jhon. **Estatística sem matemática para psicologia**. 7. ed. Porto Alegre: Penso, 2019.
- EBERT, Christof; DUARTE, Carlos Henrique C. Digital Transformation. **IEEE Software**, v. 35, n. 4, p. 16-21, jul.-ago. 2018.

EMPRESA promete investimentos US\$ 1,7 bi no Maranhão e 1,5 mil novos empregos até 2021. **O Imparcial**. Disponível em: <<https://oimparcial.com.br/politica/2019/01/empresa-promete-investimentos-us-17-bi-no-maranhao-e-15-mil-novos-empregos-ate-2021/>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

FAVERO, Luiz. Paulo. BELFIORE, Patrícia. **Manual de Análise de Dados – Estatística e Modelagem Multivariada com Excel®, SPSS® e Stata®**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

FECOMÉRCIO (2019). **Missão**. Disponível em: <<https://fecomercio-ma.com.br/missao-e-visao/>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

FIELD, Andy. **Descobrimo a estatística usando SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOWLER, Floyd J. **Pesquisa de levantamento**. 4. ed. Porto Alegre: Penso, 2011.

GIARETTA, Juliana Barbosa Zuquer; DI GIULIO, Gabriela Marques. O papel das tecnologias de comunicação e informação (TIC) no urbano do século XXI e na emergência dos novos movimentos sociais: reflexões a partir de experiências na Megacidade de São Paulo. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, [S.l.], v. 20, n. 1, p. 161, nov. 2017. Disponível em: <<http://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/view/5535>>. Acesso em: 14 jul. 2019.

HAMMER, Michael. Reengineering the work: don't automate, obliterate. **Harvard Business Review**, p. 104-112, Jul.-ago. 1990. Disponível em: <<https://hbr.org/1990/07/reengineering-work-dont-automate-obliterate>>. Acesso em: 10 out. 2018.

IBGE. **Cidades IBGE**, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/sao-luis/panorama>>. Acesso em: 01 set. 2018.

IBGE. **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

IBGE. **Portal IBGE**. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/turismo.html>. Acesso em: 01 nov. 2018.

IBOPE Inteligência. **70% dos internautas brasileiros pesquisam preços de hospedagem em sites especializados**. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/70-dos-internautas-brasileiros-pesquisam-precos-de-hospedagem-em-sites-especializados/>>. Acesso em: 07 jul. 2019.

IFMA (2018). **Seletivo de alunos**. Disponível em: <<https://portal.ifma.edu.br/seletivo-unificado/>>. Acesso em: 17 jul. 2019.

INSTITUTO do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Complexo Cultural do Bumba-Meu-Boi do Maranhão: Dossiê do Registro como Patrimônio Cultural do Brasil**. SÃO LUIS: IPHAN, 2011

INEP (2017). **Sinopses Estatísticas Da Educação Superior – Graduação**.

Disponível em: <<http://Inep.Gov.Br/Web/Guest/Sinopses-Estatisticas-Da-Educacao-Superior>>. Acesso em 16 jul. 2019.

IPHAN. **São Luís (MA)**. Disponível em:

<<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/346/>>. Acesso em: 14 jul. 2019.

IPHAN. **Tambor de crioula do Maranhão**. Disponível em:

<<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/63/>>. Acesso em 10 jul. 2019.

JOIA, L. A. et al. **Gestão estratégica da tecnologia da informação**. Rio de Janeiro: FGV, 2012.

LAGE, Beatriz H. Gelas; MILENO, Paulo César. **Economia do Turismo**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 1998.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

LAURINDO, Fernando José Barbin. **Tecnologia da Informação: Planejamento e Gestão de Estratégias**. São Paulo: Atlas, 2008.

LEMOS, Leandro de. **Turismo: que negócio é esse? Uma análise da economia do turismo**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 2001.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2011.

