



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"

ANALIS ANPTUR | ISSN 23596805

QUALITY OF TOURIST SERVICES IN HISTORIC CENTERS: Preliminary results of a User Generated Content from the perspective of the Tourqual Protocol

Valério Rodrigues de Souza Neto¹
Tiago Savi Mondo²
Lluís Mundet i Cerdan³

Resumo

A gestão da qualidade dos serviços turísticos tem se tornado um fator crucial para a manutenção em um ambiente complexo e competitivo nas últimas décadas. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) nos ajudam a entender como foram as experiências de visita em um determinado destino turístico por meio de plataformas online. Gestores de destinos turísticos culturais subutilizam essas informações de acesso público com base na elaboração de planos de ação e políticas públicas. Assim, o presente estudo tem como objetivo identificar a percepção dos consumidores dos espaços públicos dos Centros Históricos (CH) quanto à qualidade do serviço. Para tanto, adotou-se as dimensões de qualidade e variáveis do Protocolo Tourqual (Mondo, 2014) para analisar 7.849 *reviews online* com o auxílio de uma plataforma online de gestão de reputação (Harmo), de 9 centros históricos (5 brasileiros e 4 portugueses) selecionados pela sua importância turística nacional e internacional e relevância online, de janeiro de 2019 a setembro de 2020, disponíveis nas plataformas

¹ Mestrando em Turismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, Brasil, membro do grupo de pesquisa Laboratório de Estudos do Comportamento no Turismo LABCONS-UFF e do grupo de pesquisa do Observatório do Turismo do Rio de Janeiro - UFF. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão. Pesquisa atualmente economia comportamental e teoria do nudge aplicada ao turismo, além de ter interesses em novas metodologias e Conteúdo Gerado pelo Usuário. Valério é um dos fundadores da Rede Brasileira de Jovens Pesquisadores em Turismo (Branytour). <https://orcid.org/0000-0003-4680-7697>

² Possui graduação em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI e graduação em Educação Física pela UDESC. Especialista em Gerenciamento de projetos pela FGV. Mestre em Administração pela ESAG/UDESC e Doutor em Administração pela UFSC. Pós-Doutor em Turismo pela UFPR. Professor Efetivo da área de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina. Professor permanente do Programa de Pós Graduação e Turismo da Universidade Federal Fluminense. Criador do TOURQUAL, o único modelo testado, validado e registrado de avaliação da qualidade de serviços turísticos no Brasil. Áreas de pesquisa: Qualidade de serviços turísticos; Marketing Turístico; Administração do Turismo. <https://orcid.org/0000-0002-8929-1339>

³ Professor da Área de Turismo: Geografia Humana. Bacharel em Artes (Geografia e História) pela Universidade Autônoma de Barcelona, com o quinto ano de estudos na University of Durham na Inglaterra graças a um programa de bolsas Erasmus. Mestre em Estudos de Lazer e Turismo pela Universidade de Ghent (Flandres, Bélgica). Doutor em Geografia pela Universidade de Girona (reconhecido pela Universidade de São Paulo). Professor Associado e membro do Laboratório de Pesquisa Multidisciplinar em Turismo. <https://orcid.org/0000-0002-4091-6852>

Código de campo alterado



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"

ANALIS ANPTUR | ISSN 23596805

TripAdvisor e Google Maps. Para a análise dos dados, adotou-se uma abordagem quantitativa e descritiva, por meio do software T-LAB e da análise temática. Os resultados demonstram que as dimensões Qualidade Técnica, Experiência e Meio Ambiente são as mais identificadas entre as revisões. Apesar das grandes discussões sobre o elemento humano de tais serviços, trata-se de uma categoria periférica na análise realizada. Complementarmente, notou-se também a falta de uso de títulos da Unesco como estratégia de marketing. A pesquisa estende o modelo de gestão da qualidade do serviço ao contexto do conteúdo gerado pelo usuário no CH e permite que os gestores priorizem os elementos primordiais que precisam de atenção para a melhoria dos serviços turísticos. O presente estudo ajuda a gestão do patrimônio a entender melhor quais são as necessidades e desejos dos turistas. Esse resultado também chama a atenção para as especificidades do contexto, e a estrutura do Tourqual deve ser estendida a outros locais de interesse turístico para gerar uma previsão mais precisa sobre o que um tomador de decisão precisa priorizar durante a formulação da política.

Palavras-chave: Conteúdo Gerado pelo Usuário; Tourqual; TripAdvisor; Centros históricos; Reviews online.