

**Avaliação dos serviços ofertados por seis *hostels* da América do Sul:
análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes**

Sofia Vendrame Ferreira

Graduanda em Gestão de Turismo, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Brasil.

E-mail: sofia.vendrame@aluno.ifsp.edu.br

Rodrigo Ribeiro de Oliveira

Doutor em Engenharia de Produção, Universidade Metodista de Piracicaba, Brasil.
Professor titular, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Brasil.

E-mail: rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br

Wellington Gonçalves

Doutor em Engenharia de Produção, Universidade Metodista de Piracicaba, Brasil.
Professor Adjunto do Departamento de Engenharias e Tecnologia/ Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública (PPGGP) da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Brasil.

E-mail: wellington.goncalves@ufes.br

Glória Edith Molinari

Mestre em Direção e Gestão de Empresas pela Universidade Nacional de La Plata, Professora titular, área Administração da Licenciatura em Turismo da Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Nacional de la Plata, Argentina.

E-mail: gloria.molinari@econo.unlp.edu.ar

Resumo

O turismo pode ser visualizado como um segmento relevante nos últimos anos e, que está em expansão. Nas Américas as chegadas internacionais têm apresentado crescimento geométricos, como o apresentando nos três primeiros meses de 2023, em que foram ultrapassados 20 milhões de turistas internacionais, movimentando quase 23 bilhões de dólares americanos (World Tourism Organization, 2023). Dentro desse contexto, considerando o aumento da popularidade dos *hostels* como opções de acomodação, este trabalho teve como objetivo verificar a percepção de hóspedes, no que se refere ao nível de qualidade dos serviços prestados pelos seis estabelecimentos com as melhores avaliações na América do Sul. Desta forma, foi adotada uma pesquisa documental para coletar, compreender e analisar dados primários de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) - avaliações. Como resultados foram identificados quatro

importantes critérios que impactam diretamente na satisfação dos hóspedes de *hostels*, quais sejam, localização, limpeza, atendimento e o custo-benefício. Tais avaliações disponíveis hoje em *websites* são úteis tanto para possíveis visitantes, quanto para gestores que podem usá-las como fontes de informações para alcançar elevados níveis de satisfação do hóspede. Os resultados ainda revelaram que a gestão desses estabelecimentos se mostra relevante para uma melhor eficiência das entregas dos serviços. Isso, sugere que os *hostels* estudados, podem ser utilizados como modelos de empreendimentos hoteleiros a serem seguidos por empresários, gestores, organizações de fomento ao turismo e aos acadêmicos.

Palavras-chave: *Hostels*. Hóspedes. Gestão. Conteúdo Gerado pelos Usuários. Satisfação de Usuários.

1 INTRODUÇÃO

A nível mundial o turismo tem registrado uma crescente tendência a nível mundial e, concomitantemente a isso, se apresentado como um relevante segmento nos últimos anos. Por exemplo, as Américas alcançaram cerca de 85% das chegadas internacionais de turistas de 2019 nos primeiros três meses de 2023, 21,7 milhões de turistas internacionais, os quais movimentaram cerca de 22.6 bilhões de dólares americanos (World Tourism Organization, 2023). Neste cenário, devido ao potencial de crescimento do setor, é necessário antecipar-se às alterações comportamentais dos turistas, como inquietações quanto às necessidades de melhorias e ajustes na gestão operacional dos hotéis (Silva *et al.*, 2021).

Por outro lado, Iaquinto (2022) reconhecem que a hospitalidade deve ser entendida como um papel crucial no setor e, por isso, considerar a excelência no atendimento e na prestação de serviços, por terem um impacto direto na experiência do hóspede. Os *hostels* com suas acomodações caracterizadas por preços mais acessíveis e, pelo compartilhamento de espaços, têm conquistado popularidade e espaço nos últimos tempos (Oliveira; Silva, 2022).