LOBIANCO, Márcia Moura Leite; RAMOS, Anália Saraiva Martins. Uso da internet no setor de hotelaria de Recife-PE. **RAE Electron.**, São Paulo, v. 3, n. 2, Dec. 2004. Disponível em: <http://scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482004000200009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 03 set. 2019.

MATT, Christian; HESS, Thomas; BENLIAN, Alexander. Digital Transformation Strategies. **Business & Information Systems Engineering**: v. 57, out. 2015.

Disponível em: <<https://link-springer-com.ez364.periodicos.capes.gov.br/article/10.1007/s12599-015-0401-5>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MEDEIROS, Carlos. Distribuição de renda como política de desenvolvimento. *In*: CASTRO, Ana Célia (org.). **Desenvolvimento em debate**. Rio de Janeiro: BNDES/Mauad, 2002. v. 3, p. 193-222.

MELGAR, Ernesto Guillenea. **Fundamentos de planejamento e marketing em turismo**. São Paulo: Contexto, 2001.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2014). **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da Área Turística de São Luís Relatório Final**.

Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/PDITS/MARANHAO/PDITS_DA_AREA_TURISTICA_DE_SAO_LUIS.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2019.

MORCILLO, Francisco Mochón. **Economía y turismo**. Madrid: McGraw-Hill, 2004.

O'CONNOR, Peter. **Distribuição da informação eletrônica em Turismo e Hotelaria**. São Paulo: Bookman, 2001.

OLSEN, Wendy. **Coleta de dados: debates e métodos fundamentais em pesquisa social**. Porto Alegre: Penso, 2015.

PACHECO, A. **Das estrelas móveis do pensamento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

PAULA, Antonio Henrique Borges. **Cadeia produtiva do turismo: atrativos, transportes, hospedagem, alimentação, serviços, comercialização**. São Paulo: Senac, 2017.

PREFEITURA DE SÃO LUIS. Disponível em:
<<https://www.saoluis.ma.gov.br/pagina/55/>>. Acesso em: 14 jul. 2019.

PREFEITURA DE SÃO LUIS (2015). **ESTRUTURA DE GOVERNO MUNICIPAL**. Disponível em: <<https://www.saoluis.ma.gov.br/orgaos/2>>. Acesso em 18 jul. 2019.

RAMOS, Célia M. Q. Sistemas de Informação para a Gestão Turística. **Encontros Científicos**, n. 6, p. 107-116, 2010. Disponível em:
<http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-24082010000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 29 jul. 2019.

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento de Sistemas de Informação e Informática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

RODERMEL, Pedro Monir. **Economia do Turismo**. Curitiba: InterSaberes, 2014.

ROGERS, David L. **Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital**. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. São Paulo: Edipro, 2016.

SECRETARIA de Estado da Educação. Relatório do 1º ciclo de monitoramento das metas do plano estadual de educação 2014-2017. Disponível em:
<<http://www.educacao.ma.gov.br/files/2017/10/RELAT%C3%93RIO-PEE-MA-finalizado-com-as-%C3%BAltimas-corre%C3%A7%C3%B5es-1.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2019.

SECRETARIA de Turismo e Cultura do Governo do Maranhão. **Revista Cultura e Turismo**. Disponível em: <https://cultura.ma.gov.br/wp-content/uploads/2017/10/REVISTA-CULTURA-E-TURISMO.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

SECRETARIA Municipal de Educação. Plano Municipal de Educação de São Luís – 2015. Disponível em: <<http://www.saoluis.ma.gov.br>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

SIEGEL, Sidney; CASTELLAN Jr., N. J. **Estatística não-Paramétrica para Ciências do Comportamento**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

SILVA, P. F. J. D. **Geografia das telecomunicações no Brasil** [recurso eletrônico]. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015.

TIGRE, P. B. **Agenda de pesquisas e indicadores para estudos de difusão de tecnologias da informação e comunicação**. Brasília: IPEA, 2002.

