

# **AValiação DOS SERVIÇOS OFERTADOS POR TRÊS *HOSTELS* DE SÃO PAULO: ANÁLISE DOS CONTEÚDOS GERADOS PELOS HÓSPEDES**

**An Evaluation of Services Provided by Three São Paulo Hostels: An Analysis of  
Content- Generated by Guests**

**RODRIGO RIBEIRO DE OLIVEIRA<sup>1</sup>, SOFIA VENDRAME FERREIRA<sup>2</sup> & RAUL JOSE DE SOUZA<sup>3</sup>**

## **RESUMO**

A hotelaria lida com pessoas diferentes, o maior desafio sendo o de estabelecer padrões que atendam de maneira eficiente, a todos os consumidores. Considerando a ampliação da popularidade dos *hostels* como opções de acomodação, o objetivo deste trabalho foi o de verificar a percepção dos hóspedes, no que se refere ao nível de qualidade dos serviços prestados por três *hostels* com melhor avaliação na cidade de São Paulo [Brasil]. A pesquisa, de abordagem indutiva, qualitativa, exploratória e descritiva, utilizou o método netnográfico para coletar, compreender e analisar dados secundários de Conteúdo Gerado pelo Usuário [CGU]. Foram 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. As avaliações disponíveis em *websites* são úteis tanto para possíveis visitantes quanto para os gestores, que podem usá-las para alcançar níveis mais altos de eficiência na entrega dos serviços e de satisfação do hóspede. Conclui-se que os *hostels* estudados são modelos de empreendimentos hoteleiros para empresários, gestores, organizações de fomento ao Turismo e aos acadêmicos.

## **PALAVRAS-CHAVE**

*Hostels; Gestão; Hóspedes; Conteúdo Gerado pelos Usuários; São Paulo, Brasil.*

## **ABSTRACT**

The hotel industry deals with different people, the biggest challenge being to establish standards that efficiently serve all consumers. Considering the increasing popularity of hostels as accommodation options, the objective of this investigation was to verify guests' perception regarding the level of quality of services provided by three hostels with the best evaluation in the city of São Paulo [Brazil]. The research, with an inductive, qualitative, exploratory, and descriptive approach, used the netnographic method to collect, understand and analyze secondary data from User Generated Content [CGU]. Four criteria that directly impact guest satisfaction at the hostels analyzed were identified: location, cleanliness, service and value for money, leading to the conclusion that guests recognize these criteria when evaluating an

---

<sup>1</sup> **Rodrigo Ribeiro de Oliveira** – Doutor. Professor, Instituto Federal de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/9456573255125999>. E-mail: [rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br](mailto:rodrigo.oliveira@ifsp.edu.br)

<sup>2</sup> **Sofia Vendrame Ferreira** – Tecnóloga em Gestão de Turismo. Instituto Federal de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/9489091847264256>. E-mail: [sofia.vendrume@aluno.ifsp.edu.br](mailto:sofia.vendrume@aluno.ifsp.edu.br)

<sup>3</sup> **Raul Jose de Souza** – Doutor. Professor, Instituto Federal de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/0802802318181347>. E-mail: [raul.js@ifsp.edu.br](mailto:raul.js@ifsp.edu.br)

establishment. Reviews available on websites are useful for both potential visitors and managers, who can use them to achieve higher levels of efficiency in service delivery and guest satisfaction. It is concluded that the hostels studied are models of hotel ventures for businesspeople, managers, tourism promotion organizations and academics.

#### KEYWORDS

Hostels; Management; Guests; User-Generated Content; São Paulo, Brazil.

#### INTRODUÇÃO

O turismo, em um contexto mundial, pode ser visualizado como segmento relevante e em expansão nos últimos anos. Em 2022, por exemplo, o setor de turismo foi responsável por contribuir com 7,6% do Produto Interno Bruto [PIB] da América Latina (WTTC, 2023), inclusive, tendo um elevado potencial de crescimento nos países da região (Candias *et al.*, 2020). Nesse contexto, devido ao potencial de crescimento do setor, são esperadas mudanças comportamentais dos turistas e, por conseguinte, preocupações no que concerne às necessidades de aprimoramento na gestão operacional de estabelecimentos hoteleiros (Silva *et al.*, 2021). A hospitalidade deve ser entendida como um fator relevante para o setor, levando em consideração que a qualidade do atendimento na oferta de serviços impacta diretamente na vivência do hóspede. Os *hostels* fazem parte da indústria de baixo custo, podendo oferecer apartamentos individuais e ou espaços compartilhados, levando a maior procura por esse tipo de hospedagem (Tavares & Fraiz, 2020).