Coincidindo com essa popularidade, o progresso tecnológico tem viabilizado o acesso a avaliações e a compartilhamento de experiências de hospedagem por parte dos turistas, impulsionando a disseminação de informações e Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) sobre os estabelecimentos (Bandeira; Menezes, 2022). Plataformas digitais, como o TripAdvisor, desempenham um papel importante não apenas na orientação dos hóspedes em suas escolhas, mas também na assessoria de gestores, fornecendo informações valiosas que podem indicar oportunidades de aumentar a lucratividade e a produtividade (Crotti; Morett, 2020). Essa abordagem permite melhorar significativamente a qualidade dos serviços oferecidos, impulsionando a lucratividade e a produtividade, proporcionando condições de se aprimorar a qualidade do serviço, aumentando a atenção ao cliente e reduzir custos (Veliz *et al.*, 2021).

Na América do Sul as cidades de São Paulo (Brasil) e Buenos Aires (Argentina) são apontadas pelo World Population Review como os destinos mais procurados por turistas, despontando como importantes polos geradores de viagens, negócios, dentre outros (World Population Review, 2023). A significância da cidade de São Paulo para o Produto Interno Bruto (PIB) nacional é notória, por exemplo, no ano de 2018 o turismo nesta cidade representou 9,8% do PIB, gerando uma receita de aproximadamente R\$ 12,9 bilhões, recebendo em torno de 15,7 milhões de turistas (Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo, 2019). Não obstante, a cidade de Buenos Aires, segunda cidade da América do Sul em volume populacional, em 2022 recebeu 1,53 milhões de turistas

internacionais, registrando um aumento de 71% em relação aos turistas totais de 2019 (Observatório Turístico Buenos Aires, 2023a). Os dados populacionais e de movimentações turísticas, das duas maiores cidades da América do Sul, sugerem não somente um desempenho significativo do turismo na economia do continente, mas uma necessidade de serviços de hospedagem de qualidade.

Considerando o aumento da popularidade dos *hostels* como opções de acomodação, o potencial do CGU como uma ferramenta eficaz para sua gestão operacional, bem como a relevância do turismo na América do Sul. Desta forma, o objetivo deste trabalho foi averiguar a compreensão de hóspedes sobre o nível de qualidade dos serviços prestados por seis *hostels* da América do Sul melhores avaliados. Para viabilizar o entendimento dessa compreensão foram utilizados depoimentos de hóspedes registrados na plataforma digital TripAdvisor.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

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

Nesta conjuntura, porém, com uma proposta mais otimizada, os *hostels* fazem parte da indústria de baixo custo, também conhecida como "low cost" em inglês, que atende a hóspedes que procuram acomodações econômicas e, portanto, estão dispostos a abrir mão do luxo (Oliveira; Yamauchi, 2021). Estes estabelecimentos de hospedagem são frequentados principalmente por jovens, geralmente com formação superior, que buscam informações pela internet e são sensíveis à disponibilidade de transporte público e locais de entretenimento noturno (Vale, 2021). Como característica, de acordo com Tavares e Fraiz (2020) os *hostels* oferecem não apenas quartos com camas para uma ou duas pessoas, mas também quartos com beliches para acomodar um maior número de pessoas e, na maioria das vezes, estão localizados no centro de cidades ou em áreas históricas.

Conforme destaca Constantino *et al.* (2019), o Corredor Bioceânico como parte da Rota de Integração Latino-Americana, tem impulsionado um novo roteiro turístico na América do Sul, considerando que este projeto irá conectar Brasil, Paraguai, Argentina e Chile. A infraestrutura dessa Rota também abre portas para o desenvolvimento do turismo na região, criando uma nova possibilidade de crescimento, com potencial de transformar o turismo em um componente ainda mais significativo no PIB dos países envolvidos – complementam os autores.

O segundo país que enviou mais turistas a São Paulo em 2019 foi a Argentina com 359.231 turistas, que buscam – em sua maioria – as qualidades culturais e gastronômicas da cidade (Brasil, 2021). Nesse mesmo ano, o Brasil foi quem mais contribuiu para o crescimento do turismo em Buenos Aires, ultrapassando 97 mil turistas (Buenos Aires, 2019). Por outro lado, é importante observar que, em março de 2023 chegaram à cidade 221 mil turistas internacionais, representando 84% das chegadas no mesmo mês de 2019, sendo que os visitantes brasileiros se destacam em segundo lugar com 35 mil turistas (Observatório Turístico Buenos Aires, 2023b).

