



## Turismo e hotelaria: práticas de estágio no hotel continental Santa Maria/RS

Yasmin Santos da Costa<sup>1</sup>

Tatiane Brum de Oliveira Reis<sup>2</sup>

Centro Universitário Franciscano

**Resumo:** O presente artigo tem por objetivo apresentar os resultados das práticas do Estágio Curricular Supervisionado II do Curso de Turismo do Centro Universitário Franciscano. O estágio foi realizado no hotel Continental Santa Maria/RS, no período de 19 de maio à 23 de junho de 2014, onde foram cumpridas 20 horas semanais de práticas. A metodologia utilizada foi a de observação participante, onde se acompanhou e realizaram-se atividades específicas dos setores de recepção, reservas, governança, alimentos e bebidas, comercial e financeiro. O hotel possui um público de perfil executivo, entre representantes comerciais e/ou empresários, que vêm para a cidade à trabalho e negócios. Sendo assim, observou-se a importância de uma gestão de qualidade, bem como uma comunicação eficaz e organização, a fim de proporcionar estadia de qualidade aos hóspedes.

**Palavras-chave:** Turismo; Hotelaria; Estágio curricular.

**Abstract:** *This article aims to present the results of practices Supervised II Course of Tourism Franciscan University Center. The stage was held at the Continental Hotel Santa Maria / RS, in the period from May 19 to June 23, 2014, which were completed 20 hours of practice. The methodology used was participant observation, where he followed and took place specific activities of receiving financial and commercial sectors, reservations, governance, food and drinks. The hotel has a public profile executive, between sales representatives and / or entrepreneurs who come to the city to work and business. Thus, we observed the importance of quality management and effective communication and organization, in order to provide quality stay guests.*

**Keywords:** *Tourism; Hospitality; Traineeship.*

### 1. Introdução

O turismo, segundo o Ministério do Turismo brasileiro, é o que faz com que as pessoas saiam do seu local de moradia em busca de prazer, atrás de atividades que lhe proporcionem um afastamento da rotina diária, trazendo-lhes descanso, lazer e saúde, sendo que estas atividades não possuam caráter lucrativo. No entanto, observa-se que pessoas que viajam por motivos alheios à prática do turismo, acabam utilizando os mesmos serviços que o turista, como é o caso dos homens de negócios ou profissionais que viajam a trabalho, que em

---

<sup>1</sup> Acadêmica do 8º semestre do curso de bacharelado em Turismo do Centro Universitário Franciscano. yasmin.dacosta@hotmail.com

<sup>2</sup> Professora do curso de bacharelado em Turismo do Centro Universitário Franciscano. tatiane.tur@gmail.com



algumas vezes levam o cônjuge para compartilhar os momentos de folga e então, dedicam-se a fazer turismo (BARRETO, 2001).

Entretanto, entre o turismo e os negócios, no que diz respeito aos hotéis, nem todos podem ser considerados turísticos, ou seja, nem todos são direcionados para o lazer. “Há hotéis que atendem principalmente homens de negócios, executivos, portanto não têm sua sobrevivência atrelada ao turismo” (BARRETO, 2001, p. 13).

Como é o caso do Hotel Continental Santa Maria/RS, que possui um público com este perfil executivo, ou seja, a maioria dos hóspedes é representante comercial e/ou empresários, que vêm para a cidade à trabalho e negócios. Assim, o hotel tem seu pico de ocupação nos dias de semana, mais precisamente de terça à quinta – feira, onde há lotação máxima.

O hotel possui 90 unidades habitacionais, conseguindo acomodar até 3 pessoas adultas em cada apartamento. Possui também espaços como academia, saunas, piscina térmica, salas de jogos, *business corner*<sup>3</sup>, bem como três salas que são locadas para eventos de pequeno porte, geralmente corporativos e empresariais, sendo que a maior delas consegue acomodar em formato de auditório, aproximadamente 50 pessoas.

Neste sentido, o hotel Continental Santa Maria/RS foi o cenário das práticas desenvolvidas no estágio curricular supervisionado II do curso de Turismo do Centro Universitário Franciscano, durante o período de 19 de maio à 23 de junho de 2014. Entre as atividades, realizaram-se práticas em seus principais setores: recepção, reservas, comercial, alimentos e bebidas, governança e financeiro.

