

A netnographic study on the quality of restaurants using Tourqual

Tiago Savi Mondo¹

Abstract

The restaurant market is becoming more competitive and it is a challenge for businesses to differentiate in this market in terms of quality of services provided. **Purpose:** this research aims to identify the specific indicators for measuring the quality of restaurant service in Brazil. **Design:** It is a quantitative, exploratory and netnographic research, based on the analysis of 1,143,631 customer reviews of 35,611 restaurants in 7 Brazilian cities. Data was registered in text and TLAB software was used for the analysis. In addition, Tourqual model was used to identify the main requirements in terms of quality, in the customer's point of view collected through reviews made on a specialized website and organized in groups. **Findings:** The results show that the main requirements for customers are accessibility/location, service, opening hours, infrastructure, price, quality of food and variety of food options, present in 100% of the review groups created in the research. **Value:** The research presents managers with the most important quality indicators for Brazilian clients, providing specific improvement and management possibilities.

Keywords: quality of service; restaurants; Brazil; Tourqual.

Resumo

O mercado de restaurantes está cada vez mais competitivo e se diferenciar pela excelência da qualidade dos serviços prestados se torna um desafio. A partir disso, esta pesquisa objetiva identificar os indicadores específicos para mensuração da qualidade do serviço de restaurantes no Brasil. Este estudo caracteriza-se por ser de cunho exploratório, quantitativo e se enquadrar na netnografia. Foram analisados 1.143.631 de comentários de clientes de 35.611 restaurantes de 7 cidades brasileiras. Os dados foram registrados em texto e utilizou-se o software TLAB para a análise e o modelo Tourqual para identificação dos principais requisitos da qualidade na visão dos clientes. dos requisitos de acessibilidade/localização, atendimento, horário de funcionamento, infraestrutura, preço, qualidade da comida e variedade da oferta. Estes foram os indicadores que apareceram em 100% dos conjuntos de comentários criados.

Palavras-Chave: qualidade de serviços; restaurantes; Brasil; Tourqual

¹ Pós-Doutor em Turismo, Doutor em Administração, Professor do Instituto Federal de Santa Catarina. <http://lattes.cnpq.br/4895038668662504>. Tiago.mondo@ifsc.edu.br