Á vista disso, é importante observar que o turismo desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico da América do Sul, por impulsionar o setor

de serviços, contribuindo inclusive para o crescimento do PIB (Batista, 2020). Na opinião de Bandeira e Menezes (2022), países como Brasil, Chile e Costa Rica têm se destacado ao adotar modelos turísticos que valorizam a preservação ambiental e a inclusão social. Esses modelos têm sido estudados para compreender como podem melhorar as condições sociais, ambientais e econômicas das áreas envolvidas, buscando obter retornos financeiros satisfatórios – complementam estes autores.

No entanto, o continente ainda enfrenta desafios em relação à sua imagem global, sendo muitas vezes percebida como atrasada, subdesenvolvida e violenta (Constantino *et al.* (2019). Para mudar essa percepção e atrair mais turistas internacionais, é necessário investir em recursos financeiros, conhecimento, tecnologia, esforços contínuos e tempo (Panosso Netto; Trigo, 2016).

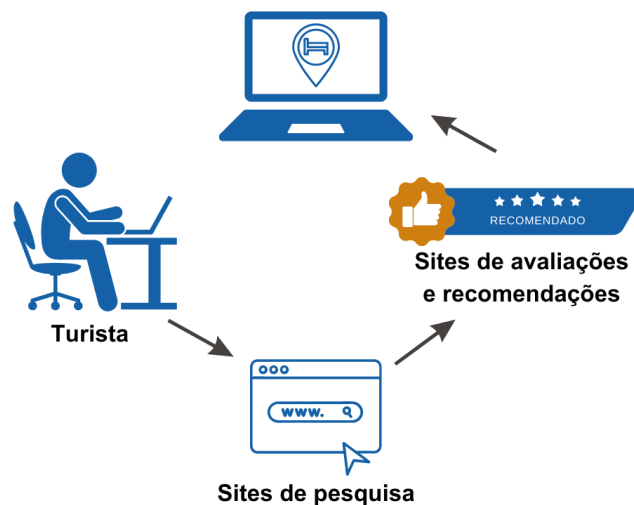
A excelência nos serviços pode conferir uma significativa vantagem competitiva para uma organização, ao diminuir os custos relacionados a retrabalho, reclamações e reembolsos, além de, o que é ainda mais importante, gerar clientes satisfeitos (Oliveira; Yamauchi, 2021). Há gestores de operações que sustentam que, a longo prazo, a qualidade é o fator determinante mais crucial que impacta o desempenho de uma organização em relação aos seus concorrentes (Abbas; Kumari, 2021).

A gestão operacional está associada às práticas das fábricas de produção que afetam a estratégia e a política das operações (Hitt *et al.*, 2016). Segundo Vale (2021) a operação se refere ao funcionamento de um serviço oferecido por uma organização. Portanto, a gestão operacional envolve a administração dos processos que levam à realização desse serviço (Batista, 2020). Um processo é composto por uma sequência de atividades ou tarefas interligadas, que são realizadas em conjunto, com o objetivo de alcançar uma meta específica, que, no caso de um estabelecimento hoteleiro, é a prestação de serviços. A hotelaria é um ramo que lida com pessoas diferentes o tempo todo, o maior desafio é estabelecer padrões que atendam a todos os consumidores de maneira eficiente. No entanto, dentro das muitas variações, é possível determinar alguns parâmetros que permitam a todos os envolvidos na prestação de serviços identificar o que é certo e o que é errado, ou o que fica melhor em cada ocasião (Aldrigui, 2007).

Na operacionalização do setor de recepção há um conjunto de processos entrelaçados ou uma cadeia de processos. Para que haja a satisfação do hóspede, faz-se necessária a gestão de todos os processos que integram o sistema (Castelli, 2016). Os processos apresentam escalas temporais distintas conforme sua frequência e abrangem todos os recursos do serviço. A experiência gerada ao hóspede é a parte fundamental do processo de prestação de serviço. A gestão do processo de prestação de serviço visa maximizar a geração de valor dos recursos disponíveis e envolve as pessoas e a organização, como responsáveis de processar e entregar o serviço ao hóspede e tem a assistência de infraestruturas e instalações, como suporte físico no qual o serviço é processado. Um dos pilares para uma gestão de processos assertiva de um serviço é a melhoria dos processos (Cabrera, 2016).