## 2. O Turismo e os Serviços Hoteleiros: entre os turistas de lazer e os homens de negócio

O turismo, segundo Britto e Fontes (2002, p.30) é “um instrumento de desenvolvimento econômico e social (qualidade de vida) da maior relevância, dentro de um universo de serviços e tecnologias avançadas”. De acordo com o Ministério do Turismo do Brasil, por se tratar de uma atividade que se desenvolve a partir do movimento de pessoas, o turismo pode ser conceituado como:

Conjunto de relações e fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do lugar de domicílio, desde que tais deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa<sup>4</sup>.

Sendo assim, as pessoas saem do seu local de moradia em busca de prazer, atrás de atividades que lhe proporcionem um afastamento da rotina diária, trazendo-lhes descanso, lazer e saúde. No entanto, observa-se que pessoas que viajam por motivos alheios à prática do turismo, acabam utilizando os mesmos serviços que o turista, como é o caso dos homens de negócios ou profissionais que viajam a trabalho, que em algumas vezes levam o cônjuge para compartilhar os momentos de folga e então, dedicam-se a fazer turismo (BARRETO, 2001).

<sup>3</sup> Sala com computadores e internet disponível para os hóspedes.

<sup>4</sup> Disponível em: [http://www.dadosefatosturismo.gov.br/dadosefatosturismo/espaco\\_academico/glossario/index.html](http://www.dadosefatosturismo.gov.br/dadosefatosturismo/espaco_academico/glossario/index.html)



Diante dessa demanda significativa na área de negócios, o Ministério do Turismo brasileiro, abrange dentro de seu programa de segmentação turística, que serve para organizar, planejar e fomentar o mercado do turismo no país, a segmentação do turismo de negócios e eventos, visto que este setor é um dos mais importantes e de maior vitalidade para a economia turística do país, possuindo um forte fator de atração de visitantes estrangeiros com gasto médio diário de U\$\$ 127<sup>5</sup>.

Neste meio, entre o turismo e os negócios, no que diz respeito aos hotéis, nem todos são turísticos, ou seja, nem todos são direcionados para o lazer. “Há hotéis que atendem principalmente homens de negócios, executivos, portanto não têm sua sobrevivência atrelada ao turismo” (BARRETO, 2001, p. 13).

“Uma empresa hoteleira pode ser entendida como sendo uma organização que, mediante pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada” (CASTELLI, 2001, p. 56). Assim, percebe-se que um hotel não precisa, obrigatoriamente, possuir uma infraestrutura de lazer, contudo, é o cliente quem vai escolher o hotel de acordo com suas necessidades. Porém, segundo Castelli (2001) os serviços mínimos necessários ao hóspede são: recepção/portaria; guarda de bagagem e objetos de uso pessoal dos hóspedes em lugar apropriado; conservação, arrumação e limpeza das instalações e dos equipamentos.

Seja um hóspede de negócios ou de lazer, ao chegar ao hotel todos pagam não somente por instalações confortáveis e limpas, mas também por uma boa acolhida e hospitalidade, pois atualmente, um bom acolhimento se tornou um imperativo no setor hoteleiro, já que a sociedade de hoje exige uma qualidade cada vez maior dos bens e serviços prestados (CASTELLI, 2005).

Deste modo cada um dos colaboradores de uma empresa hoteleira deve seguir um padrão de qualidade nos serviços oferecidos e nas funções exercidas, a fim de proporcionar bem estar e confiança ao hóspede.

### 3. Os principais setores de uma empresa hoteleira

Um hotel funciona como um todo, um sistema. E para que este sistema funcione de maneira eficaz é preciso que todos trabalhem juntos, em equipe, pois a maior parte deste trabalho é realizado por grupos de pessoas, “portanto a qualidade das realizações de uma empresa ou organização não é somente o resultado do desempenho de cada pessoa, mas também reflete os esforços coletivos” (TEBOUL *apud* CASTELLI, 2001, p. 45).

Quando o espírito de equipe invade uma organização, no caso uma empresa hoteleira que necessita de muitos setores para desempenhar seu papel, todos os empregados começam a trabalhar juntos visando a qualidade – sem barreiras e sem facções. Só assim será possível oferecer serviços que irão agradar aos hóspedes.

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2013/11/turismo-de-negocios-movimenta-setor-no-pais>



A porta de entrada, ou seja, a primeira impressão do cliente ao entrar no hotel, é o setor de recepção. E será este mesmo quem manterá contato constante com o hóspede durante toda sua estada.

