

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
FACULDADE DE TURISMO E HOTELARIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA**

BRUNO ARAÚJO DA FONSECA

**HOSPITALIDADE VIRTUAL – UM ESTUDO SOBRE APLICATIVOS
MÓVEIS VOLTADOS PARA HOTELARIA**

Niterói
2014

BRUNO ARAÚJO DA FONSECA

**HOSPITALIDADE VIRTUAL – UM ESTUDO SOBRE APLICATIVOS
MÓVEIS VOLTADOS PARA HOTELARIA**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Tecnologia
em Hotelaria da Universidade Federal
Fluminense como requisito final de
avaliação para obtenção do Grau
Tecnólogo em Hotelaria.**

**Orientadora: Prof^a Me. Lúcia Oliveira
da Silveira Santos**

Niterói
2014

HOSPITALIDADE VIRTUAL – UM ESTUDO SOBRE APLICATIVOS MÓVEIS VOLTADOS PARA HOTELARIA

Por

Bruno Araújo da Fonseca

Artigo apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da Universidade Federal Fluminense, como requisito final para obtenção do grau de tecnólogo em hotelaria.

Aprovado em: 19/11/2014

Banca examinadora:

Lúcia Oliveira da Silveira Santos, M.Sc. – Orientadora.

Carolina Lescura de Carvalho Castro, Dra. – Convidada.

Eduardo Antônio Pacheco Vilela, M.Sc – Professor STT.

Niterói

2014

HOSPITALIDADE VIRTUAL – UM ESTUDO SOBRE APLICATIVOS MÓVEIS VOLTADOS PARA A HOTELARIA.

BRUNO ARAÚJO DA FONSECA.

RESUMO

Este trabalho objetivou levantar e avaliar os principais aplicativos existentes no mercado, para tablets, computadores e celulares, cujo foco fosse a busca por meios de hospedagem e realização de reservas visando verificar quais os aspectos mais relevantes na sua escolha, uso e indicação. Após delimitar o universo de aplicativos entre os dez mais baixados, foi utilizado um processo avaliativo baseado na metodologia de Grupo Focal. As questões norteadoras utilizadas foram delimitadas pelos conceitos dos autores Chon e Sparrowe (2003) em contraposição a NBR 13596 (BRASIL, 1995). Após análise das falas obtidas no Grupo Focal, foi possível verificar quais requisitos são considerados mais importantes pelos consumidores de aplicativos que contemplem o setor hoteleiro, bem como verificar quais aspectos desses aplicativos são primordiais para que o usuário consiga de fato utilizá-lo de maneira adequada.

Palavras-chave: aplicativos; hotel, tecnologia; internet.

ABSTRACT

This work is aimed to evaluate the main existing apps in the market for tablets, computers and mobiles, focused on the search for means of accommodation and reservations performing, in order to ascertain which would be the most relevant aspects for its choice, use and display. After defining the ten most downloaded among the universe of applications, it was used an evaluation process based on focus group methodology. The guiding questions used were defined by the concepts of authors Chon and Sparrowe (2003) against NBR 13596 (BRASIL, 1995). After analyzing the replies obtained from the focus group, it was possible to verify which requirements are considered more important by consumers in applications that include the hotel industry, as well as to determine which aspects of these applications are essential so that the user can actually use them properly.

Key words: application, hotel; technology; Internet.

INTRODUÇÃO

A quantidade de pessoas que estão adotando os aplicativos móveis como modo principal de pesquisa e escolha de suas viagens tem crescido, a medida em que aumenta o número de usuários de aparelhos móveis. O mercado vem se aprimorando para oferecer aos seus clientes uma experiência de viagem melhor, permitindo contínuo acesso aos serviços do processo de viagem.

Barrados apenas em limitações de software e não em ideias, os aplicativos móveis já conseguem oferecer informações em segundos, informações estas que antes precisavam de várias outras pessoas envolvidas e demoravam muito tempo para serem acessadas como, por exemplo, para saber o *status* de um voo e a realização de uma reserva em um hotel. Diversas empresas já disponibilizam aplicativos próprios de suas redes hoteleiras, mas também existem outros aplicativos de agências de viagens que incluem em suas buscas até mesmo empresas hoteleiras de pequeno porte que não têm condições de obter esse tipo de tecnologia com recursos próprios, mas têm a capacidade de atrair o viajante, se sobressaindo à vista de seus concorrentes e aumentando sua demanda e lucratividade por conta da maior visibilidade do estabelecimento causada por esses aplicativos.

Diante desse cenário crescente é preciso levantar e avaliar se esses aplicativos estão atingindo seu propósito junto ao consumidor, compreendendo melhor os desejos deste. Então, essa pesquisa objetivou levantar e avaliar os principais aplicativos existentes no mercado, para *tablets*, computadores e celulares, cujo foco fosse a busca por meios de hospedagem e realização de reservas visando verificar quais os aspectos mais relevantes na sua escolha, uso e indicação. Para isso foi preciso verificar quais requisitos são considerados mais importantes pelos consumidores de aplicativos que contemplem o setor hoteleiro, bem como verificar quais aspectos desses aplicativos são primordiais para que o usuário consiga de fato utilizá-lo de maneira adequada.

Assim, foi preciso identificar quais as plataformas mais utilizadas pelos usuários móveis. Depois, foi feita uma pesquisa nas lojas das principais plataformas disponíveis para saber quais eram os aplicativos mais utilizados pelos usuários, o que envolveu o levantamento de mais de cinquenta aplicativos. Foi decidido um recorte

entre os melhores avaliados pelo *ranking* do *google play*¹ e aqueles com maior quantidade de *downloads* realizados. Após essa pesquisa detalhada, foi preciso saber se esses aplicativos atingiam os objetivos a que se propunham.

Para tanto, a presente pesquisa foi estruturada da seguinte maneira: na primeira seção foi descrito como os meios de hospedagem evoluíram ao longo dos anos por meio da tecnologia. Na segunda seção foi abordado como a internet surgiu e beneficiou os hotéis e seus clientes, agilizando processos burocráticos, antes demorados, com o surgimento dos aplicativos móveis. Na terceira seção foi escolhido como método de pesquisa mais adequado para o trabalho o grupo focal, tendo como base a NBR 13596 (BRASIL, 1995) que forneceu indicadores iniciais para avaliação da qualidade de software que pela norma são: funcionabilidade, confiabilidade, usabilidade, eficiência, manutenibilidade e portabilidade, confrontados com os preceitos de Chon e Sparrowe (2003) e Hayes e Ninemeier (2005) sobre a hospitalidade nos campos virtual e comercial. Também foram utilizados sites para formular junto a NBR 13596 (BRASIL, 1995) o roteiro do grupo focal.