UFMA; SECTUR. Observatório do Turismo do Maranhão. Disponível em: <http://www.sectur.ma.gov.br/wp-content/uploads/2017/11/RESUMO-ATUALIZADO-TODAS-AS-PESQUISAS-ANO-2017-05022018.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2019.

VELLOSO, Viviane Fushimi. **A interação de tecnologias da informação e comunicação no alinhamento das melhores práticas empresariais**. 2014. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

VIEIRA, Sonia. **Como elaborar questionários**. São Paulo: Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BOITEUX, Bayard do Coutto; WERNER, Maurício. **Introdução ao estudo do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DAY, G. S.; SCHOEMAKER, Paul J.H.; GUNTHER, Robert E. **Gestão de Tecnologias Emergentes: a visão da Wharton School**. São Paulo: Bookman, 2010.

HABERKAMP, A. M. **Impacto dos investimentos em Tecnologia da Informação (TI) nas variáveis estratégicas das empresas prestadoras de serviços contábeis**. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2005.

LANDIS, J. Richard; KOCH, Gary G. The measurement of observer agreement for categorical data. **Biometrics**, v.33, n.1, p.159-174, 1977. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2529310>. Acesso em: 15 ago. 2019.

PERROCA, Márcia Galan; GAIDZINSKI, Raquel Rapone. Avaliando a confiabilidade interavaliadores de um instrumento para classificação de pacientes: coeficiente Kappa. **Revista da Escola de Enfermagem USP**, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 72-80, mar. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v37n1/09.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2019.

RIBEIRO, Alisson. **Análise do uso da Tecnologia da Informação e sua influência na gestão estratégica dos meios de hospedagem do município de Campos do Jordão**. 2017. Dissertação (Mestrado profissional em Gestão e Desenvolvimento Regional) - Universidade de Taubaté, UNITAU, Brasil. 2017.

TATTO, J. A. E. A. A quarta revolução industrial e as cidades 4.0. *In*: SILVA, E. B. D. E. A. **Automação & Sociedade: Quarta Revolução Industrial, um olhar para o Brasil**. Rio de Janeiro: Brasport, 2018. Cap. 12.

WOLFFENBÜTTEL. **O que é?** - Índice de Gini. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2048:catid=28&Itemid=23. Acesso em: 10 out. 2019.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DOS MEIOS DE
HOSPEDAGEM DO MUNICÍPIO DE SÃO LUÍS - MA.

1. Perfil Demográfico.

1.1. Tipo de relação com a empresa (Cargo).

Cod.	Assinale com um X abaixo os dados a respeito das características pessoais.	
X1	Cargo	<input type="checkbox"/> Proprietário
		<input type="checkbox"/> Gerente
		<input type="checkbox"/> Outro. Qual?
X2	Idade	<input type="checkbox"/> Até 20 anos
		<input type="checkbox"/> 21 a 25 anos
		<input type="checkbox"/> 26 a 30 anos
		<input type="checkbox"/> 31 a 35 anos
		<input type="checkbox"/> 36 a 40 anos
		<input type="checkbox"/> Mais de 40 anos
X3	Sexo	<input type="checkbox"/> Feminino
		<input type="checkbox"/> Masculino
X4	Escolaridade	<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Incompleto
		<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental completo
		<input type="checkbox"/> Ensino Médio Incompleto
		<input type="checkbox"/> Ensino Médio completo
		<input type="checkbox"/> Ensino Superior Incompleto
		<input type="checkbox"/> Ensino Superior completo
		<input type="checkbox"/> Especialização
		<input type="checkbox"/> Mestrado
		<input type="checkbox"/> Doutorado
X5	Tempo de vínculo com a empresa.	<input type="checkbox"/> Até 5 anos
		<input type="checkbox"/> 6 a 10 anos
		<input type="checkbox"/> 11 a 15 anos
		<input type="checkbox"/> 16 a 20 anos
		<input type="checkbox"/> Mais de 20 anos
X6	Tempo de atuação no cargo atual.	<input type="checkbox"/> Até 2 anos
		<input type="checkbox"/> 3 a 5 anos
		<input type="checkbox"/> 6 a 8 anos
		<input type="checkbox"/> 9 a 11 anos
		<input type="checkbox"/> Mais de 11 anos