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

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

Figura 1 - Fluxo de decisão de compra do turista

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

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

Tabela 1 - Critérios analisados no TripAdvisor

Plataforma	Critérios analisados	Varição da pontuação
TripAdvisor	Localização, Limpeza, Atendimento e Custo-benefício	1 - 5

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Na cidade de São Paulo a taxa de ocupação dos *hostels* em maio de 2023 foi de 48,69% no mês e média anual de 58,16% (Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo, 2023). As categorias disponíveis para pesquisa de ocupação hoteleira em Buenos Aires não englobam *hostels*, porém, a categoria “resto” a partir de 2022 inclui também estabelecimentos para-hoteleiros, que podem incluir *hostels*, albergues e outros. Nesta categoria, a ocupação de leitos em fevereiro de 2023 foi de 48,1%, com 19 mil viajantes e uma média de 4,4 noites de estadia (Observatório de Turismo Buenos Aires, 2023). Os *hostels*, sendo empreendimentos com potencial de expansão e popularidade, nestas cidades, têm a devida importância na composição da diversidade da oferta hoteleira.

3 ABORDAGEM METODOLÓGICA

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

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

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

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

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

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

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Considerando o notório aumento da popularidade dos *hostels* como opções de acomodação, o potencial do CGU como uma ferramenta eficaz para sua gestão operacional, bem como a relevância do turismo na América do Sul, os conteúdos dos seis melhores *hostels*, sendo três de cada uma das maiores cidades da América do Sul, segundo critérios utilizados na metodologia, geraram dados para que a análise fosse concluída. Dentro dos critérios do TripAdvisor, os *hostels* foram classificados conforme a Tabela 3. Estes estão na plataforma desde 2009 contendo juntos, aproximadamente 5.055 avaliações.

Tabela 3 - Hostels com as melhores classificações segundo o TripAdvisor

Cidade	Classificação	Hostel	Localização	Limpeza	Atendimento	Custo-Benefício	Média geral
Buenos Aires	1°	Casa Caravan	5	5	5	5	5
São Paulo	2°	Hostel More	5	4,5	5	5	5
São Paulo	3°	Ô de Casa Hostel	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
São Paulo	4°	Anhembi Hostel	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Buenos Aires	5°	America del Sur Hostel	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Buenos Aires	6°	Milhouse Hostel Avenue	4,5	4	4,5	4,5	4,5
Média geral			4,7	4,5	4,7	4,7	4,7

Fonte: TripAdvisor (2023).

O estudo qualitativo está pautado em 147 depoimentos (CGU) que correspondem aproximadamente a 79% de um total próximo aos 186 depoimentos (CGU) registrados no site TripAdvisor referente aos seis *hostels* no período de janeiro de 2023 a maio de 2023. Na análise, relatos em português, espanhol e inglês foram encontrados. As avaliações de estabelecimentos de hospedagem fornecem informações úteis para potenciais hóspedes e permitem que as empresas gerenciem de forma mais eficaz seus estabelecimentos. Na plataforma TripAdvisor, o estabelecimento que é classificado com a média cinco (5), é exposto como “excelente”. O hostel Casa Caravan, em Buenos Aires, foi considerado o melhor *hostel* da análise segundo a média geral. Os resultados a seguir foram categorizados de acordo com o conceito de Bardin (1995) pela análise de conteúdo.

A localização é vista como um fator fundamental para o hóspede ao selecionar uma estadia podendo influenciar diretamente em sua satisfação. Nos *hostels* analisados, a localização teve média geral de 4,7, com avaliação mínima de 4,5 e máxima 5. A

decisão de localização de qualquer operação é influenciada pela interação entre os fatores do lado da oferta e da demanda, que têm pesos diferentes na determinação do local ideal (Iaquinto, 2022). A localização é um recurso diferencial para os estabelecimentos analisados e pode explicar a diferença de desempenho entre eles. A localização é percebida como um recurso estratégico pelos consumidores, o que gera vantagem competitiva, já que estabelecimentos em localizações privilegiadas tendem a obter ganhos de desempenho por esse recurso valioso e insubstituível (Vieira *et al.*, 2021). A representação das palavras relacionadas à categoria de localização dos 73 comentários analisados para os seis *hostels* pode ser verificada na nuvem de palavras na Figura 2. A análise demonstra satisfação dos hóspedes visto que nenhuma palavra expressou uma opinião negativa dos estabelecimentos.