Para operar bem, a recepção depende do bom funcionamento de todas as outras áreas do hotel, inclusive as que não são visíveis aos hóspedes, pois se a recepção apresentar problemas, o hóspede deduzirá que todos os demais funcionam de maneira precária (CASTELLI, 2005).

As atividades básicas do setor de recepção, tanto da gerência quanto do recepcionista são: orientar (através de treinamentos), supervisionar e coordenar as atividades operacionais do setor (gerência); receber o hóspede realizando o *check in* (entrada) e a ficha de registro; estar sempre à disposição para atender as necessidades dos hóspedes durante a estada; receber correspondências e transferir chamadas telefônicas para os demais setores; manter todos os documentos organizados e arquivados; garantir a segurança dos apartamentos; realizar o *check out* (saída) e receber (caso necessário) os valores correspondentes ao consumo dos hóspedes (DAVIES, 2001).

No setor de reservas, saber como falar ao telefone é fundamental, visto que a maioria das solicitações são realizadas através deste meio. É pelo telefone que se inicia, geralmente, o processo de hospitalidade, o que exige do profissional qualificação para saber interagir com clientes em potencial. A maioria dos hotéis, de pequeno, médio ou grande porte, utilizam sistemas informatizados, que auxiliam na comunicação entre os setores, principalmente entre reservas e recepção. Cabendo ao profissional responsável pelas reservas manter o sistema sempre atualizado (CASTELLI, 2001).

O setor de marketing, vendas ou comercial deve desenvolver estratégias de marketing e vendas, analisando os negócios em curso e em potencial, bem como buscar alternativas para maximizar a satisfação do hóspede e a rentabilidade geral do hotel. Aumentar o volume de vendas e lucro, a partir da elaboração de projetos para os segmentos de vendas, também faz parte das atividades desse setor, bem como preparar relatórios e, dependendo do hotel, captar eventos (DAVIES, 2001).

Na governança, através de um apartamento bem arrumado, limpo, higienizado e em perfeita condição de uso, também transmiti-se a hospitalidade para com o hóspede (CASTELLI, 2005). Cabe o gerente escalar os funcionários de acordo com a ocupação prevista e ajustar a equipe quando necessário. Este setor deve estar sempre em contato com a recepção, a fim de coordenar a disponibilidade dos quartos. Fazer inspeções constantes e o devido acompanhamento, para determinar o nível geral de limpeza do hotel, também são funções realizadas pela governanta (gerente do setor) (DAVIES, 2001). Em relação as camareiras, além de realizarem a limpeza das instalações, devem estar preparadas para saudar todos os hóspedes, respeitando a tranquilidade dos mesmos e ter cuidado com os pertences, a fim de manter a hospitalidade e a qualidade da empresa na qual trabalham.

As principais atribuições e responsabilidades da gerência de alimentos e bebidas, que engloba a cozinha, restaurante, bar e copa são: zelar pelas boas condições de higiene, zelar pelas condições de segurança no trabalho, supervisionar o processo de elaboração dos



alimentos e bebidas nos diversos pontos de produção, rever as fichas técnicas dos pratos (propondo alterações quando necessário), supervisionar o recebimento de mercadorias (verificando sua qualidade) e supervisionar as escalas de trabalho (CASTELLI, 2001).

Já o setor financeiro tem como atividades preparar o faturamento e processar todos os valores recebidos, facilitando a cobrança de todo o crédito devido, bem como preparar a folha de pagamento dos funcionários do hotel, mantendo em ordem os cartões de ponto e processando ajustes quando necessário. Ter arquivado todos relatórios, documentos e contratos e preparar o relatório final de cada mês das contas (DAVIES, 2001).

Deste modo, tem-se as principais atividades desenvolvidas dentro de cada um dos setores supracitados, sendo estes, os principais para a operacionalização de uma empresa hoteleira.

#### 4. Apresentação das práticas realizadas

O estágio curricular supervisionado do Curso de Turismo – Centro Universitário Franciscano, foi realizado no Hotel Continental, localizado no município de Santa Maria, RS, no período de 19 de maio à 24 de junho de 2014, onde foram cumpridas 102 horas de atividades práticas, distribuídas em 5 semanas de vinte horas cada.

Em cada uma das semanas, foram desenvolvidas atividades nos seguintes setores: reservas, comercial, recepção, governança, alimentos e bebidas (A & B) e financeiro.