Os resultados do grupo focal são apresentados na quarta seção deste trabalho, separados pelos mesmos indicadores utilizados para formular o roteiro de pesquisa. Pela análise, foi possível constatar que os aplicativos ainda precisam de muitas melhorias para suprir a necessidade dos clientes que ainda não se sentem seguros para utilizar tal tecnologia, preferindo ainda os computadores na hora de, efetivamente, concluir sua pesquisa e efetuar sua uma possível compra.

Abordados separadamente, auxiliaram na formulação das considerações finais que indicam ao mercado quais os fatores que seriam adequados para suprir as necessidades dos participantes do grupo focal, contemplando assim sugestões para os desenvolvedores desses aplicativos.

1 A EVOLUÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS DE HOSPEDAGEM

Os meios de hospedagem vêm sofrendo frequentes mudanças conforme o decorrer do tempo, seja por meio de forças políticas, psicológicas, socioeconômicas,

¹ O site de downloads dos aplicativos para Android atualiza constantemente os aplicativos por avaliação de usuários ou por número de downloads. Disponível em <<https://play.google.com/store/search?q=hotel>>. acesso em agosto de 2014.

tecnológicas ou econômicas. Segundo Chon e Sparrowe (2003), na dinastia Tudor, na Inglaterra, durante o século XVI, houve uma grande profissionalização dos serviços nos meios de hospedagem por conta dos avanços da tecnologia nos transportes, pelas condições sociais e pela estabilidade política.

Segundo esses autores, em meados do século XVII a oferta e demanda das hospedagens aumentaram por conta do uso das carruagens, o que fez com que surgissem os Coachings Inns - hospedarias nas quais os viajantes se alimentavam e se acomodavam e ainda podiam trocar seus cavalos cansados por outros descansados. Outro tipo de hospedagem da época foram as Public Houses, casas particulares que ofereciam alimentação e hospedagem.

Ainda conforme Chon e Sparrowe (2003), acredita-se que o primeiro hotel comercial construído tenha sido o New York's City Hotel, em 1794, no qual, por dois dólares, os clientes se hospedavam e tinham direito a serviço de quarto, café da manhã, almoço, chá e ceia.

A implementação das estradas de ferro, em 1825, mudou novamente as opções de hospedagem. Com as viagens de trem, a jornada que durava 11 horas de carruagem, passou a levar apenas duas horas e meia, com isso, os meios de hospedagens e outros começaram a se desenvolver perto das estações de trem. Essa tendência duraria quase 100 anos (CHON e SPARROWE, 2003).

Com o desenvolvimento das estradas de ferro, os primeiros hotéis realmente grandes foram construídos. O Tremont House foi edificado em 1828 em Boston e com ele uma nova carreira profissional foi criada: o hoteleiro, que era o dono, gerente ou o responsável pelo estabelecimento. O Tremont House possuía 170 apartamentos, um saguão circular com cúpula, grandes salas de convenções, uma sala de jantar com 200 lugares em que se servia comida francesa e uma sala de leitura repleta de jornais de todo o mundo. O hotel possuía três pavimentos e, com isso, a gerência do Tremont criou o cargo de mensageiro para carregar as bagagens dos hóspedes até os apartamentos. Lembrando que, naquela época, os elevadores elétricos ainda não tinham sido criados, apenas em 1880, sendo o Savoy Hotel o primeiro estabelecimento a usufruir de tal tecnologia (CHON e SPARROWE, 2003).

Com tantas inovações, o Tremont determinou os padrões para os grandes hotéis norte-americanos, inspirando a revolução do luxo na Europa.

Novamente, com o avanço da tecnologia, o cenário da hospedagem mudou com a introdução dos jatos comerciais em 1958. Os aeroportos se tornaram o novo ponto para o desenvolvimento de hotéis, motéis e restaurantes, fazendo com que os estabelecimentos do centro das cidades se deteriorassem economicamente (OLIVEIRA e SPENA, 2012).

Como é possível verificar, os avanços tecnológicos nos meios de transporte sempre influenciaram diretamente a indústria hoteleira.

A globalização e a influência de multinacionais, entre outros aspectos, são fatores determinantes para as mudanças no futuro da indústria da hospitalidade, e o grande causador de mudanças no início deste século é o desenvolvimento tecnológico que, de fato, estimula a globalização. (CHON e SPARROWE, 2003).

Não à toa, é possível inferir que o principal condutor dessa tecnologia com poder de transformar a sociedade é a internet, na qual hoje se pode comprar passagens, alugar carros, reservar hotéis utilizando um computador, *smartphone* ou um *tablet*, de forma simples e rápida (CHON e SPARROWE, 2003). Chon e Sparrowe afirmam que “a internet é apenas parte de uma avalanche tecnológica cujo tamanho e progresso aumenta em proporções inacreditáveis” (2003, p.305). Assim, com os avanços tecnológicos, as informações são transmitidas de forma instantânea e mantém os principais executivos da maioria dos países em contato constante sem precisar esperar pelo correio tradicional, tendo acesso as mesmas pelo correio eletrônico.

A tecnologia simplificou a maneira de relacionamento das empresas e os mercados com o acesso de informações extremamente detalhadas sobre eles. Hoje as empresas, por exemplo, podem pesquisar na internet algo antes de comprar, utilizando um cartão de crédito ou outras formas de pagamento (CHON e SPARROWE, 2003). Além disso, a tecnologia pode ser uma ótima ferramenta de marketing para essas empresas. Conforme Schneider e Wooldrige (2012), os aplicativos e o mundo das lojas virtuais são um campo mais do que fértil para promover a empresa e atingir o consumidor almejado. O termo tecnologia tem muitos significados, mas passou a ser associado a utilização de sistemas computadorizados

pelo fato de muitas inovações nesta área terem ocorrido. Segundo Chon e Sparrowe (2003, p.313):

Nas indústrias de bens de consumo, a tecnologia refere-se ao processo pelo qual a matéria-prima é transformada em produto acabado. Assim como elas, o ramo dos serviços de alimentação da indústria da hospitalidade utiliza a tecnologia para transformar alimentos crus em refeições para seus clientes.

