

## A Utilização da Reputação *Online* para a melhoria em Serviços: Um Estudo na Hotelaria de Garopaba e Imbituba – Santa Catarina<sup>(1)</sup>.

Rocio Maria Quiroga, Jaqueline Santos <sup>(2)</sup>; Tiago Savi Mondo <sup>(3)</sup>

### Resumo Expandido

(1) Trabalho executado com recursos do Edital 27/2012, da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação e do CNPQ.

(2) Estudantes do Curso Técnico em Hospedagem do Câmpus Garopaba do Instituto federal de Santa Catarina – [rociomariaquiroga@gmail.com](mailto:rociomariaquiroga@gmail.com); [jaquedief@yahoo.com.br](mailto:jaquedief@yahoo.com.br) (3) Professor/Pesquisador do Instituto Federal de Santa Catarina.

**RESUMO:** A internet representa hoje uma das principais ferramentas de pesquisa de mercado que os consumidores utilizam. Dentro do contexto turístico, por ser um serviço, os aspectos tangíveis são pontos fundamentais na análise e escolha do que consumir. Outro ponto relevante são os depoimentos que turistas inserem na internet sobre sua experiência em determinada viagem ou meio de hospedagem (MH). A partir do conteúdo gerado pelos turistas os MHs iniciam a formação da sua reputação online. Assim, o objetivo desta pesquisa é analisar a reputação online de MHs de Garopaba e Imbituba com base nos preceitos da qualidade de serviços. O estudo é considerado aplicado, descritivo-exploratório e quantitativo. A amostra é composta por todos os comentários feitos por turistas no site [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), que tinham como sujeitos comentados os MHs de Garopaba e Imbituba. A coleta de dados aconteceu nos meses de Março e Abril de 2013. Foram analisados 325 comentários. Os dados foram analisados utilizando-se o Software SPSS 17 e para análise de textos T-LAB 4.1. Os principais resultados indicam que existe predominância de comentários positivos em ambos os municípios. Verificaram-se também a ocorrência de comentários nos idiomas português, inglês, alemão e espanhol o que demonstra certa internacionalização dos destinos. E as principais palavras ligadas aos comentários foram de sentido positivo como boa, excelente, praia, pousada. Ao final, percebe-se que os MHs de Imbituba possuem uma melhor reputação online que os de Garopaba, tendo grandes possibilidades de análise de mercado e melhoria dos serviços a pesquisa da reputação online.

**Palavra Chave:** Reputação Online; Qualidade em Serviços; Hotelaria

### I. INTRODUÇÃO

A internet representa hoje uma das principais ferramentas de pesquisa de mercado que os consumidores utilizam. Dentro do contexto turístico, por ser um serviço, os aspectos tangíveis (fotos, indicação de estruturas e outros) são ponto fundamental na análise e escolha do que consumir. Outro ponto relevante, com grande aceitação no mercado foram os depoimentos (positivos e negativos) que turistas inserem na internet sobre sua experiência em determinada viagem ou hotel. O conteúdo gerado pelo consumidor (consumer generated content – CGC), principalmente, ao que se refere à produção, armazenamento e distribuição de informação e opiniões sobre produtos e serviços consumidos vem crescendo, devido ao aumento do alcance da Web dentro da sociedade, especialmente, quando se aborda a utilização de mídias sociais, que tem como um dos intuitos

divulgar a opinião dos usuários frente ao que está sendo ofertado no mercado (MONTARDO, 2010). Neste âmbito, os meios de hospedagem vêm se utilizando dessa ferramenta dentro da perspectiva de se obter um maior conhecimento do cliente, acarretando assim uma melhora na qualidade dos serviços, e conseqüentemente o aumento de número de hóspedes em seus hotéis (FRIEDLANDER, 2012). Assim, a mensuração da qualidade em serviços pode ser feita por mais uma ferramenta, podendo exemplificar ou materializar as bases da qualidade de serviços explicitada por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1998), como a confiabilidade, a presteza, os aspectos tangíveis, a segurança e a empatia. A partir do exposto, o objetivo desta pesquisa é analisar a reputação online de meios de hospedagem de Garopaba e Imbituba com base nos preceitos da qualidade de serviços.

## II. METODOLOGIA

O estudo é considerado aplicado, descritivo-exploratório e quantitativo. A amostra foi composta por todos os comentários feitos por turistas no site [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), que tinham como sujeitos comentados os meios de hospedagem de Garopaba e Imbituba.

Escolheu-se o site [tripadvisor.com](http://tripadvisor.com) por se tratar do site mais difundido mundialmente para comentários que turistas em viagens, tanto da parte hoteleira, como gastronômica e de atrativos.

O processo de coleta se deu primeiramente com os meios de hospedagem da cidade de Imbituba. No site são listados 28 meios de hospedagem, destacando-se o bairro de Ibiraquera e a praia do Rosa. Em Garopaba foram identificados 16 meios de hospedagem com comentários no site. Os comentários foram copiados em editor de texto e categorizados em planilha eletrônica (Por meio de hospedagem, título do comentário, texto do comentário, data do comentário, perfil do turista e avaliação do comentário).