O setor de reservas opera por telefone e e-mail ou por sites como o *booking.com*, onde é possível solicitar a reserva também. Apenas uma pessoa atua neste setor, contudo os setores comercial e recepção também estão aptos a realizar reservas, pois o mesmo não opera nos finais de semana.

Ao longo dos dias de acompanhamento no setor, ocorreram reservas solicitadas por meio de agências de viagens, onde o hóspede deve apresentar o *voucher*<sup>6</sup> da reserva. Este documento é uma garantia para que o hotel possa faturar a diária caso ocorra *no-show*<sup>7</sup>. Há dois tipos de tarifas para as agências de viagens: a NET, que é a tarifa sem comissão; e a comissionada, que é a tarifa com o valor da comissão acrescido. Também há tarifas diferenciadas, por meio de contratos, para algumas empresas que encaminham hóspedes seguidamente para o hotel.

Já nas reservas particulares, solicita-se o adiantamento de uma diária para a validação da mesma, contudo, em alguns casos, pelo grande número de hóspedes ávidos, fazem-se formas de pagamento diferenciadas, até mesmo para consolidar e fidelizar a relação do cliente com a empresa.

No setor comercial, responsável também pelos eventos do hotel, geralmente reuniões corporativas, acompanhou-se dois eventos que haviam contratado o serviço de *coffee break*,

<sup>6</sup> Documento que contém o nome dos hóspedes, o tipo de apartamento e valor da tarifa a ser paga.

<sup>7</sup> Não comparecimento do hóspede na data do *check-in*.



onde foi feita a supervisão, para que ambos fossem servidos dentro do horário previsto e com qualidade.

Os contratos, as permutas e negociações são feitas pelo comercial, sempre com o aval do diretor, que é também o proprietário do hotel. Também é função deste setor manter atualizados os meios de comunicação do hotel, como o site, as redes sociais e outras ferramentas como o *Trip Advisor*, sempre respondendo aos comentários.

O estágio supervisionado também contemplou a realização de práticas no setor de recepção do Hotel Continental Santa Maria, o qual conta com um quadro de 14 colaboradores: 7 recepcionistas e 7 mensageiros, distribuídos em 4 turnos com duração de 6 horas cada.

A recepção é o primeiro e o último contato do hóspede no hotel, pois é neste setor que realizam-se o *check-in* (entrada) e o *check-out* (saída). Durante a estadia do hóspede, também é a intermediadora do mesmo para com o restante dos setores, ou seja, toda e qualquer dúvida, solicitação, crítica ou elogio sempre passará primeiramente pelos recepcionistas.

Os procedimentos básicos no momento do *check-in* são: verificação do cadastro do hóspede no sistema, bem como identificação se o mesmo se encontra com carro e qual sua placa, e em seguida impressão da ficha do hóspede para assinatura. No *check-out*, é o momento em que se recebe os valores correspondente as diárias, garagem e demais consumos do hóspede, onde no final do processo tem-se a emissão da nota fiscal seja ela particular ou faturada por alguma empresa ou agência.

Dentro das atividades desenvolvidas neste setor, realizou-se o lançamento das comandas de consumo no sistema, sejam elas de frigobar, restaurante ou lavanderia. Cada apartamento com consumo possui uma comanda a ser lançada no sistema, para posteriormente, no *check-out*, ser cobrada.

Outra função realizada durante o acompanhamento das atividades do recepcionista foi o atendimento ao telefone que em grande parte das ligações direcionava-se ao setor de reservas. Poucas ligações eram direcionadas diretamente ao setor, pois a comunicação interna é realizada por meio de rádios de comunicação, que cada recepcionista possuiu.

Dentro do setor há um livro, onde tudo o que acontece em cada turno deve ser anotado para que todos saibam o que está acontecendo no hotel.

Enquanto desenvolviam-se as atividades, ocorreram alguns *walkings*, que é quando o cliente chega para se hospedar sem possuir reserva prévia. Neste caso, é o recepcionista quem efetua a entrada, se houver disponibilidade, e cobra o valor adiantado das diárias.

Na semana seguinte, acompanhou-se as atividades do setor de governança do hotel. Primeiramente houve o contato com as funções da gerência, que são atividades mais administrativas, como controle da rouparia; controle de estoque dos produtos disponibilizados nos apartamentos; escala de funcionários; e a supervisão e revisão dos apartamentos após a limpeza realizada pelas camareiras.