Existe uma importante diferença entre a tecnologia de produção e de serviços. Apesar de produzir alguns produtos alimentícios, a indústria da hospitalidade praticamente oferece produtos intangíveis, envolvendo o cliente no processo de produção como, por exemplo, um voo onde é necessária a presença do passageiro. Enquanto isso, as fábricas produzem produtos tangíveis para venda subsequente onde o cliente pode obter o produto depois de pronto sem precisar do seu envolvimento na produção (CHON e SPARROWE, 2003).

Conforme Hayes e Ninemeier (2005), as principais características da indústria hoteleira são a segurança, a limpeza e os serviços; bem como a inseparabilidade, já que a edificação de um hotel não é dependente de sua venda; a perecibilidade, por conta da perda dos serviços quando não vendidos; a padronização e a qualificação de mão-de-obra. Assim, os autores propõem que, embora possua bens, o hotel vende os serviços e otimiza-los é uma obrigação do bom gestor. É fundamental destacar a diferença entre a tecnologia de bens e serviços. As inovações realizadas em produção de mercadorias (bens) afetam os produtos em si: melhoram a qualidade; diminuem o custo; aceleram a produção. Para a tecnologia de serviços, as inovações afetam diretamente os clientes. Um exemplo disso ocorreu quando a Southwest Airlines viabilizou a reserva de passagens via internet e isso mudou a maneira com que o cliente interagia com este serviço (CHON e SPARROWE, 2003).

1.1 TECNOLOGIA E INOVAÇÕES NOS ESTABELECIMENTOS DE HOSPEDAGEM

Alguns autores, como Chon e Sparrowe (2003) e Hayes e Ninemeier (2005), evidenciam que a caracterização tecnológica para os estabelecimentos hoteleiros, neste século, será realizada pelos sistemas administrativos e serviços para hóspedes, via internet.

Os sistemas de administração de propriedades integram *hardware* e *software* executando várias funções, tais como: receber reservas, ativar chaves e fechaduras eletrônicas, determinar preços com base em uma demanda prevista, entre outros (CHON e SPARROWE, 2003).

Nos países desenvolvidos, a maioria dos estabelecimentos de hospedagem utiliza sistemas de administração de propriedade, pois esses sistemas são extremamente eficientes em hotéis grandes e complexos. Além disso, esses sistemas diminuem o custo de mão de obra e aperfeiçoam os processos. Com a tecnologia implantada, os hóspedes conseguem utilizar a televisão do quarto para, por exemplo, conferir contas. No entanto, certas tecnologias podem não ser tão bem aceitas pelos hóspedes que não costumam usufruir de tais tecnologias no seu dia a dia (CHON e SPARROWE, 2003).

Atualmente, é muito comum que redes hoteleiras tenham sites e aplicativos que possibilitam a seus hóspedes potenciais, conhecer melhor as unidades, fazer reservas *online*, entre outras funções. Essas facilidades, inclusive, atraem ainda mais os hóspedes para seus hotéis. Além disso, para estabelecimentos menores, que não têm tantos recursos, a restrição que os turistas têm de ficarem em um hotel “desconhecido” é superada (CHON e SPARROWE, 2003).

Essas inovações têm modificado muito o setor, segundo Chon e Sparrowe (2003, p.317), “[...] talvez o maior impacto da tecnologia sobre o turismo seja a transformação do papel do agente de viagens provocadas pela internet.”

Isso acontece porque os viajantes têm maior acesso as informações sobre localidade, hospedagem, passagens etc., na internet, não dependendo do agente de viagens para programar sua viagem, apesar de os agentes terem informações mais precisas. Além disso, o cliente tem mais possibilidades de personalizar suas viagens, escolhendo horários ou alugando carros. Algumas empresas aéreas oferecem benefícios de fidelização para quem utiliza seus serviços na internet (CHON e SPARROWE, 2003).

O gerente de tecnologia Bean, segundo Ismail (2004), descreve a tecnologia da indústria hoteleira como desigual, mesmo com algumas redes hoteleiras com buscas de hotéis em sites de agentes de viagens, o fluxo diário de trabalho de um hotel é

esparso. Ele trabalhou em hotéis que não davam acesso a e-mail a seus funcionários, que é a forma mais básica das novas ferramentas de comunicação. Argumentou que:

Para os hoteleiros, as necessidades tecnológicas de suas companhias podem ser divididas em dois componentes principais, que englobam todas as pessoas com as quais tem contato: seus funcionários e seus clientes. Não somente o acesso à tecnologia de ponta é um imperativo, como também o treinamento adequado no uso dos sistemas e dos recursos. Os funcionários do front desk de um hotel deviam ter, no mínimo, acesso a todos os principais programas de computador, incluindo, mas não restringindo, aos mais importantes e conhecidos programas de escritório, e-mail e acesso à internet. Isso não somente permite aos recepcionistas se comunicarem mais eficazmente com seus colegas de trabalho e com a gerência, como também com seus hóspedes e clientes corporativos (ISMAIL, 2004, p. 214).

Bean afirma que (ISMAIL, 2004) muitas vezes solicitou algumas informações de hotéis nos quais ele prestava serviço, para atualizar alguns dados nos sites ou o material de marketing, mas nem sempre os meios de hospedagem enviavam os arquivos do jeito que ele queria, ou não conseguiam abrir os arquivos que ele enviava por falta de ferramentas. A falta dessas informações dificultava também o alerta dos recepcionistas com o gerente de tecnologia, na hora de atualizar o site com novas promoções/descontos, ou informações sobre unidades habitacionais.

Bean também indaga o quão eficiente seria se as solicitações dos hóspedes fossem atendidas com mais rapidez pela governança se os funcionários utilizassem de aparelhos de comunicação remota que localizassem os funcionários mais próximos quando um hóspede necessitasse, sem nenhuma comunicação externa ou contato humano direto, com esse mesmo sistema sendo usado para requisição de material para uma central local, quando precisassem. O autor reflete que “A mais óbvia necessidade de tecnologia que um hotel devia satisfazer é a das áreas que influenciam diretamente seu contato ou sua comunicação com um hóspede potencial.” (ISMAIL, 2004, p. 214).