Na categoria pousada, cita-se o nome da pousada pesquisada, na categoria título, o título do comentário do hóspede, na categoria comentário, o próprio comentário do hóspede, na categoria data, o dia, mês e ano (nem todos os comentários possuem data completa) em que o hóspede fez o comentário ou hospedou-se em determinada pousada, na categoria perfil, se o hóspede viajou em casal, amigos, sozinho, a negócios ou em família e na categoria avaliação do comentário, se o comentário foi positivo ou negativo.

A coleta de dados aconteceu nos meses de Março e Abril de 2013. Foram coletados 325 comentários. Os dados foram analisados utilizando-se o Software Estatístico SPSS 17 e o Software para análise de textos T-LAB 4.1.

## III. RESULTADOS E DISCUSSÃO

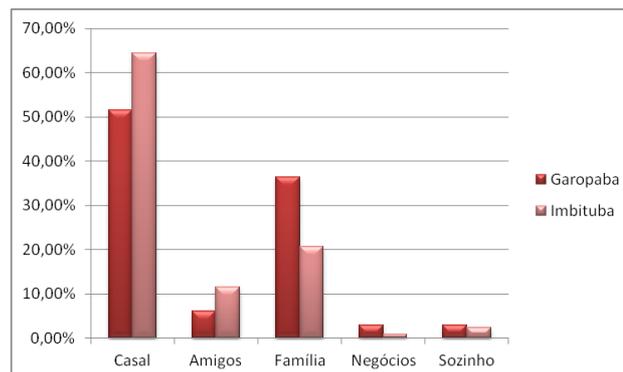
Os principais resultados indicam que existe predominância de comentários positivos em ambos os municípios. Entretanto, Imbituba (principalmente praia do Rosa), possui uma avaliação melhor que Garopaba. Na pesquisa, verificou-se que os meios de hospedagem de Imbituba possuem 90% de ocorrência de comentários positivos, enquanto os meios de hospedagem de Garopaba possuem 71%.

Verificaram-se também a ocorrência de comentários nos idiomas português, inglês, alemão e espanhol o

que demonstra certa internacionalização dos destinos, considerada ainda incipiente, mas verificam-se boas perspectivas a partir dos comentários dos turistas estrangeiros.

Com relação ao perfil do turista, identificou-se, apesar da proximidade geográfica, perfis relativamente diferentes nos dois destinos, conforme Gráfico 1.

**Gráfico 1 – Perfil dos Turistas que possuem comentários**

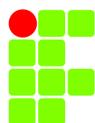


Fonte: dados primários, 2013.

Percebe-se que a predominância de turistas nos dois municípios é de Casais e Famílias. Com destaque para Casais e Amigos em Imbituba e Famílias em Garopaba.

Com relação à análise fatorial de proximidade e de palavras nos comentários, executados pelo T-LAB, identificou-se nos meios de hospedagem de Imbituba a ocorrência das palavras pousada, praia, vista, quarto, café, lugar, Rosa, excelente e bom como as principais. Nos meios de hospedagem de Garopaba as principais palavras encontradas nos comentários foram: pousada, praia, café, quarto, Garopaba, bom, piscina. Verificou-se que a maioria das palavras se assemelham, excetuando-se excelente em Imbituba e Piscina em Garopaba.

Tal fato, indica que por ser predominante a praia do Rosa no município de Imbituba e por esta, devido à sua formação geográfica não possuir muitos meios de hospedagem com piscinas a palavra ficou de fora das mais citadas. Por outro lado, os meios de hospedagem de Garopaba tiveram na maioria de seus comentários a palavra piscina inserida. Destaca-se ainda a ocorrência da palavra excelente nos meios de hospedagem de Imbituba somente, tal fato é corroborado pela análise dos comentários já apresentada aqui, onde 90% foram positivos para Imbituba contra 71% de Garopaba.



#### IV. CONCLUSÕES

Por fim, considera-se que os meios de hospedagem de Imbituba, incluindo a Praia do Rosa, possuem melhor qualidade de serviços que os meios de hospedagem de Garopaba. Apesar de identificados a predominância de comentários positivos em ambos os locais, os meios de hospedagem de Imbituba demonstram possuir, na análise quantitativa, maior índice de ocorrência de palavras positivas que os meios de hospedagem de Garopaba. Indica-se o aprofundamento desta pesquisa, com uma análise qualitativa dos comentários e a inclusão de preceitos teóricos e algum modelo de qualidade em serviços hoteleiros.

#### REFERÊNCIAS

FRIEDLANDER, RJ. Tendencias en la gestión de la reputación y las opiniones online de hoteles. In *Hosteltur.com*. Disponível em: <[http://www.hosteltur.com/185350\\_tendencias-gestion-reputacion-opiniones-online-hoteles.html](http://www.hosteltur.com/185350_tendencias-gestion-reputacion-opiniones-online-hoteles.html)>. Acesso em: 18/06/2012. 2012

MONTARDO, S.P. Conteúdo gerado pelo consumidor: reflexões sobre sua apropriação pela Comunicação Corporativa. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v.33 (2): 161-180. 2010

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.; BERRY, L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality, *Journal of Retailing*, V. 64 N. 1, p. 12-40. 1988.