ENCONTRO INTERNACIONAL DE TURISMO
UFRN | BRASIL

WEBCARE E REPUTAÇÃO *ONLINE* NA HOTELARIA: RESPOSTAS AO *eWOM* POSITIVO EM HOTÉIS DE JOÃO PESSOA-PB NA BOOKING.COM

Alyne Grisi Pereira[1]
Cibelle Batista Gondim[2]
Aline Gisele Azevedo Lima de Barros[3]
Jefferson Oliveira da Silva-Lacerda[4]

RESUMO

Com o avanço das tecnologias digitais, tornou-se mais complexo para os hotéis gerenciarem as avaliações de consumidores em plataformas online. Atualmente os consumidores dispõem de muitos canais para manifestar suas opiniões e avaliar as experiências vivenciadas. Isto é, a reputação online de um hotel não só pode influenciar a decisão de compra de um hóspede, mas pode afetar sua imagem e sua receita. O estudo de Ye, Law e Gu (2009) mostrou que a melhoria nas classificações online estava relacionada com um aumento nas taxas de ocupação. Deste modo, esta pesquisa teve como objetivo central analisar como os hotéis localizados em João Pessoa-PB estão respondendo às avaliações positivas publicadas na plataforma Booking.com. Para isto, foi utilizada uma metodologia qualitativa, sendo os dados coletados entre fevereiro e março de 2025. Inicialmente foram identificados 50 estabelecimentos classificados como hotéis e com perfis ativos durante o período de coleta. Dentre esses, apenas 39 apresentavam respostas aos comentários dos clientes na plataforma, dos quais foram analisadas dez respostas de cada, totalizando uma amostra de 390 registros. Destarte, os resultados indicaram o predomínio de um estilo de resposta ativo e construtivo, caracterizado por um tom mais humanizado e informal, além do uso frequente de mensagens padronizadas e genéricas. Sendo assim, ao centrar sua análise nas respostas às avaliações positivas o estudo contribuiu consubstancialmente para o desenvolvimento teórico da gestão da reputação online no setor de hospitalidade, bem como permitiu uma perspectiva regional sobre o tema ao investigar hotéis em João Pessoa-PB, ampliando o entendimento sobre práticas de gestão em diferentes culturas. Por fim, do ponto de vista prático, o estudo destacou como os estabelecimentos de hospedagem podem utilizar-se de tais informações para que as respostas aos feedbacks positivos possam ser usadas para prospectar novos hóspedes, fidelizar os atuais e reforçar a reputação corporativa dos meios de hospedagem.

Palavras-chave: eWOM positivo; CGU; gestão de respostas; hotéis.

[1] Bacharel em Hotelaria. alynegrisi@gmail.com. UFPB.
[2] Doutora em Turismo (UFRN); Bacharel em Turismo (UFPB). cibelle.gondim@academico.ufpb.br. UFPB.
[3] Doutora em Turismo e Bacharel em Turismo (UFRN). agalb@academico.ufpb.br. UFPB.
[4] Doutor em Administração (UFMG); Bacharel em Hotelaria (UFPB). josl@academico.ufpb.br . UFPB.