Compreende-se, portanto, que os sites não deveriam servir apenas para realização de reservas, mas sim de ter todas as informações que pudessem facilitar a vida do hóspede. Geralmente, quando o hóspede visita um site, ele pretende obter informações que não se encontram em outro lugar, como tarifas, clima, localização, distâncias, mapas e, até mesmo, quais hotéis da rede são similares na região, caso não haja disponibilidade no hotel de preferência na data a qual o hóspede deseja

estada. O hóspede também necessita de acesso rápido à internet nas unidades habitacionais, podendo oferecer conexão gratuita ou uma com tarifa competitiva com o mercado. Para um cliente que viaja muito e tem uma companhia hoteleira preferida, se pode oferecer um programa de fidelidade e utilizar os “pontos” para ter acesso livre a qualquer hotel da rede e fazer diversos serviços online, tais como pedidos de *roomservice*, realização de *check out*, reservas em restaurantes locais, pedir transportes durante sua estadia, e com o crescimento exponencial de aparelhos sem fio, realizar tudo por eles através de um aplicativo da rede hoteleira (ISMAIL, 2004, p. 215).

2 DA INTERNET AOS APLICATIVOS²

Para compreender melhor o surgimento dos aplicativos, foi necessário um resgate teórico também a respeito do surgimento da internet, fato sem o qual não existiriam tais recursos.

Segundo Dizard (2000), a internet (ou a “rede” como também é conhecida) é um sistema de redes de computadores interconectadas de proporções mundiais, atingindo mais de 150 países e reunindo cerca de 300 milhões de computadores. Surgiu nos anos 1960 e foi criada no intuito militar para transmitir e guardar informações que pudessem resistir a uma possível guerra nuclear mundial, que ocorreu na época da Guerra Fria entre Estados Unidos e União Soviética.

Em 1969 entrou em operação a ARPAnet (Advanced Research Projects Agency Network), uma evolução dessa rede que objetivava uma comunicação com o Centro de Pesquisa em Stanford e a Universidade da Califórnia.

Em 1990 a ARPAnet foi transformada em NSFnet (National Science Foundation’s Network), que foi conectada a outras redes existentes, até mesmo fora do território norte americano, se conectando a universidades e centro e pesquisas em

²Essa seção possui como fonte principal MONTEIRO, Luis. A internet como meio de comunicação: Possibilidades e limitações. Artigo. Anais do XXIV Intercom, 2011. Disponível em http://ucbweb2.castelobranco.br/webcaf/arquivos/125092/11427/T1___evolucao_internet.pdf. Acesso em: 01 nov. 2014. As demais referências constam no corpo do texto.

todo o mundo, dando forma a internet, sendo utilizada como principal objetivo na troca de informações acadêmicas em todo o mundo.

Na década de 1990 foi registrado um aumento muito significativo no número de usuários e, em 1995, a internet foi passada para a administração de instituições não-governamentais que estabeleceram padrões de infraestrutura, registro de domínios, etc. Também em 1995 começaram as iniciativas para a disponibilização da internet ao público em geral no Brasil (através do Ministério da Comunicação e do Ministério de Ciência e Tecnologia), objetivando uma operação futura de empresas privadas provedoras de acesso aos usuários, implantando infraestrutura e definindo parâmetros.

De 1996 até o presente ano, o número de usuários da internet no Brasil passou de 170 mil a 102,3 milhões segundo IBOPE Media (2012).³ Com um crescimento tão grande no número de usuários, certamente, surgiriam novos produtos que fariam uso dessa tecnologia e isso se concretizou, recentemente, no surgimento dos aplicativos.

2.1 HISTÓRIA DOS APLICATIVOS⁴

Muitas pessoas se sentem perdidas sem um aparelho celular, que nada mais são do que computadores pessoais que, há algum tempo, só tinham a funcionalidade de fazer e receber ligações e enviar e receber mensagens de texto. Hoje em dia, os aparelhos celulares são multifuncionais e não servem apenas para a comunicação via voz e SMS, eles ajudam a aprender, a lucrar e se divertir.

Segundo Clark (2010, [s.p.]) “[...] as aplicações móveis são datadas do final do século XX, Tipicamente eles eram pequenos jogos arcade, editores de ringtones, calculadoras, calendários e assim por diante”.

As operadoras de telefonia queriam fornecer produtos de valor agregado aos seus assinantes de maneira gerenciável e lucrativa. Logo, os fabricantes de aparelhos pensaram em uma maneira segura, estável e possível de pagar.

³ Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/mais-da-metade-dos-brasileiros-tem-acesso-a-internet,-diz-ibope/35796>. Acesso em: 07 out. 14.

⁴ Essa subseção possui como fonte principal CLARK, John. Conferência: Mobile Application Development Seminar (21/10/2010) Chicago, IL, USA. Informação oral, com material de apoio disponibilizado em: <http://www.uky.edu/~jclark/mas490apps/History%20of%20Mobile%20Apps.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2014. As demais referências constam no corpo do texto.

Nos anos 1990, com o acesso à internet, os antigos aparelhos não suportavam bem a quantidade de textos, imagens e outros tipos de mídias que existiam na época. Até que foi desenvolvida uma tecnologia chamada WAP (Wireless Application Protocol) para que os aparelhos pudessem rodar essas páginas dentro das suas limitações.

Até então os aparelhos móveis eram fechados: apenas os fabricantes tinham acesso ao desenvolvimento de aplicações para eles. Mas, com a alta demanda por novidades requerida pelos usuários, e também, o rápido desenvolvimento da tecnologia, eles perceberam que era necessário abrir suas patentes de proteção e permitir que o desenvolvimento de novas aplicações para os celulares fosse feito por outras empresas, e seus criativos desenvolvedores.

No início do novo milênio os aplicativos móveis tiveram uma rápida evolução no mercado com a ajuda dos avanços na tecnologia. Os *smartphones* chegaram ao mercado. Eram aparelhos com preços melhores e baterias melhores. As áreas de atendimento da telefonia celular foram aumentadas. Com isso, mais pessoas começaram a adquirir esses novos aparelhos, e os fabricantes se viam forçados a melhorar os recursos oferecidos por eles. Os sistemas operacionais mais utilizados eram o Symbian, RIM, Windows Mobile, Mac IOS e Android. Com a disputa de mercado, os fabricantes fizeram aplicações mais atrativos e de fácil manuseio para o usuário.