Cod.	Assinale abaixo as características da empresa hoteleira	
X7	Tipo do meio de hospedagem.	<input type="checkbox"/> Hotel
		<input type="checkbox"/> Hotel Fazenda
		<input type="checkbox"/> Cama & Café
		<input type="checkbox"/> Resort
		<input type="checkbox"/> Hotel Histórico
		<input type="checkbox"/> Pousada
		<input type="checkbox"/> Flat/Apart-Hotel
X8	Estrelas deste meio de hospedagem.	<input type="checkbox"/> Não se classifica por estrelas
		<input type="checkbox"/> 1 estrelas
		<input type="checkbox"/> 2 estrelas
		<input type="checkbox"/> 3 estrelas
		<input type="checkbox"/> 4 estrelas
X9	Tempo de atuação da empresa no mercado.	<input type="checkbox"/> Até 5 anos
		<input type="checkbox"/> 6 a 10 anos
		<input type="checkbox"/> 11 a 15 anos
		<input type="checkbox"/> 16 a 20 anos
		<input type="checkbox"/> Mais de 20 anos
X10	Número de funcionários.	<input type="checkbox"/> Até 5 funcionários
		<input type="checkbox"/> 6 a 10 funcionários
		<input type="checkbox"/> 11 a 15 funcionários
		<input type="checkbox"/> 16 a 20 funcionários
		<input type="checkbox"/> Mais de 20 funcionários
X11	A empresa oferece treinamento para os funcionários quanto à Tecnologia da Informação?	<input type="checkbox"/> Sim
		<input type="checkbox"/> Não
X12	Quantas unidades habitacionais possui?	<input type="checkbox"/> Até 10
		<input type="checkbox"/> 11 a 20
		<input type="checkbox"/> 21 a 30
		<input type="checkbox"/> 31 a 40
		<input type="checkbox"/> Acima de 40
X13	Quantos leitos possui?	<input type="checkbox"/> Até 10
		<input type="checkbox"/> 11 a 20
		<input type="checkbox"/> 21 a 30
		<input type="checkbox"/> 31 a 40
		<input type="checkbox"/> Acima de 40

Para quais das funções organizacionais abaixo são utilizados algum recurso de tecnologia da informação como softwares, sistemas ou aplicativos? Pode marcar mais de uma alternativa.		
Cod.	PRODUÇÃO OU SERVIÇOS	
X14	Planejamento de serviços.	()
X15	Gerenciamento de serviços.	()
X16	Pesquisa, desenvolvimento e engenharia dos serviços ou projetos.	()
X17	Qualidade e produtividade.	()
X18	Custos de produção ou serviços.	()
X19	Monitoração, manutenção de equipamentos, produtos ou serviços.	()
Cod.	COMERCIAL OU MARKETING	
X20	Planejamento e gestão de marketing.	()
X21	Gerenciamento de clientes.	()
X22	Prospecção de clientes.	()
X23	Vendas.	()
X24	Faturamento.	()
X25	Contratos.	()
X26	Pesquisas e estatísticas.	()
Cod.	MATERIAIS OU LOGÍSTICA	
X27	Fornecedores.	()
X28	Compras ou suprimentos.	()
X29	Estoque.	()
X30	Recepção e expedição de materiais.	()
Cod.	FINANCEIRA	
X31	Contas a pagar.	()
X32	Contas a receber.	()
X33	Movimentos bancários.	()