Já a prática realizada juntamente com as camareiras foi mais operacional, abrangendo a limpeza e organização dos apartamentos. Neste sentido, as atividades em cada apartamento foram: troca da rouparia (toalhas, lençóis, etc), arrumação de forma padronizada das camas, higienização de toda a mobília com álcool, limpeza dos banheiros e do chão e aspiração do



pó. Além de sempre verificar se houve consumo ou não no frigobar e se não ficaram pertences esquecidos pelos hóspedes, pois é neste setor onde ficam guardados para posterior retirada.

No setor de Alimentos e Bebidas, a maioria das atividades foram realizadas dentro da cozinha, juntamente com a confeitadeira. Tudo o que é servido para os hóspedes do hotel Continental, é produção própria, sejam massas, pães, bolachas, bolos, entre outros.

No decorrer das práticas auxiliou-se na preparação de pastéis, bolos, empadinhas, enroladinhos, entre outros salgados, bem como auxílio também na limpeza dos utensílios utilizados.

Na cozinha, os alimentos perecíveis são conservados em câmeras frias, separados dentro de potes, e algumas frutas ficam em prateleiras. Há um estoque mínimo, caso falte algum ingrediente no momento da preparação dos pratos, os insumos são solicitados via requisição ao setor de estoque, pela gerência de alimentos e bebidas.

O restaurante é aberto ao público em geral, não somente aos hóspedes, com serviço *à la carte* no almoço e na janta e buffet no café da manhã, que é servido das 6h30min às 10h.

Há também o serviço de bar, com diversas qualidades de bebidas. E os garçons são responsáveis pela arrumação e organização das mesas no restaurante, bem como atender os pedidos dos hóspedes e encaminhá-los à cozinha.

No setor financeiro tem-se o controle de todas as despesas e receitas do hotel. Há uma gerente responsável pelo setor, que trabalha a gestão do mesmo, além de ser responsável pelas funções de departamento pessoal, incluso dentro do setor. O controle das escalas referente às faltas, folgas, horas extras, compensações, entre outros, bem como pagamento de salários, gratificações, impostos e contribuições sociais, fazem parte das funções da gerente. Além disso, também é responsável pelo controle dos extratos das contas bancárias do hotel, sempre conferindo se os valores de débito e crédito conferem com os lançados no sistema.

Para o lançamento dos valores no sistema, há uma pessoa responsável pela função “contas a receber” e outra pela “contas a pagar”. No “contas a receber” tem-se a conferência diária do caixa que é fechado na recepção, onde separam-se as notas fiscais que são faturadas, para posteriormente serem enviadas juntamente com os boletos de cobrança às empresas e/ou agências de viagens. Contudo, quando as notas são pagas via cartão de crédito ou débito, são necessários os lançamentos dos *sleeps*<sup>8</sup> no sistema. O controle do comissionamento das tarifas a serem pagas às agências de viagens também é realizado pela responsável da função “contas a receber”.

Já na função “contas a pagar” a responsável lança no sistema todos os documentos (boletos, guias, comissões, entre outros) que necessitam pagamento. Os pedidos de mercadorias são solicitados aos fornecedores pelo setor de compras, cabendo à responsável pelo “contas a pagar” receber estes pedidos na data marcada, estocá-los, lançar a nota fiscal e a entrada dos insumos no sistema e aguardar o vencimento do boleto para o pagamento da compra. Todo o pagamento para ser efetuado precisa da autorização do diretor/proprietário do hotel.

<sup>8</sup> Comprovante de pagamento de cartão de crédito ou débito.



O controle do estoque também faz parte das funções do “contas a pagar”, pois a partir do momento em que são lançados os insumos, é possível controlar a quantidade disponível de cada um.

Todos os valores que passam pelo setor financeiro do hotel, são contabilizados por uma empresa terceirizada.

## 5. Resultado e discussões

Pelo fato de não possuir um grande número de apartamentos, o Hotel Continental Santa Maria opera com uma pessoa responsável no setor de reservas, entretanto as atividades não se tornam sobrecarregadas, pois desta maneira, tem-se um melhor controle e organização, do que se houvessem demais funcionários na mesma função. Contudo, a implantação de um sistema de reservas *online* aumentaria ainda mais o nível de competitividade da empresa diante do setor hoteleiro da cidade.