Assim, segundo Toyama (2009, p.81 *apud* CATEORA, 2010, p. 485),

Como o número de telefones móveis continua aumentando vertiginosamente ao redor do mundo, o número de aplicativos disponíveis aos usuários acompanha esse ritmo. De acordo com um especialista, que se referiu a isso de uma maneira muito bem articulada, “Existe uma grande mudança entre manter o telefone ao ouvido e mantê-lo à mão. Isso abre as portas para os serviços de informação. Não é a Web, mas uma rede de serviços que podem ser oferecidos nos dispositivos móveis. Isso permite que os consumidores façam perguntas e os profissionais de marketing ofereçam respostas de maneiras novas. No mundo inteiro, pessoas criativas encontram soluções para utilizar os telefones móveis de novas maneiras.

Assim, fica evidente que um profissional de marketing hoteleiro precisa estar atento ao que os consumidores esperam dos aplicativos e é isso que esta pesquisa pretende descobrir.

3 DEFINIÇÃO DE INDICADORES PARA A PESQUISA

Uma vez observada que a evolução dos meios de hospedagem acompanha as principais revoluções tecnológicas e compreendido melhor o processo que levou ao surgimento dos aplicativos para *smartphones* que são as mais recentes inovações para quem pretende realizar reservas em hotéis, conhecer os serviços disponíveis ou opinar sobre o serviço hoteleiro, fez-se necessário compreender se eles são realmente eficazes no que se propõe.

Assim, foi necessário levantar as principais normas vigentes sobre o assunto, que pudessem delimitar os indicadores de eficácia a serem abordados nesta pesquisa.

Entre as normas pesquisadas, decidiu-se pelo uso da NBR 13596 (BRASIL, 1995). Ela foi criada prevendo a necessidade de acordos internacionais que visassem procedimentos para o julgamento da qualidade de *softwares*.

A NBR 13596 é uma norma brasileira criada para julgar a qualidade dos softwares e é, portanto, a que mais se aproxima da temática pesquisada. Conforme a normativa, software são: “programas, procedimentos, regras e qualquer documentação associada, pertinente à operação de um sistema computacional” (BRASIL, 1995, p.2).

Essa norma define seis características que indicam a qualidade dos softwares: Funcionalidade, Confiabilidade, Usabilidade, Eficiência, Manutenibilidade e Portabilidade

Pela norma, funcionalidade é um “conjunto de atributos que evidenciam a existência de um conjunto de funções e suas propriedades específicas. As funções são as que satisfazem as necessidades explícitas e implícitas”. (BRASIL, NBR 13596, 1995, p.3).

Confiabilidade é um “[...] conjunto de atributos que evidenciam a capacidade do *software* de manter seu nível de desempenho sob condições estabelecidas durante um período de tempo estabelecido” (BRASIL, 1995, p.3).

Usabilidade é um “[...] conjunto de atributos que evidenciam o esforço necessário para se poder utilizar o software, bem como o julgamento individual desse uso, por um conjunto explícito ou implícito de usuários.” (BRASIL, 1995, p.3).

Eficiência, ainda conforme a normativa, é o “[...] conjunto de atributos que evidenciam o relacionamento entre o nível de desempenho do software e a quantidade de recursos usados. Sob condições estabelecidas” (BRASIL, 1995, p.3).

Manutenibilidade, o conjunto de “[...] atributos que evidenciam o esforço necessário para fazer modificações específicas no software.” (BRASIL, 1995, p.3).

E, por fim, a portabilidade, que é o “[...] conjunto de atributos que evidenciam a capacidade do software de ser transferido de um ambiente para outro.” (BRASIL, 1995, p.3).

Embora os indicadores definidos possam indicar se um aplicativo é eficaz ou não, há outros fatores que talvez fujam a norma, como o design do aplicativo, que pode afugentar ou tornar mais atrativo o uso, entre outros fatores que são muitas vezes subjetivos. Por este motivo, o pesquisador optou por não utilizar o método de análise de experimentação individual, mas de fazê-lo por meio da metodologia de grupo focal que, por trabalhar com diferentes possibilidades de usuários, poderia trazer mais confiabilidade a esta pesquisa.

Para a realização dessa pesquisa foi utilizado o grupo focal, que é definido como:

Qualquer discussão de grupo pode ser chamada de um grupo focal, contanto que o pesquisador esteja ativamente atento e encorajando às interações em grupo (KITZINGER e BARBOUR, 1999, p.20 *apud* BARBOUR, 2008).

Ainda segundo o autor,

O estímulo ativo à interação do grupo está relacionado, obviamente, a conduzir a discussão do grupo focal e garantir que os participantes conversem entre si em vez de somente interagir com o pesquisador ou “moderador”. Entretanto, também se relaciona com a preparação necessária ao desenvolvimento de um guia de tópicos (roteiro) e a seleção de materiais de estímulo que incentiva a interação, assim como as decisões feitas em relação à composição do grupo, para garantir que os participantes tenham o suficiente em comum entre si, de modo que a discussão pareça apropriada, mas que apresentem experiências ou perspectivas variadas o bastante para que ocorra algum debate ou diferença de opinião. Da mesma forma, ainda que a

atenção à interação grupal se refira ao processo de moderar discussões, com o pesquisador se atendo às diferenças em perspectivas ou ênfases dos participantes e explorando-as, também está associada à importância de observar as interações do grupo: as dinâmicas do grupo e as atividades nas quais ele se engaja – seja formando um consenso, desenvolvendo uma estrutura explicativa, interpretando mensagens de promoção a saúde, seja pesando prioridades competidoras” (KITZINGER e BARBOUR, 1999, p. 21 *apud* BARBOUR, 2008).

Após definir a metodologia, foi necessário definir o número de aplicativos a ser trabalhado, bem como quais as plataformas adotadas IOS (Apple) e o Android (Plataforma aberta). Foi verificado, no entanto, que nem todos os aplicativos estão disponíveis em ambas as plataformas, sendo necessário fazer uma escolha para a aplicação.

O pesquisador se debruçou, então, em um levantamento prévio sobre as plataformas mais utilizadas no país e detectou que, segundo pesquisa feita pelo Kantar Worldpanel ComTech (TELESINTESE, 2014)⁵, a plataforma mais utilizada no país é a Android.