Figura 2 - Nuvem de palavras para localização



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

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

Quadro 1 - Últimos depoimentos dos *hostels* (localização)

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

Fonte: TripAdvisor (2023).

Por outro lado, a limpeza é um critério que pode afetar a reputação de um estabelecimento, sendo determinante no processo de decisão do hóspede. Nos *hostels* analisados, a categoria recebeu uma média geral de 4,5, com a menor avaliação sendo 4

e a maior 5. Verificou-se, no trabalho em questão, que a categoria em análise obteve a menor pontuação na média geral, o que serve como um alerta aos gestores sobre a necessidade de melhorias na limpeza do estabelecimento hoteleiro. Considerando que as Unidades Habitacionais (UH's) constituem as principais fontes de receita para as empresas de hotelaria, é fácil compreender a importância crucial da execução adequada dos serviços de limpeza (Castelli, 2016). É válido ressaltar que o setor responsável pela manutenção da limpeza em um estabelecimento de hospedagem é o setor de governança (Barbosa, 2020). Portanto, um fator de extrema relevância para alcançar a satisfação dos hóspedes na referida categoria é o treinamento e a qualidade dos serviços prestados pelos funcionários desse setor. A operacionalização do setor por meio de protocolos bem planejados e executados de maneira eficiente garante a satisfação dos hóspedes. A categoria limpeza tem a capacidade de aumentar o atributo de qualidade de um empreendimento hoteleiro, que eleva em quase 98% a chance de nota máxima nas avaliações on-line (Silva *et al.*, 2021). Estudos mostram que as percepções de limpeza influenciam as decisões dos hóspedes em relação a escolher, ficar ou retornar a um hotel (Magnini; Zehrer, 2021). O CGU sobre a categoria nos estabelecimentos demonstra contentamento por parte dos hóspedes, pois todas as palavras encontradas demonstram uma opinião positiva. A representação das palavras relacionadas à limpeza dos seis *hostels* analisados através dos 50 comentários disponíveis pode ser verificada na nuvem na Figura 3.

Figura 3 - Nuvem de palavras para limpeza



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

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

Quadro 2 - Últimos depoimentos do *hostel* (limpeza)

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

Fonte: TripAdvisor (2023).

A qualidade do serviço em relação ao preço é o principal fator para diferenciarse dos concorrentes e fidelizar hóspedes. Melhorar a satisfação e a lealdade do cliente é essencial para o desempenho financeiro dos negócios hoteleiros (Myo; Khalifa; Aye, 2019). Avaliando os *hostels*, constatou-se que a média geral de avaliação para a categoria de atendimento foi de 4,7, sendo a nota mínima atribuída de 4,5 e a nota máxima de 5. As equipes de atendimento devem estar cientes da importância de suas ações, pois a falta de contato individualizado, como chamar o hóspede pelo nome ou lembrar de um desejo expresso anteriormente, pode fazer toda a diferença (Crotti; Morett, 2020). Sabe-se que a experiência do cliente é uma peça fundamental na criação de valor, pois é o cliente quem, em última instância, determina o valor final do serviço com base em sua experiência. Sua vivência é intrínseca ao processo, influenciando diretamente a percepção de valor (Cabrera, 2016).

Portanto, a expectativa do hóspede quanto ao atendimento, quando suprida, contribui para a sua avaliação, mais do que triplicando a chance de atribuir nota máxima ao estabelecimento (Silva *et al.*, 2021). Se faz necessário superar as expectativas do hóspede agregando valor à sua experiência para aumentar sua satisfação. A operacionalização do atendimento pode atender as seguintes etapas: preparação, acolhimento, relacionamento, fechamento de contato e acompanhamento (Vale, 2021).