X34	Fluxo de caixa.	()
X35	Orçamento.	()
X36	Administração do capital.	()
Cod.	RECURSOS HUMANOS	
X37	Recrutamento e seleção.	()
X38	Administração de pessoal (admissão, demissão e férias).	()
X39	Folha de pagamento.	()
X40	Cargos e salários.	()
X41	Treinamento e desenvolvimento (capacitação).	()
X42	Benefícios e assistência social.	()
X43	A organização utiliza algum software para o controle da segurança e/ou medicina do trabalho?	()
Cod.	JURÍDICO LEGAL	
X44	Contabilidade.	()
X45	Ativo fixo ou patrimônio.	()
X46	Impostos e recolhimentos.	()
X47	Livros fiscais de entrada e saída.	()

Infraestrutura tecnológica para a empresa		
Cod.	Assinale a seguir as alternativas correspondentes aos recursos tecnológicos disponíveis para as atividades operacionais da empresa.	
X48	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos funcionários?	() 0
		() 1 a 5
		() 6 a 10
		() Mais de 10
X49	Quantos <i>notebook</i> da empresa para uso dos funcionários?	() 0
		() 1 a 5
		() 6 a 10
		() Mais de 10
X50	A empresa possui acesso à Internet para suas atividades?	() Sim
		() Não
X51	A empresa possui software para o controle de reservas?	() Sim
		() Não
X52	A organização possui um site próprio?	() Sim
		() Não

Infraestrutura tecnológica para o cliente			
Cod.	Assinale a seguir as alternativas correspondentes aos recursos tecnológicos disponíveis para os clientes.		
X53	Quantos computadores de mesa da empresa para uso dos clientes?	<input type="checkbox"/>	0
		<input type="checkbox"/>	1 a 5
		<input type="checkbox"/>	6 a 10
		<input type="checkbox"/>	Mais de 10
X54	Quantos <i>notebook</i> da empresa para uso dos clientes?	<input type="checkbox"/>	0
		<input type="checkbox"/>	1 a 5
		<input type="checkbox"/>	6 a 10
		<input type="checkbox"/>	Mais de 10
X55	A empresa possui acesso à Internet para os clientes?	<input type="checkbox"/>	Sim.
		<input type="checkbox"/>	Não.

Cod.	Assinale a seguir os meios pelos quais é possível fazer reservas. Pode marcar mais de uma alternativa.	
X56	Página de Internet da empresa	<input type="checkbox"/>
X57	Página de Internet de terceiros	<input type="checkbox"/>
X58	Aplicativos de smartphone da empresa	<input type="checkbox"/>
X59	Aplicativos de smartphone de terceiros	<input type="checkbox"/>
X60	Telefone	<input type="checkbox"/>

Cod.	Na sua opinião qual é o potencial de benefícios que podem ser proporcionados pelo uso das tecnologias de informação e comunicação nas áreas abaixo? Marque de 1 a 5 sendo 1 para pouco impacto e 5 para muito impacto.					
X61	Qualidade dos serviços	1	2	3	4	5
X62	Área comercial ou marketing	1	2	3	4	5
X63	Materiais e estoque	1	2	3	4	5
X64	Logística	1	2	3	4	5
X65	Área financeira	1	2	3	4	5
X66	Recursos humanos	1	2	3	4	5
X67	Jurídico Legal	1	2	3	4	5

APÊNDICE B – AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA



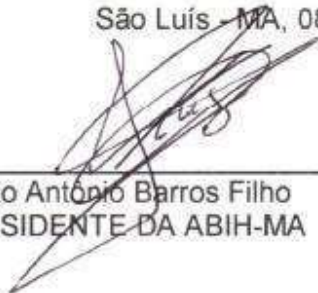
ABIH-MA - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão
Praça João Lisboa, nº 102 – Sala nº 110 – Centro São Luís – MA
CEP: 65.010-310 – Fone: (98) 3231-0692

AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA

A Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão - ABIH-MA, vem por meio deste autorizar a realização da pesquisa "As Tecnologias da Informação e Comunicação no Contexto dos Meios de Hospedagem em São Luís - MA", desenvolvida pelo pesquisador Douglas Goncaze de Carvalho nessa associação para fins de Conclusão do Mestrado Profissional em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté- SP.