Definida a plataforma, foi a vez de verificar quais os aplicativos voltados aos meios de hospedagem seriam utilizados. Os critérios poderiam ser: os mais utilizados (número de downloads) ou os mais bem avaliados (conforme rankings disponíveis na internet). O critério adotado foi a quantidade de downloads realizada, disponibilizada no Google Play (loja online onde se baixam os aplicativos para a plataforma Android), sendo que coincidiam também com os que obtiveram as melhores notas.

Os aplicativos utilizados na pesquisa foram: **Booking.com** - aplicativo para busca de hotéis; **Hoteis.com** - aplicativo para busca de hotéis; **TripAdvisor** - aplicativo para busca e avaliação de hotéis, restaurantes, entre outros; **Decolar.com** - aplicativo para busca e compra de diárias, passagens aéreas e pacotes de turismo; **Hotel Urbano** - aplicativo para busca e compra de hotéis, passagens aéreas, cruzeiros e pacotes de turismo; **Expedia Hotels & Flights** - aplicativo para busca e compra de hotéis e passagens aéreas, **Apontador** - aplicativo para busca de lugares, reservas de restaurantes e hotéis; **Touchotel** - aplicativo para busca e compra de

⁵ Disponível em: <http://www.telesintese.com.br/android-esta-em-89-dos-smartphones-brasil/>. Acesso em: 04 out. 2014.

hotéis; **Agoda** - aplicativo para busca e compra de hotéis; **HRS Hotel** - aplicativo para busca e compra de hotéis.

Para montagem da pesquisa, foi estabelecido um roteiro a ser utilizado durante o experimento do grupo focal, que contemplasse os indicadores da NBR 13596 (BRASIL, 1995). Algumas observações contempladas em reportagens de revistas especializadas, que indicam os principais medos dos usuários na utilização dos aplicativos também seguiram de norteadores para a pesquisa, uma vez que elas fazem referência também às categorias tratadas pela referida NBR.

Segundo o site Tecmundo (2011)⁶, alguns vírus já estão circulando em celulares e tablets, roubando informações sigilosas dos usuários. Devido à essa informação, o pesquisador achou importante indagar aos participantes se estes informariam seus dados pessoais para compra em algum aplicativo?”.Essa é uma pergunta que contempla a categoria de confiabilidade presente na referida NBR.

A Revista Hoteis (2013)⁷ traz uma matéria sobre reservas online. A matéria fala, entre outras coisas, sobre a nova geração “mobile” e a empresa Nyala Hotel Marketing, que é especialista em soluções tecnológicas para o setor hoteleiro. A empresa afirma que soluções tecnológicas trazem muito mais comodidade para o usuário. Dentro dessa perspectiva, o pesquisador perguntou aos participantes se os aplicativos são de fácil manuseio, o que corrobora com o indicador de usabilidade da NBR 13596 (BRASIL, 1995).

O pesquisador procurou também, no site Reclame Aqui (2013)⁸ – popular site de reclamações do consumidor brasileiro – quais as motivações principais que dizem respeito a aplicativos, observando que a maior parte das reclamações diz respeito a informações que constam nos aplicativos hoteleiros, mas que não se confirmam no ato da hospedagem. Quando as empresas respondem, em geral, afirmam que o cliente não compreendeu bem essas informações. Assim, o pesquisador fez incluir no seu roteiro do grupo focal seguinte item: “As informações dadas na busca são de

⁶ Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/celular/8883-fique-ligado-os-virus-para-celulares-ja-estao-por-ai.htm>. Acesso em: 04 out. 2014.

⁷ Disponível em <http://www.revistahoteis.com.br/materias/7-area/13709-Reservas-Online-Seu-hotel-ainda-nao-aderiu-a-esta-ferramenta>. Acesso em: 04 out. 2014.

⁸ Disponível em: <http://www.reclameaqui.com.br/4697428/my-travel-and-cash/problemas-no-sistemas-de-engenharia-de-busca-de-hoteis-e-res/>. Acesso em: 04 out. 2014.

fácil entendimento?”. Essa informação pretendia auxiliar na percepção dos participantes a respeito da usabilidade.

Ainda no site Reclame Aqui (2014)⁹, algumas pessoas relataram um problema em relação as fotos que aparecem na hora da reserva do hotel. As fotos não eram compatíveis com a realidade quando chegavam ao hotel. Devido a este problema, o pesquisador achou importante questionar os participantes sobre a qualidade das fotos. Como as fotos são um recurso importante e bastante utilizado em alguns aplicativos e a normativa trata da eficiência dos recursos, essa pergunta pretendia ajudar o pesquisador a compreender melhor a eficiência dos aplicativos utilizados durante o experimento do grupo focal.

A revista especializada, E-commerce News (2012)¹⁰, traz uma pesquisa feita pela Compuware Corporation, que informa que os consumidores preferem aplicativos a sites mobiles. Diante desses dados foi importante perguntar se os usuários acham os aplicativos melhores que os sites. Essa pergunta poderia auxiliar no entendimento dos usuários a respeito da portabilidade, que é uma categoria tratada pela já referida NBR.

O canal Tech Corporate (2014)¹¹ publicou uma reportagem sobre o que os consumidores querem e esperam dos aplicativos móveis. Baseado nessa entrevista, o pesquisador decidiu questionar o grupo focal se o aplicativo atendeu suas expectativas”, pergunta que auxilia no entendimento da categoria da NBR 13596 (BRASIL, 1995) a respeito da funcionalidade.

O site Fullweb (2012)¹² também traz uma reportagem sobre o novo consumidor, e o que influencia os consumidores na hora de decidir a compra. A reportagem afirma que a maior influência na tomada de decisão vem dos amigos e familiares, e que a mais poderosa forma de publicidade é a famosa boca a boca. Como isso não é analisado pela NBR 13596 (BRASIL, 1995), mas pode ser um desencadeador para o

⁹ Disponível em: <http://www.reclameaqui.com.br/8841841/sambura-praia-hotel/foto-da-reserva-nao-confere-com-a-realidade/>. Acesso em: 04 out. 2014.

¹⁰ Disponível em: <http://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/consumidores-preferem-aplicativos-a-sites-mobile-sugere-pesquisa>. Acesso em: 04 out. 2014.

¹¹ Disponível em: <http://corporate.canaltech.com.br/noticia/mobile/Consumidores-o-que-eles-querem-dos-aplicativos-moveis/>. Acesso em: 04 out. 2014.