A representação da análise das palavras relacionadas à categoria de atendimento dos seis *hostels* através dos 94 depoimentos registrados pode ser verificada na nuvem na Figura 4. Apenas um relato demonstrou insatisfação utilizando a palavra “*mala*” na expressão “*mala atención*”, que traduzida para português indica “*má atenção*”.

Figura 4 - Nuvem de palavras para atendimento



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

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

Quadro 3 - Últimos depoimentos dos *hostels* (atendimento)

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

Fonte: TripAdvisor (2023).

Como demonstrado, um dos motivos pelos quais os *hostels* se popularizaram entre os meios de hospedagem foi o fator preço. Nos *hostels* que foram analisados, a categoria recebeu uma média geral de 4,7, com a avaliação mínima sendo 4,5 e a máxima sendo 5. Há uma relação de custo-benefício bastante significativa (Mané; Ferreira, 2021) visto que a categoria se refere tanto à sensibilidade do hóspede quanto ao preço e às suas expectativas quanto aos benefícios esperados, sendo uma troca de valor pelo serviço obtido. Este atributo é um dos principais critérios de avaliação tendo grande participação na satisfação geral do hóspede (Silva *et al.*, 2021). A categoria foi a menos desenvolvida nos relatos, contando apenas com 11 recorrências, porém todas demonstraram contentamento dos hóspedes. Na Figura 5, é possível observar a representação das palavras associadas à categoria na análise do CGU para os estabelecimentos.

Figura 5 - Nuvem de palavras para custo-benefício

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

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

Quadro 4 - Últimos depoimentos dos *hostels* (custo-benefício)

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

Fonte: TripAdvisor (2023).

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

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do trabalho foi verificar a percepção dos hóspedes, no que se refere ao nível de qualidade dos serviços prestados pelos seis *hostels* com as melhores avaliações da América do Sul, visando perceber a relevância das avaliações e da prestação de serviços nos meios de hospedagens. Para apoiar essa compreensão foram utilizados depoimentos registrados na plataforma digital TripAdvisor. Levando em consideração o significativo impacto econômico que o turismo representa para a América do Sul, que em 2023 movimentou cerca de 22,6 bilhões de dólares americanos (World Tourism Organization, 2023), com as expectativas de mudanças no comportamento dos turistas, é crucial que os gestores estejam prontos para enfrentar os desafios da gestão operacional. A crescente popularidade dos *hostels* como alternativas de hospedagem econômica e socialmente interativa reflete a busca por experiências autênticas e acessíveis. É, portanto, imprescindível que os gestores estejam preparados para lidar com essa demanda em constante evolução.

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

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

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

No âmbito dos *hostels*, a gestão operacional é essencial para aprimorar a eficiência na prestação de serviços. Os seis *hostels* analisados, reconhecidos como os melhores da América do Sul, podem ser considerados como referências empreendedoras, inspirando empresários, gestores, organizações de turismo e acadêmicos interessados no ramo hoteleiro.

O trabalho enfrentou limitações quanto à coleta de CGU no período analisado, visto que as bases de dados dos *hostels* foram contrastantes, com alguns *hostels* contendo mais conteúdos do que outros. A metodologia utilizada foi eficaz na análise do impacto da gestão na satisfação do hóspede, destacando a importância do uso do CGU para pesquisas acadêmicas e encorajando estudos futuros em diferentes cidades e tipos de empreendimentos hoteleiros.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica e Tecnológica (PIBIFSP) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) *campus* São Paulo. Edição 2022 (Edital SPO 084/2021).

REFERÊNCIAS

ABAD, A.; ABAD, T. M. Análise de Conteúdo na Pesquisa Qualitativa. **ALTERNATIVAS CUBANAS en psicología**, v. 10, n. 28, p. 24-32, 2022.

ABBAS, J.; KUMARI, K. Examining the relationship between total quality management and knowledge management and their impact on organizational performance: a dimensional analysis. **Journal of Economic and Administrative Sciences**, v. 39, n. 2, p. 426-451, 2021.

ALDRIGUI, M. **Meios de hospedagem**. São Paulo, Brasil: Aleph, 2007.