Paralelamente à popularidade do meio de hospedagem, o avanço tecnológico tem proporcionado acesso a avaliações e compartilhamento de experiências de hospedagem pelos turistas, promovendo a disseminação de informações. Conteúdos gerados pelo usuário [CGU], auxiliam nas tomadas de decisão por hóspedes e também por gestores, que podem obter visualizações de possíveis caminhos que ampliem a lucratividade e produtividade, decorrentes da melhora da qualidade dos serviços ofertado, bem como para relevância do turismo na cidade de São Paulo (Bandeira & Menezes, 2022; Veliz *et al.*, 2021).

Desta forma, o objetivo deste trabalho foi o de verificar a percepção dos hóspedes, no que se refere ao nível de qualidade dos serviços prestados pelos três *hostels* com as melhores avaliações da maior cidade da América Latina, 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*.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O setor do turismo é constituído, principalmente, pela oferta de serviços e pela vivência do hóspede em várias ocasiões de interação, em especial em situações imprevistas. Os turistas esperam por atendimento de qualidade, que poderá influenciar seus comportamentos futuros, em especial se houver personalização e excelência na entrega de serviços, indo além da simples oferta de produtos (Pereira Filho & Añez, 2021).

Os *hostels* fazem parte da indústria de baixo custo [*low cost*], que atende a hóspedes que procuram acomodações econômicas e, portanto, dispostos a abrir mão do luxo. São estabelecimentos de hospedagem frequentados principalmente por jovens, geralmente com formação superior, que se informam pela *Internet* e são sensíveis à disponibilidade de transporte público e locais de entretenimento noturno. Como característica, os *hostels* oferecem não apenas habitações com camas para uma ou duas pessoas, mas também outras com beliches para acomodar um maior número de pessoas. Esses estabelecimentos estão normalmente localizados em áreas centrais ou históricas das cidades, levando à ampliação da oferta desse tipo de hospedagem (Oliveira & Silva, 2022).

A busca por serviços de excelência pode conferir significativa vantagem competitiva a uma organização. Ao minimizar os custos relacionados ao retrabalho, às reclamações e aos reembolsos e, ainda mais crucial, uma empresa pode se destacar em seu mercado ao gerar clientes satisfeitos. Alguns gestores de operações sustentam que, a longo prazo, a qualidade é o fator mais determinante para o desempenho de uma organização em relação aos seus concorrentes (Slack, Chambers, & Johnston, 2009).

A gestão operacional está associada às práticas das fábricas de produção que afetam a estratégia e a política das operações (Hitt *et al.*, 2016). 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 (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). Há a necessidade de inteirar e engajar toda a equipe com um único propósito: otimizar os serviços do *hostel*, já que a definição de prazos e atribuição de responsabilidades para cada atividade facilita a realização das tarefas, permitindo concentrar-se em atividades específicas e, por conseguinte, executá-las com a máxima qualidade possível (Oliveira & Silva, 2022).

Tecnologias da Informação e Comunicação [TICs] podem ser definidas como o conjunto total de tecnologias que permitem a produção, o acesso e a propagação de informações, assim como tecnologias que permitam a comunicação entre pessoas (Rodrigues, 2016). O conceito *electronic Word-of-Mouth* [eWOM] - boca a boca eletrônico - tem atraído muita atenção nos últimos anos, devido ao crescimento da *Internet* e à popularidade do *e-commerce*. Os consumidores em potencial procuram o eWOM porque precisam de informações devido, por exemplo, à incerteza de compra, custos e riscos associados à sua escolha de compra (Acevedo, Freitas & Catão, 2022).

