



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

ROBOTIZAÇÃO E EXPERIÊNCIA DE CONSUMO EM HOTÉIS NA ÁSIA: Uma Análise Qualitativa dos Comentários no TripAdvisor

Thalía Mayara Amorim da Paixão¹
Viviane Santos Salazar²

Resumo

A tecnologia está presente no cotidiano de diversas áreas causando mudanças no ambiente dos negócios e tornando os serviços cada vez mais automatizados. Na hotelaria, um dos principais setores afetados pela tecnologia, a substituição dos colaboradores humanos por máquinas, ou robotização, vem crescendo ao longo dos anos. Esta robotização, que objetiva realizar as funções mais repetitivas e manuais, tem modificado a experiência de consumo dos hóspedes e suscitado questionamentos teóricos e práticos acerca dos seus efeitos na satisfação, na qualidade percebida dos serviços e na experiência de consumo como um todo. Assim, o presente estudo analisou a influência dos serviços robotizados na experiência dos consumidores de dois empreendimentos hoteleiros na Ásia. Os casos selecionados foram os hotéis JEN Singapore Orchardgateway by Shangri-La e o Henn Na Hotel Tokyo Ginza. A metodologia é caracterizada como uma pesquisa descritiva-exploratória e com abordagem qualitativa. A técnica de análise de dados foi a análise de conteúdo e o corpus de pesquisa foram os comentários das avaliações postadas pelos usuários no site de viagens TripAdvisor, analisados entre janeiro e abril de 2021. Os resultados mostraram que os robôs são vistos como um diferencial nos hotéis que os possuem, podendo ser um canal de experiências extraordinárias se forem programados e utilizados em um ambiente favorável para boas experiências. No entanto, caso os robôs possuam funções limitadas, as expectativas podem não ser atingidas, afetando a qualidade das experiências, causando sentimentos de frustração e decepção nos hóspedes. Foi observado também que um dos principais públicos dos hotéis robotizados são famílias com crianças, onde as experiências de consumo geralmente são maximizadas. Por fim, os robôs utilizados nas atividades de *front office*, por conseguirem interagir com os hóspedes, tendem a influenciar mais a experiência de consumo e consequentemente a avaliação dos hóspedes que robôs usados nas atividades de *back office*.

Palavras-chave: Hotelaria; Serviços Robotizados; Robôs de atendimento; Experiência de consumo.

¹ Aluna da Graduação em Hotelaria da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Link para Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5383756202503225>. E-mail: thalia.mayara@hotmail.com

² Doutora em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Professora do Departamento de Hotelaria e Turismo da UFPE e do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTUR). Pesquisadora do Centro de Estudos em Hospitalidade Turismo e Gastronomia (CHT/UFPE). Link para Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0331772105868515> E-mail: viviane.ssalazar@ufpe.br