BANDEIRA, L. C. L.; MENEZES, P. D. L. A experiência dos hóspedes na hotelaria de João Pessoa: uma análise a partir do conteúdo gerado no website Booking.com. **Revista Turismo em Análise**, v. 33, n. 1, p 191-212, 2022.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo qualitativa**. Lisboa: Edições, 1955.

BARBOSA, G. A. **Governança hoteleira: uma análise do setor em um hotel-fazenda em Brasília/DF**. 2020. (Trabalho de Conclusão de Curso), Universidade de Brasília. Brasília, Brasil, 2020.

BATISTA, Z. A. **A gestão operacional em hotelaria: caso de estudo Martinhal Quinta Family Resort**. 2020. (Tese de Doutorado), Universidade do Algarve. Faro, Portugal, 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. Dados e fatos. **Anuário estatístico de turismo 2020 ano base 2019**. v. 47, 287. 2. ed., 2021.

CABRERA, C. **El Celler de Can Roca: criação de valor em empresas de serviços**. São Paulo: Senac, 2016.

CASTELLI, G. **Gestão Hoteleira**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

CROTTI, M. S. R.; MORETT, S. L. D. A. A hospitalidade e a influência do atendimento na percepção de satisfação dos hóspedes em hotéis de luxo no Brasil. **Turismo: Visão e Ação**, v. 21, p. 309-335, 2020.

CONSTANTINO, M.; DORSA, A. C.; ARAGÃO, J. C. M. D.; MENDES, D. R. F. Fluxos turísticos entre os países do Corredor Bioceânico. **Interações**, v. 20, p. 57-67, 2019.

FÁVERO, A. A.; CENTENARO, J. B. A pesquisa documental nas investigações de políticas educacionais: potencialidades e limites. **Contrapontos**, v. 19, n. 1, p. 170-184, 2019.

HITT, M.; CARNES, C.; XU, K. A current view of resource based theory in operations management: A response to Bromiley and Rau. **Journal of Operations Management**, v. 41, n. 10, p. 107- 109, 2015.

IAQUINTO, B. L. Locating pro-environmental vernacular practices of tourism. **Geography Compass**, v. 16, n. 3, p. e12611, 2022.

MAGNINI, V. P.; ZEHRER, A. Subconscious influences on perceived cleanliness in hospitality settings. **International Journal of Hospitality Management**, v. 94, p. 102-761, 2021.

MANÉ, A. N. M.; SENA JÚNIOR, O. B. D.; FERREIRA, L. V. F. Hostels: atributos Motivacionais para Escolha como Meio de Hospedagem, no Brasil. **Rosa dos Ventos**, v. 13, n. 3, p. 874-893, 2021.

MYO, Y. N.; KHALIFA, G. S.; AYE, T. T. The impact of service quality on customer loyalty of Myanmar hospitality industry: the mediating role of customer satisfaction.

International Journal of Management and Human Science (IJMHS), v. 3, n. 3, p. 1-11, 2019.

NETTO, A. P.; TRIGO, L. G. G. América Latina: imaginário, realidades e turismo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, p. 385-393, 2014.

Observatório de Turismo Buenos Aires. **Ocupação hoteleira**. ENTUR, 2023. Disponível em: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio/ocupacion-hotelera?dsd=SitL>. Acesso em: 3 jun. 2023.

Observatório Turístico Buenos Aires. **Informe mensual de Turismo en la Ciudad de Buenos Aires**. Junio. 2023b. Disponível em: https://turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/IM_InformeMensualJunio2023.pdf. Acesso em 4 ago. 2023.

Observatório Turístico Buenos Aires. **Sistema de Inteligencia Turística**. 2023a. Disponível em: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>. Acesso em: 10 ago. 2023.

Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo. **Desempenho dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo: Maio/May - 2023**. Disponível em: https://observatoriodeturismo.com.br/wpcontent/uploads/2023/06/hospedagem_maio_2023.pdf. Acesso em: 3 ago. 2023.

Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo. São Paulo: cidade do Mundo. **Dados e fatos dos eventos, viagens e turismo na capital paulista**, 2020. Disponível em: Recuperado de https://observatoriodeturismo.com.br/pdf/DADOS_FATOS_2019.pdf. Acesso em 1 set. 2023.