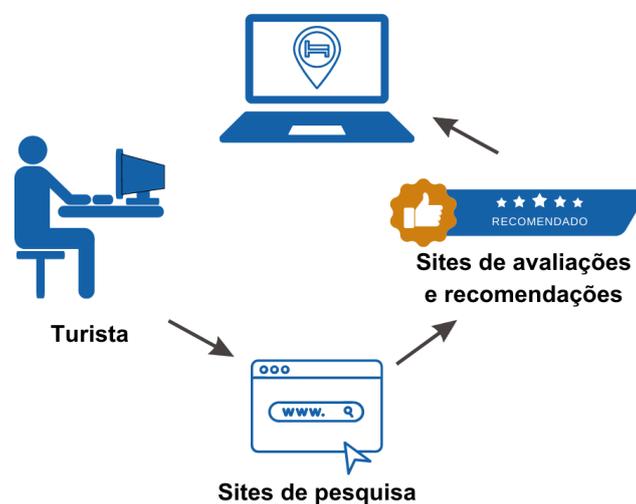
*Big data* foi posicionado como uma ferramenta tecnologia de maior impacto no turismo, uma vez que é importante gerenciar as informações para fornecer serviços de qualidade e ser mais competitivo, com base na análise dos dados gerados pelos turistas antes, durante e depois as suas viagens, a fim de identificar suas necessidades, preferências e comportamentos. Os usos e as aplicações de *big data* nas pesquisas em turismo ainda são escassos, sobretudo no Brasil, na medida que métodos mais tradicionais são priorizados. *Big data* nas pesquisas em turismo pode ser fonte de dados para serem coletados e evolução da análise de processamento, que culmine em novos modelos teóricos, análises de sentimentos, análises estatísticas com uso de diversos métodos, categorização e clusterização de tipos de viajantes e destinos (Valencia-Arias *et al.*, 2020; Silva & Koga, 2023).

Segundo Krumm, Davies e Narayanaswani (2008), o conteúdo gerado por uma comunidade de pessoas – conteúdo gerado pelo usuário [CGU] voluntariamente – como fonte de dados secundários, contribui para a construção de informações e de tipos de mídias diversas, que podem ser úteis, interessantes ou mesmo divertidas para outras pessoas. 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 sua saída. 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 (Ferreira *et al.*, 2023), conforme pode ser analisado na Figura 1.

**Figura 1. Fluxo de decisão de compra do turista**



**Fonte:** Elaborado pelos autores (2023).

Essas avaliações beneficiam não só hóspedes, mas também as empresas que busquem atingir altos níveis de satisfação por meio delas (Sodré, 2022). O *TripAdvisor* utiliza os critérios de localização, limpeza, atendimento e custo-benefício, como observado na Tabela 2, para que os usuários avaliem os estabelecimentos, possibilitando o compartilhamento de experiências e avaliações que fornecem informações acessíveis a todos os usuários. Esses critérios 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
<i>TripAdvisor</i>	Localização, Limpeza, Atendimento e Custo-benefício	1 - 5

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2023).

A diária média dos *hostels* na cidade de São Paulo foi de R\$ 78,62 em 2023. A taxa de ocupação foi de 56,96% sendo superior em 4,26% quando comparado com 2022. A variação da diária média 2023 foi de 17,64%, superior ao ano de 2022 (Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo, 2023a, 2024). Até o ano de 2019, a cidade contava com 79 *hostels* localizados em diferentes regiões, proporcionando opções alternativas de hospedagem para o público interessado em uma experiência diferenciada (Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo, 2019).

## **METODOLOGIA**

Este trabalho utilizou do método netnográfico para coletar, compreender e analisar dados primários de Conteúdo Gerado pelo Usuário [CGU], destacando a crescente influência desse conteúdo nos consumidores. De abordagem indutiva, a presente pesquisa é qualitativa, exploratória e descritiva. Mediante a técnica do levantamento, o estudo analisou as avaliações numéricas e depoimentos deixados pelos hóspedes dos três melhores *hostels* da cidade de São Paulo, na plataforma do *TripAdvisor* (Abad & Abad, 2022; Fávero & Centenaro, 2019).