No setor comercial, também opera-se com uma pessoa responsável, sem subordinados, e igualmente ao setor de reservas, há uma organização e controle diferenciados. Este setor também é responsável pelo marketing da empresa, contudo, notou-se a necessidade da contratação dos serviços de uma agência de publicidade para ter mais profissionalismo nas divulgações das redes sociais e demais meios, aumentando ainda mais a imagem de credibilidade da empresa.

Diante do número significativo de hóspedes estrangeiros, o domínio da língua estrangeira, principalmente o inglês, traz um grande diferencial para as empresas do segmento turístico, porém observou-se que o mesmo encontra-se frágil no hotel, tanto no setor de recepção quanto nos demais.

Como o hotel Continental Santa Maria continuamente realiza treinamentos e reuniões para capacitar seus colaboradores e assim prestar um serviço de qualidade a seus clientes, é vista a necessidade de uma capacitação específica para o domínio básico da língua inglesa. Fazendo com que o visitante estrangeiro não sinta-se excluído e menos importante, visto que a comunicação, ou seja, o diálogo é essencial para um acolhimento hospitaleiro.

A recepção é um setor dinâmico, exigindo do profissional praticidade e agilidade no atendimento, ainda mais em um hotel com característica executiva, onde grande parte dos hóspedes encontram-se sempre com pressa. Sendo assim, alguns materiais e documentos foram observados guardados em locais pouco práticos, dificultando a operacionalização das atividades do recepcionista. Neste sentido, uma reformulação na distribuição dentro da área de trabalho da recepção poderia ser utilizada.

No setor da governança a questão mais abrangente é a padronização da arrumação dos apartamentos. Embora o hotel já realize treinamentos com as camareiras, por haver uma grande rotatividade de funcionários neste setor, nota-se a necessidade de treinamentos com mais frequência, podendo ser mensais, para que não se perca o padrão.

No setor de alimentos e bebidas, observou-se uma renovação na organização de toda a cozinha, com realocação de materiais e utensílios, conservação dos alimentos, entre outros.



Notou-se a falta de uma ficha técnica para os pratos servidos, contudo a mesma já está sendo providenciada, para que se estabeleça um padrão na apresentação dos pratos.

Um aspecto positivo em relação a este setor é o fato do restaurante do hotel ser aberto ao público em geral, não somente para os hóspedes. Sendo assim, observa-se que o setor comercial poderia divulgar mais esta informação e atrair novos clientes.

O setor financeiro, diante de sua complexidade, mostrou-se um setor organizado e funcional. As três responsáveis pelo mesmo, trabalham em conjunto, proporcionando agilidade e praticidade na operacionalidade das funções, no entanto todas as contas são pagas manualmente, ou seja, há uma pessoa que sai do hotel todos os dias para efetuar o pagamento das mesmas. Porém, estes pagamentos poderiam ser realizados via online, aumentando ainda mais a agilidade dos lançamentos, e otimizando o tempo das atividades.

## 6. Conclusão

A partir das práticas realizadas por meio do cumprimento da disciplina de estágio curricular supervisionado II, observou-se a importância de uma gestão de qualidade em uma empresa hoteleira.

Uma comunicação eficaz e organização são fundamentais para que cada um dos setores funcionem adequadamente dentro da empresa, a fim de proporcionar um atendimento ágil e hospitaleiro aos hóspedes.

O trabalho em equipe também mostrou-se um ponto relevante no desenvolvimento das atividades práticas, pois todos os colaboradores precisam trabalhar juntos em prol da produtividade da empresa.

## Referências

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Glossário do turismo**. Brasília, 2014. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco\\_academico/glossario/index.html](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/index.html)>. Acesso em: 15 Jun. 2014.

\_\_\_\_\_. Portal Brasil. **Notícias**. Brasília, 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2013/11/turismo-de-negocios-movimenta-setor-no-pais>>. Acesso em: 15 Jun. 2014.

BRITTO, Janaina. FONTES, Nena. **Estratégias para eventos**. Uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.



DAVIES, Carlos Alberto. **Cargos em hotelaria**. Caxias do Sul, RS: Educs, 3ª edição, 2001.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade na perspectiva da gastronomia e da hotelaria**. São Paulo: Saraiva, 2005.

\_\_\_\_\_. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul, RS: Educs, 8ª edição, 2001.