¹² Disponível em: <http://fullweb.com.br/novo-consumidor/>. Acesso em: 04 out. 2014.

crescimento dos aplicativos, o pesquisador incluiu a pergunta “você indicaria esse aplicativo para alguém?”, no roteiro do grupo focal.

Para inferir a usabilidade dos aplicativos, foi incluído o seguinte questionamento: “sentiu falta de algum recurso que levaria você a comprar neste aplicativo?”.

Uma reportagem apresentada no site Viver de Blog (2013)¹³ levantou alguns dados interessantes que também conduziram os rumos dessa pesquisa. Entre eles que 84,7% dos consumidores acham que a cor é mais importante que outros fatores ao escolher um produto; e determinadas cores podem melhorar 40% a leitura e em 73% a compreensão das informações passadas. Utilizando essa linha de raciocínio, o pesquisador inferiu sobre o visual do aplicativo, cores e fontes utilizadas, para saber se haveria influência na escolha do aplicativo, o que corrobora com a categoria de eficiência tratada pela NBR 13596 (BRASIL, 1995).

De forma a equilibrar todos os fatores objetivos e subjetivos mencionados acima, foi feita uma última pergunta qualitativa pedindo que os participantes dessem nota de 0 à 10 aos aplicativos que eles utilizaram durante o grupo focal.

O grupo focal foi realizado no dia 15 de setembro de 2014, com a participação de dez pessoas. Essas pessoas receberam um convite virtual para participar de uma pesquisa sobre aplicativos hoteleiros. Nenhuma outra informação foi passada previamente. Dentre os 50 convites enviados de maneira aleatória a pessoas de todas as faixas etárias e classes econômico sociais, apenas os dez participantes aceitaram o convite.

Previamente, foi estabelecido um clima de sociabilização, sendo ofertado um pequeno lanche aos participantes para que não se sentissem intimidados durante o experimento e para proporcionar uma maior aproximação entre eles, já que o objetivo do experimento era buscar um debate coletivo, visando um consenso do grupo.

Foi informado aos participantes que eles não saberiam os nomes dos aplicativos para que pudessem ser utilizados apenas na hora do grupo focal. Foram distribuídos 3 tablets e 1 aparelho celular com os aplicativos instalados para que os participantes fossem utilizando. Durante trinta minutos os participantes utilizaram os aplicativos sem

¹³ Disponível em: <http://viverdeblog.com/psicologia-das-cores/>. Acesso em: 04 out. 2014.

qualquer conhecimento a respeito das perguntas. Passado o tempo, foram concedidos mais trinta minutos para um bate papo informal sobre a experiência obtida diante a utilização dos softwares escolhidos.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS DO GRUPO FOCAL

O grupo focal foi composto de 10 pessoas, de diferentes idades. Foram utilizadas as perguntas levantadas na pesquisa do seção anterior, como a NBR 13596 (BRASIL, 1995) para instigar os participantes a uma discussão sobre a temática. Para analisar as respostas dadas pelos participantes, as características descritas na NBR supracitada foram divididas em seções, e foram descritas as considerações dos participantes sobre cada uma delas durante a entrevista.

4.1 USABILIDADE

Começando pela usabilidade, iniciou-se a discussão com a pergunta: "O que vocês acharam dos aplicativos em geral, são fáceis de utilizar?". Ao serem questionados, os participantes levantaram as funções que mais os agradaram ou desagradaram. Dentre os aplicativos disponibilizados o *Expedia* foi citado como um aplicativo com boa usabilidade, facilitou a pesquisa do usuário ao segmentar as viagens por tipo (exemplo: romântica, gastronômica). O *TripAdvisor*, por sua vez, foi criticado por ter uma tela muito "poluída", com excesso de propaganda e informação, acabou gerando um certo desconforto.

Para o *Decolar.com* as críticas foram boas, os participantes o consideraram um aplicativo de fácil utilização. Por outro lado, um dos participantes considerou todos os aplicativos de difícil entendimento para usuários que não são familiarizados com tecnologia/informática. Disse ainda que os aplicativos não são autoexplicativos, por terem símbolos que apenas são conhecidos pelos usuários rotineiros. Porém, ponderou que a procura por esses aplicativos será feita apenas por quem já tem costume de utilizá-los, e para estes, os aplicativos são sim de fácil entendimento.

O aplicativo *Hoteis.com* foi criticado por sua interface de cores vermelho e preto, que lembrava sites de motéis. Além disso, as cores fortes incomodavam o usuário.

As interfaces dos aplicativos *Agoda* e *Apontador* foram elogiadas por serem simples, contendo apenas as informações básicas e necessárias.

4.2 FUNCIONALIDADE

A funcionalidade foi a característica mais abordada pelos participantes durante a entrevista. O primeiro aplicativo citado foi o *Expedia* que foi considerado ruim por dificultar a entrada de informações, pois pesquisar exatamente o que se queria foi difícil. O *Hotel Urbano* foi considerado confuso, e de difícil utilização por conta da sua interface. O *Hotel Tonight*, por sua vez, era em inglês e não havia opção para alterar o idioma, dificultando a compreensão e utilização do aplicativo pelos participantes. Diferente dos aplicativos citados anteriormente, o *Apontador* foi elogiado pela rapidez com que encontrou a localidade dos usuários. O *Decolar.com* também agradou. Foi considerado o melhor neste quesito, por possuir mais opções de busca. As informações apresentadas por ele foram mais claras e foi possível informar se seriam hospedadas crianças e suas idades, e isso agradou os participantes. Já o *Touch Hotel* não possuía essa opção, e o *TripAdvisor* apresentou erro: ao informar a hospedagem de 3 crianças, o aplicativo mostrou 3 adultos. Segundo os participantes, o *Decolar.com* pecou na forma de apresentar o valor da estadia. Estava em euros ao invés de reais, e apresentava o total da viagem, ao invés do valor da diária, como muitos gostariam de ver. Outros participantes, comentaram que alguns aplicativos permitiam a alteração da moeda e da linguagem, mas que muitas vezes era difícil de encontrar como fazer isto. *Agoda* foi um aplicativo que recebeu críticas por sua simplicidade e falta de informação.