A netnografia é compreendida como uma etnografia *online*, a qual fornece diretrizes para a adaptação dos procedimentos de observação participante. Tal processo é composto por cinco etapas: (1) definição das questões de pesquisa, *websites* sociais ou tópicos a investigar; (2) identificação e seleção de comunidade; (3) observação participante da comunidade e coleta de dados; (4) análise e interpretação dos dados; (5) redação, apresentação e relato dos resultados de pesquisa e/ou implicações teóricas e/ou práticas (Kozinets, 2014).

Para a seleção dos três *hostels* estudados, foi realizada uma busca no *TripAdvisor* pela cidade de São Paulo, 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 aos critérios analisados 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 ao critério, conforme a Tabela 2, foram encontrados pela ferramenta ‘procurar’ do navegador, os comentários na plataforma do *TripAdvisor*.

**Tabela 2. Palavras relacionadas a cada critério e suas raízes lexicais aplicadas**

<b>Critério</b>	<b>Raízes lexicais</b>	<b>Palavras relacionadas</b>
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 extraídos manualmente e agrupados, por *hostel* e por critério, em uma planilha eletrônica utilizando o *software Microsoft Excel*<sup>®</sup>. Com esse agrupamento foi possível analisar palavras que demonstraram os sentimentos dos hóspedes com relação a cada critério. 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. Também foram expostos os últimos comentários dos *hostels* com a nota máxima cinco no critério para compor o estudo. Os *hostels* que atingiram a pontuação cinco nos critérios demonstram o sucesso e excelência na gestão de operações, atendendo assim às necessidades dos hóspedes. O equilíbrio da gestão de operações é um pilar fundamental e essencial para a competitividade e sobrevivência da empresa (Castelli, 2016).

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Os conteúdos dos três melhores *hostels* 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 2011, contendo juntos, aproximadamente 2.580 avaliações.

**Tabela 3. Hostels com as melhores classificações da cidade de São Paulo segundo o *TripAdvisor***

Classificação de acordo com a Média geral	Hostel	Localização	Limpeza	Atendimento	Custo-Benefício	Média geral	Depoimentos
1°	Hostel More SP	5	4,5	5	5	5	103
2°	Ô de Casa Hostel	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	11
3°	Anhembi Hostel	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	13
<b>Média geral do critério/total</b>		<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>4,7</b>	<b>4,7</b>		<b>127</b>

Fonte: *TripAdvisor* (2023).

O estudo qualitativo está pautado em 127 depoimentos [CGU] registrados no site *TripAdvisor* referente aos três *hostels* no período de janeiro de 2023 a maio de 2023. Na análise, relatos em português, espanhol e inglês foram encontrados e considerados. 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, é exposto como 'excelente'. O Hostel More SP, foi considerado o melhor na análise segundo a média geral.

**Localização** - A localização é 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 5,0. 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 ao critério de localização 74 (33%) comentários analisados para os três *hostels* pode ser verificada na nuvem de palavras na Figura 3. A análise demonstra satisfação dos hóspedes visto que nenhuma palavra expressou



Vale, portanto, a ênfase do critério levando em consideração o impacto que pode representar para os *hostels*. O CGU sobre o critério 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 três *hostels* analisados através dos 38 comentários disponíveis podem ser verificados na nuvem na Figura 3. A palavra com maior frequência é 'limpo' com 24 (63%).

**Figura 3. Nuvem de palavras para limpeza**



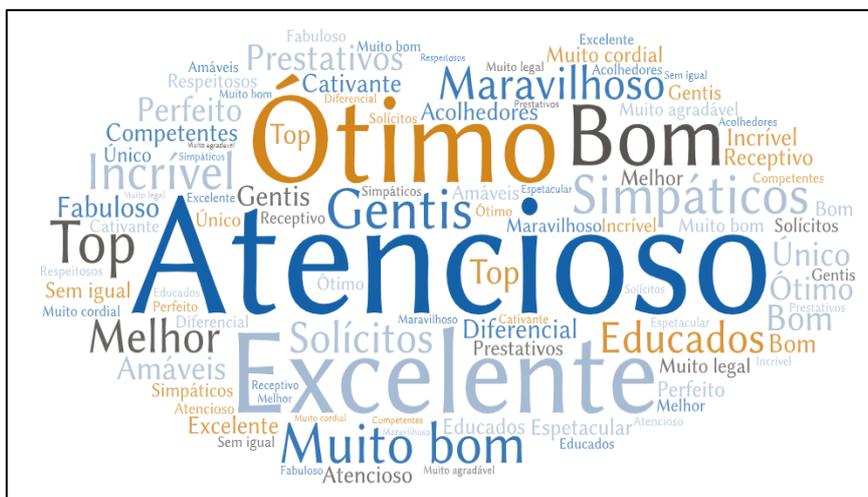
**Fonte:** Elaborado pelos autores (2023).