OLIVEIRA, R. R.; SILVA, N. R. Gestão da qualidade de serviços: soluções para hostels. **Revista Hospitalidade**, v. 19, p. 245-267, 2022. Disponível em: <https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/1008>. Acesso em: 6 maio 2023.

OLIVEIRA, R. R.; YAMAUCHI, E. Y. T. Avaliações dos serviços ofertados pelos *hostels* com melhor custo e benefício da cidade de São Paulo: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes. **Tourism and Hospitality International Journal**, v. 16, n. 2, p. 12-20, 2021.

PEREIRA FILHO; AÑEZ, M. E. M. O sonho acabou? Um estudo da teoria do prazer do consumidor em reclamações contra agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, 2109, 2021.

SILVA, E. M.; FREITAS, G. A. D.; REBOUÇAS, S. M. D. P. Qualidade dos meios de hospedagem cearenses: Um estudo baseado nas avaliações do consumidor evidenciadas

no site TripAdvisor. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, n. 3, p. e-2011, 2021.

SODRÉ, D. C. **A hospitalidade no tanan hostel**: evidências a partir das online travel reviews e da gerência. 2022 (Trabalho de Conclusão de Curso), Universidade Federal do Maranhão. São Luís, Brasil, 2022.

TAVARES, F. O.; FRAIZ BREA, J. A. Análise confirmatória à preferência nos Hostels na cidade do Porto, em Portugal. **Investigaciones Turísticas**, v. 19, p. 104-120, 2020.

Buenos Aires. Turismo de Buenos Aires. Turismo internacional na cidade de Buenos Aires. **Relatório Anual**, 2019 Disponível em: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio/Informes-coyuntura-anuarios>. Acesso em 23 abr. 2023.

Tripadvisor. **Sobre nós**, (s.d.). Disponível em: <https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us>. Acesso em: 15 ago. 2023.

VALE, L. D. L. P. B. **Details hotels & resorts-operação, gestão e direção**. 2021 (Tese de Doutorado), Universidade do Algarve. Faro, Portugal. Disponível em: <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/17409>. Acesso em: 21 abr. 2023.

VELIZ, T. G. B.; AVILA, D. A. C.; BUSTAMANTE, R. Y. S. Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. **Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional**, v. 6, n. 3, p. 2026-2044, 2021.

VIEIRA, D. P.; HOFFMANN, V. E.; SILVA NETO, P. V. D.; RANGEL, G. D. L. Recursos competitivos e desempenho na hotelaria do Distrito Federal: A perspectiva do consumidor. **Turismo: Visão e Ação**, v. 23, n. 1, p 48-66, 2021.

WPR - World Population Review. **World City Populations**. 2023. Disponível em: <https://worldpopulationreview.com/world-cities>. Acesso em 1 set. 2023.

UNWTO - World Tourism Organization. World Tourism Barometer. **World Tourism Barometer and Statistical Annex**. v. 21, n. 2, 2023. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2023.21.1.2>. Acesso em 2 set. 2023.

Evaluation of services offered by six hostels in South America: analysis of content generated by guests

Abstract

Tourism can be viewed as a relevant segment in recent years and one that is expanding. In the Americas, international arrivals have shown geometric growth, as seen in the first three months of 2023, in which 20 billion international tourists were exceeded, generating

almost 23 billion US dollars (World Tourism Organization, 2023). Within this context, considering the increased popularity of hostels as accommodation options, this work aimed to verify guest perception regarding the level of quality of services provided by the six establishments with the best reviews in South America. In this way, a documentary research was adopted to collect, understand and analyze primary data from User Generated Content (CGU) - evaluations. As a result, four important criteria were identified that directly impact the satisfaction of hostel guests, namely location, cleanliness, service and value for money. Such reviews available today on websites are useful both for potential visitors and for managers who can use them as sources of information to achieve high levels of guest satisfaction. The results also revealed that the management of these establishments is relevant for better efficiency in service delivery. This suggests that the hostels studied can be used as models of hotel ventures to be followed by businesspeople, managers, tourism promotion organizations and academics.

Keywords: Hostels. Guests. Management. User-Generated Content. User Satisfaction.