Assim, solicitamos a apresentação dos resultados da pesquisa a essa associação e autorizamos a publicação dos mesmos com a identificação da Associação participante na versão final da dissertação.

São Luís - MA, 08 de março de 2019.



João Antônio Barros Filho
PRESIDENTE DA ABIH-MA

APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO

APÊNDICE B

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

PESQUISA: As tecnologias da informação no contexto dos meios de hospedagem do município de São Luís.

1. Natureza da pesquisa: Você é convidado a participar desta pesquisa, que tem como objetivo analisar o uso das tecnologias da informação e comunicação pelo setor de prestação de serviços em hospedagem do município de São Luís do Maranhão.

2. Participantes da pesquisa: Os participantes exercem cargos como gestor, gerente, administrador, diretor ou coordenador na empresa.

3. Envolvimento na pesquisa: Ao se integrar neste estudo você deve participar de um procedimento para a coleta de dados que será conduzido por Douglas Gonçaze de Carvalho, estudante do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté - SP. O procedimento consiste nas seguintes etapas: Você deverá responder algumas perguntas por meio de um questionário com perguntas fechadas e eventuais dúvidas serão esclarecidas no momento da aplicação.

É previsto um único contato com cada participante, que deve durar aproximadamente 30 minutos, entretanto, caso o participante se sinta cansado e assim desejar, a coleta de dados poderá ser dividida em dois encontros. Você tem a liberdade de recusar a sua participação, sem qualquer prejuízo para você. Solicitamos sua colaboração garantindo assim o melhor resultado para a pesquisa. Sempre que quiser você poderá pedir mais informações sobre a pesquisa entrando em contato com o pesquisador responsável Douglas Gonçaze de Carvalho através do telefone (98) 996158060 (inclusive ligações a cobrar) ou com a orientadora Profª Drª Viviane, através do telefone (12)997453426 (inclusive ligações a cobrar).

4. Riscos: A pesquisa apresenta risco mínimo. O possível risco que a pesquisa poderá causar é que o (a) Sr. (a) se sinta desconfortável emocionalmente, inseguro ou não deseje fornecer alguma informação pessoal solicitada pelo pesquisador. Com vistas em prevenir possíveis riscos gerados pela presente pesquisa ficam-lhe garantidos os direitos de anonimato, de abandonar a pesquisa a qualquer momento, de deixar de responder qualquer pergunta que julgue por bem assim proceder, bem como solicitar para que os dados fornecidos durante a coleta não sejam utilizados. Os procedimentos utilizados nesta pesquisa obedecem aos Critérios da ética na Pesquisa com Seres Humanos conforme a Resolução n. 510/16 do Conselho Nacional de Saúde. Os procedimentos utilizados não oferecem riscos à sua dignidade.

5. Confidencialidade: Todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Os dados serão identificados com um código, e não com o nome. Você não será identificado em nenhuma publicação que possa resultar. Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos, e após esse tempo serão destruídos. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida a você.

6. Benefícios: O conhecimento adquirido poderá subsidiar o desenvolvimento de medidas com objetivo de indicar a partir da caracterização do capital social dos grupos estudados, aspectos que podem ser melhorados no processo de associativismo e contribuir com o fortalecimento desses grupos organizados e com os estudos na área da formação e fortalecimento do capital social.

7. Pagamento: Você não terá nenhum tipo de despesa por participar desta pesquisa, bem como nada será pago por sua participação da mesma.

9. Você terá o esclarecimento sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para recusar-se a participar e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação

na forma em que é atendido pelo pesquisador, que tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Você pode a qualquer momento, retirar seu consentimento, excluindo a sua participação.

10. Após a conclusão estará à disposição na Biblioteca da Universidade de Taubaté, uma dissertação contendo os resultados.

11. Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UNITAU na Rua Visconde do Rio Branco, 210 – centro – Taubaté, telefone (12) 3635-1233, e-mail: cep@unitau.br

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa.

Portanto, preencha os itens que seguem:

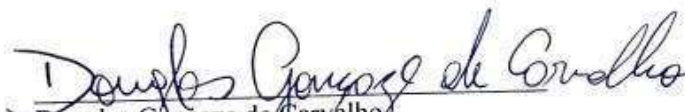
Consentimento pós-informação

Eu, _____, portador do documento de Identidade _____ fui informado (a) dos objetivos da pesquisa **“AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DO MUNICÍPIO DE SÃO LUIS”**, de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar.

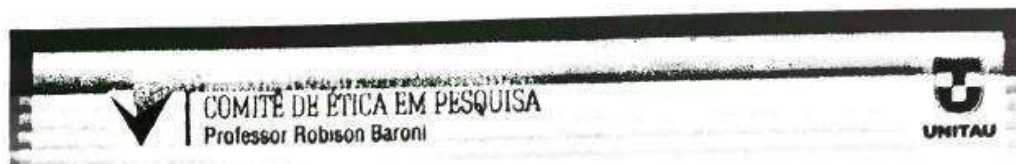
Declaro que concordo em participar. Recebi uma cópia deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Assinatura

_____, _____ de _____ de 2019.


Douglas Gonçalves de Carvalho
CPF: 72188553187 Pesquisador Responsável

APÊNDICE D – TERMO DE COMPROMISSO



TERMO DE COMPROMISSO DO PESQUISADOR RESPONSÁVEL

Eu, DOUGLAS GONÇAZE DE CARVALHO pesquisador responsável pelo projeto de pesquisa intitulado AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DO MUNICÍPIO DE SÃO LUÍS, comprometo-me dar início a este projeto somente após a aprovação do Sistema CEP/CONEP (em atendimento ao Artigo 28 parágrafo I da Resolução 510/16 e XI.2 item A ou da Resolução 466/12).

Em relação à coleta de dados, eu pesquisador responsável, asseguro que o caráter de anonimato dos participantes desta pesquisa será mantido e que as suas identidades serão protegidas.

As fichas clínicas e/ou outros documentos não serão identificados pelo nome.

Manterei um registro de inclusão dos participantes de maneira sigilosa, contendo códigos, nomes e endereços para uso próprio.

Os Termos assinados pelos participantes serão mantidos em confiabilidade estrita, juntos em um único arquivo, físico ou digital, sob minha guarda e responsabilidade por um período mínimo de 05 anos.

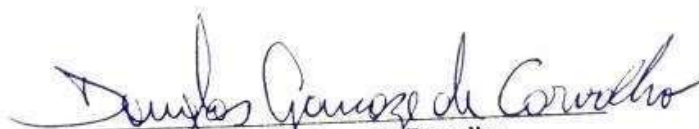
Asseguro que os participantes desta pesquisa receberão uma cópia do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido; Termo de Assentimento (TA, quando couber), Termo de Uso de Imagem (TUI, quando couber) e TI (Termo Institucional, quando couber).

Comprometo-me apresentar o relatório final da pesquisa, e os resultados obtidos, quando do seu término ao Comitê de Ética - CEP/UNITAU, via Plataforma Brasil como notificação.

O sistema CEP-CONEP poderá solicitar documentos adicionais referentes ao desenvolvimento do projeto a qualquer momento.

Estou ciente que de acordo com a Norma Operacional 001/2013 MS/CNS 2.2 item E, se o Parecer for de pendência, terei o prazo de 30 (trinta) dias, contados a partir da emissão na Plataforma Brasil, para atendê-la. Decorrido este prazo, o CEP terá 30 (trinta) dias para emitir o parecer final, aprovando ou reprovando o protocolo.

Buriticupu, 24 de abril de 2019


Douglas Gonçaze de Carvalho
CPF: 721.885.531-87
Mestrando - UNITAU.