**Atendimento** - A qualidade do serviço em relação ao preço é o principal fator para diferenciar-se 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 o critério de atendimento foi de 4,7, sendo a nota mínima atribuída de 4,5 e a nota máxima de 5,0. 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).

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 ao critério de atendimento dos três *hostels* através dos 103 depoimentos registrados podem ser verificados na nuvem na Figura 4, com todos transmitindo satisfação por parte dos hóspedes. As três palavras com maiores frequências são: 'atencioso', 'ótimo' e 'excelente' com 20 (23%), 13 (15%) e 11 (13%) respectivamente.

**Figura 4. Nuvem de palavras para atendimento**



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

**Custo-benefício** - 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, o critério recebeu uma média geral de 4,7, com a avaliação mínima sendo 4,0 e a máxima sendo 5,0. Há uma relação de custo-benefício bastante significativa (Mané & Ferreira, 2021) visto que o critério 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). O critério foi a menos desenvolvida nos relatos, contando apenas com 10 recorrências, porém todas demonstraram contentamento dos hóspedes. Na Figura 5, é possível observar a representação das palavras associadas ao critério na análise do CGU para os estabelecimentos.

**Figura 5. Nuvem de palavras para custo-benefício**



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A análise do estudo permite enxergar que os critérios disponibilizados no *TripAdvisor* e que foram utilizadas para a composição da narrativa são deveras importantes para os hóspedes, dos CGU no período analisado. A gestão operacional como método de gestão e controle de qualidade do serviço, quando empregada, promove resultados positivos como mostram os resultados da análise qualitativa. A satisfação do hóspede, considerado no setor turístico como cliente final, está diretamente relacionada com a boa gestão e operacionalização dos setores responsáveis pelos critérios de limpeza, atendimento e custo-benefício. A localização do empreendimento, embora não possa ser operacionalizada, é um recurso estratégico que possui a capacidade de influenciar na satisfação do hóspede, e é o local ideal determinado onde as operações acontecem.

## CONCLUSÃO

O trabalho objetivou verificar a percepção dos hóspedes, no que se refere ao nível de qualidade dos serviços prestados pelos três *hostels* com as melhores avaliações da maior cidade da América Latina, 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*. Diante das expectativas de mudanças no comportamento dos turistas, é essencial que os gestores estejam preparados para lidar com a gestão operacional. A popularidade crescente dos *hostels* como opções de hospedagem econômica e socialmente interativa reflete a demanda por experiências autênticas e acessíveis.

Ao longo do estudo 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 todos os critérios analisados 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. Verificou-se que o critério 'limpeza' possuiu a menor média geral no estudo. Portanto, faz-se conveniente a atenção dos gestores quanto à limpeza estabelecida assim como seus protocolos e operacionalização visando a melhor performance do critério. Como sugestão para estudos futuros, sugere-se a investigação do menor desempenho do critério perante os outros [localização, atendimento e custo-benefício] e de como é realizada a limpeza nos *hostels*.

O critério 'atendimento' é a que teve mais resultados com um total de 103 palavras relacionadas. O critério que representa 46% do total analisado de palavras relacionadas, apresentou o maior número de dados coletados dos quatro critérios, sendo quase metade do total de dados coletados, esclarecendo que o diferencial dos *hostels* está no atendimento.

O presente estudo pode contribuir para gestores que buscam entender e investigar os impactos do conteúdo gerado pelo hóspede em seus estabelecimentos, podendo guiar tomadas de decisões e melhorias conforme os critérios analisados, visto que se mostraram fatores significantes para a boa condução dos *hostels*, além de identificar a tendência e potencial na cidade de São Paulo, podendo levar mais atenção e destaque ao meio de hospedagem. 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.

A metodologia empregada demonstrou ser eficaz na análise abrangente dos impactos da gestão operacional na satisfação do hóspede. No contexto do turismo, o hóspede pode ser visto como o cliente final. É importante observar que o uso do *feedback* fornecido pelos hóspedes [CGU] para fins acadêmicos tem sido cada vez mais comum. Alguns critérios, como a de custo-benefício, limitaram a pesquisa por conter pouco conteúdo para ser analisado, diminuindo a subjetividade na observação qualitativa do estudo. Portanto, este estudo apoia a continuidade de pesquisas que explorem essas informações, estimulando uma análise crítica qualitativa e incentivando investigações futuras. Além disso, sugere-se a realização de estudos semelhantes em outras cidades e com diferentes tipos de estabelecimentos hoteleiros, visando ampliar a compreensão nessa área.

## REFERÊNCIAS

- Abad, A., & Abad, T. M. (2022). Análise de conteúdo na pesquisa qualitativa. *Alternativas Cubanas en Psicología*, 10(28), 24-32. [Link](#)
- Acevedo, C. R., Freitas, L. A., & Catão, B. (2022). O efeito da reputação dos influenciadores digitais no eWom, risco percebido e intenção de compra dos usuários do Instagram. *Repae*, 8(1), 61-76. [Link](#)
- Aldrigui, M. (2007). *Meios de Hospedagem*. São Paulo: Aleph.
- Bandeira, L. de C. L., & Menezes, P. D. L. (2022). A experiência dos hóspedes na hotelaria de João Pessoa: uma análise a partir do conteúdo gerado no website Booking.com. *Revista Turismo em Análise*, 33(1), 191-212. [Link](#)
- Barbosa, G. A. (2020). *Governança hoteleira: uma análise do setor em um hotel-fazenda em Brasília-DF*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Brasília. Brasil. [Link](#)
- Batista, Z. A. (2020). *A gestão operacional em hotelaria: caso de estudo Martinhal Quinta Family Resort*. Tese, Mestrado em Direção e Gestão Hoteleira, Universidade do Algarve, Portugal. [Link](#)
- Cabrera, C. (2016). (Ed.). *El Cellar de Can Roca: criação de valor em empresas de serviços*. São Paulo: Senac.
- Candias, K., Rojas, M., & London, S. (2020). Turismo y crecimiento en América Latina y Caribe: ¿causa o consecuencia?. *Economía Coyuntural*, 5(3), 99-135. [Link](#)
- Castelli, G. (2016). *Gestão Hoteleira*. São Paulo: Saraiva.

- Crotti, M. S. R., & Morett, S. L. D. A. (2020). A hospitalidade e a influência do atendimento na percepção de satisfação dos hóspedes em hotéis de luxo no Brasil. *Turismo: Visão e Ação*, 21(3), 309-335. [Link](#)
- Fávero, A. A., & Centenaro, J. B. (2019). A pesquisa documental nas investigações de políticas educacionais: potencialidades e limites. *Contrapontos*, 19(1), 170-184. [Link](#)
- Ferreira, S. V., Oliveira, R. R., Gonçalves, W. & Molinari, G. E. (2023). Avaliação dos serviços ofertados por seis hostels da América do Sul: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes. *Revista Iberoamericana de Turismo – Ritur*, 13(2), 80-97. [Link](#)
- Hitt, M., Carnes, C., & Xu, K. (2015). A current view of resource-based theory in operations management: a response to Bromiley and Rau. *Journal of Operations Management*, 41(10), 107-109. [Link](#)
- laquinto, B. L. (2022). Locating pro-environmental vernaculars practices of tourism. *Geography Compass*, 16(3), e12611. [Link](#)
- Kozinets, R. V. (2014). *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso.
- Krumm, J., Davies, N., & Narayanaswani, C. (2008). User-generated content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4), 10-11. [Link](#)
- Magnini, V. P., & Zehrer, A. (2021). Subconscious influences on perceived cleanliness in hospitality settings. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102761. [Link](#)
- Mané, A. N. M., Júnior, O. B. D. S., & Ferreira, L. V. F. (2021). Hostels: atributos motivacionais para escolha como meio de hospedagem, no Brasil. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(3), 874-893. [Link](#)
- Myo, Y. N., Khalifa, G. S., & Aye, T. T. (2019). 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)*, 3(3), 1-11. [Link](#)
- Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo. (2019). *São Paulo: Cidade do Mundo*. Dados e fatos dos eventos, viagens e turismo na capital paulista. [Link](#)
- Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo. (2023a). *Desempenho dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo*, Janeiro 2023. [Link](#)
- Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo. (2023b). *ISS sobre Turismo*, Janeiro de 2023. [Link](#)
- Observatório de Turismo da Cidade de São Paulo. (2024). *Desempenho dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo*: Janeiro 2024. [Link](#)

- Oliveira, R. R., & Silva, N. R. (2022). Gestão da qualidade de serviços: soluções para hostels. *Revista Hospitalidade*, 19, 245-267. [Link](#)
- Oliveira, R. R., & Yamauchi, E. Y. T. (2021). 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*, 16(2), 12-20. [Link](#)
- Pereira Filho, E., & Añez, M. E. M. (2021). O sonho acabou? Um estudo da teoria do prazer do consumidor em reclamações contra agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(1), 2109. [Link](#)
- Rodrigues, R. B. (2016). *Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação*. Recife: IFPE.
- Silva, E. M., Freitas, G. A. D., & Rebouças, S. M. D. P. (2021). Qualidade dos meios de hospedagem cearenses: um estudo baseado nas avaliações do consumidor evidenciadas no site TripAdvisor. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(3), e-2011. [Link](#)
- Silva, N. R., & Koga, E. S. (2023). Evolução das pesquisas sobre big data e turismo: revisão sistemática da literatura nacional. *Revista Brasileira de Iniciação Científica*, 1(10), e023043. [Link](#)
- Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2009). *Administração da Produção* (V. 2). São Paulo: Atlas.
- Sodré, D. C. (2022). *A hospitalidade no Tanan Hostel: evidências a partir das online travel reviews e da gerência*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Maranhão, Brasil. [Link](#)
- Tavares, F. O., & Fraiz Brea, J. A. (2020). Análise confirmatória à preferência nos hostels na cidade do Porto, em Portugal. *Investigaciones Turísticas*, 19, 104-120. [Link](#)
- TripAdvisor. (s.d.). *Sobre nós*. [Link](#)
- Vale, L. D. L. P. B. (2021). *Details hotels & resorts-operação, gestão e direção*. Relatório de Estágio, Mestrado em Direção e Gestão Hoteleira, Universidade do Algarve, Portugal. [Link](#)
- Valencia-Arias, A., Ocampo-Osorio, C., Quiroz-Fabra, J., Garcés-Giraldo, L. F., & Valencia, J. (2020). Tendencias investigativas de Big Data en el contexto turístico: un análisis bibliométrico. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*. E35, 243-256. [Link](#)
- Veliz, T. G. B., Avila, D. A. C., & Bustamante, R. Y. S. (2021). Utilidad del benchmarking como estrategia de mejora empresarial. *Polo del Conocimiento: Revista Científico-Profesional*, 6(3), 2026-2044. [Link](#)

De Oliveira, R.R., Ferreira, S.V. & De Souza, R. J. (2024). Avaliação dos serviços ofertados por três hostels de São Paulo: análise dos conteúdos gerados pelos hóspedes. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(1), 85-101. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i1p101>

Vieira, D. P., Hoffmann, V. E., Silva Neto, P. V. D., & Rangel, G. D. L. (2021). Recursos competitivos e desempenho na hotelaria do Distrito Federal: A perspectiva do consumidor. *Turismo: Visão e Ação*, 23(1), 48-66. [Link](#)

World Population Review (WPR). (2023). *World City Populations*. [Link](#)

World Travel and Tourism Council (WTTC). (2023). Latin America Annual Research. *Key Highlights*. [Link](#)

## **PROCESSO EDITORIAL**

Recebido: 15 SET 23

Aceito: 10 MAR 24