Os participantes descreveram ainda características das quais eles sentiram falta nos aplicativos. Entre elas estava o link direto com os sites dos hotéis, para que pudessem ver mais fotos e ter mais informações sobre o estabelecimento. Alguns participantes ressaltaram negativamente a falta de fotos em alguns sites, e também o fato de muitas vezes as fotos não condizerem com a realidade. Muitas vezes os aplicativos mostram lindas fotos dos apartamentos, da fachada do hotel e da região, mas ao chegar ao local o hóspede se depara com insetos, sujeira e falta de higiene.

Ter mais fotos disponíveis nos aplicativos, segundo os participantes, seria também uma forma de confrontar o hospedeiro diante da discrepância entre a propaganda e a realidade.

Alguns participantes teceram críticas duras ao *Booking.com*, com muitos relatos sobre problemas de reservas feitas pelo aplicativo que geraram transtornos para os usuários. As reservas eram confirmadas pelo aplicativo, mas ao chegar ao hotel, não havia nenhuma reserva ou qualquer registro do usuário. Além deste problema, o aplicativo relatava que haviam reservas com gratuidade para crianças até 12 anos, mas o hotel não possuía essa facilidade, então o hotel era obrigado a fazer upgrade do quarto do hospede para que ele pudesse colocar a cama a mais. Um dos relatos conta que a recepcionista de um hotel aconselhou que não utilizassem o aplicativo para fazer reservas.

Esses problemas fizeram que com alguns participantes optassem por fazer reservas de lugares conhecidos por eles através dos aplicativos, mas nunca de um meio de hospedagem desconhecido.

Fica claro então que os aplicativos avaliados têm muitas funções a serem melhoradas, principalmente na questão da coerência entre o que é mostrado e o que os estabelecimentos hoteleiros oferecem. A conversa entre os sistemas também é algo fundamental, para que não haja erros na confirmação das reservas, por exemplo. Os aplicativos precisam ser ágeis, simples, mostrando e solicitando apenas as informações necessárias, e permitindo que os usuários consigam acessar informações adicionais através de links diretos com os hotéis.

4.3 EFICIÊNCIA

No quesito eficiência verificou-se que os aplicativos tendem a ser muito pesados com tantas informações, imagens desnecessárias e propagandas transmitidas aos usuários, chegando a travar alguns aparelhos na hora da interação com os mesmos. Os que mais apresentaram problemas foram o *Decolar.com*, que demorou um pouco para navegar, e o *Hotéis.com*. Os participantes chegaram a desistir de utilizar até o final por demorar muito a carregar e travar por completo. Foi levado em conta também as especificações dos aparelhos utilizados no grupo focal e a conexão com a internet.

Outro fator importante mencionado por um dos participantes foi o fato de guardar as informações utilizadas em uma outra pesquisa, da mesma forma que acontece em sites na internet, como por exemplo, a rede social Facebook.

4.4 CONFIABILIDADE

No que diz respeito a confiabilidade dos aplicativos, verificou-se que os usuários ainda sentem um certo receio na hora de informar os seus dados pessoais para realizar algum tipo de cadastro, tais como CPF, RG, número de cartão de crédito. Algumas pessoas também não utilizam o e-mail principal para ter acesso a alguma informação ou ganhar algum desconto para uma viagem, por exemplo. Um fator importante levantado foi o uso do GPS e A-GPS (A-GPS é um procedimento que faz a triangulação das antenas da rede da operadora utilizada no aparelho móvel e dá uma aproximação não tão exata quanto o GPS) dos aparelhos móveis para a localização de um empreendimento próximo do local de onde a pessoa está. As pessoas não se sentem seguras quando o aplicativo pega essa informação e compartilha em uma rede social, expondo onde ela está naquele momento, elas se sentem vulneráveis. Lembrando apenas que essas informações devem ser mencionadas no momento em que você realiza o cadastro no aplicativo, ou até mesmo no momento em que você instala ele em seu aparelho, você tem a opção de não instalar e não compartilhar essas informações com terceiros. Por outro lado, alguns participantes gostaram do fato do aplicativo entender suas necessidades e guardar suas pesquisas anteriores para uma próxima pesquisa, e não terem a necessidade de digitarem tudo novamente e já receberem informações direcionadas ao que eles realmente queriam naquele momento.

4.5 PORTABILIDADE

Foi verificado que todos os aplicativos tinham sites com as mesmas funcionalidades. Entretanto, nem todos os aplicativos estavam presentes nas plataformas *IOS* e *Android*. Como já foi dito anteriormente, os aparelhos mais antigos da plataforma *IOS* (*Iphone*, *Ipad*, etc) não aceitaram todos os aplicativos listados da plataforma *Android* por conta das versões de software. A plataforma *Android*, por ter

o seu código aberto, facilita a instalação de outras versões de software, permitindo o upgrade do aparelho e a instalação de outros aplicativos mais novos, o que não acontece na plataforma *IOS*. Por isso foi descartado o uso desses aparelhos na pesquisa.

4.6 MANUTENIBILIDADE

Não foi possível avaliar essa característica descrita da NBR 13596, pois é uma qualidade voltada para o desenvolvimento do software, e o foco neste trabalho foi a percepção do usuário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O universo dos aplicativos para computadores, *tablets* e celulares é um campo de estudo recente que apenas nos últimos dois anos vem produzindo um maior número de pesquisas a respeito. A rapidez no crescimento do setor, no entanto, impressiona positivamente, aparentemente impulsionada pelos fatores de melhoria no tráfego de dados e da invenção do *touchscreen* – tela sensível ao toque.

Com a invenção da tela *touchscreen*, o usuário apenas toca na tela para se “comunicar” com o aparelho. Com isso, o usuário tem uma qualidade de experiência muito superior se comparada aos aparelhos mais antigos, podendo customizar seus *smartphones* com novos aplicativos e tornando seu dia a dia mais fácil, rápido e proveitoso. Essa inovação possibilitou uma migração dos serviços que antes eram feitos exclusivamente por telefone, como reservar um hotel em um determinado lugar do mundo em apenas alguns minutos.

Sendo essa uma novidade no mercado, faz-se necessário ainda conhecer os anseios dos consumidores de meios de hospedagem que fazem busca através dos aplicativos. Assim, esta pesquisa teve como objetivo avaliar os principais aplicativos voltados a hospedagem e de características que ajudariam na escolha de um meio de hospedagem da plataforma *Android*, visando verificar quais os aspectos mais relevantes na sua escolha, uso e indicação. Para isso foi necessário identificar quais requisitos são considerados mais importantes pelos consumidores de aplicativos que

contemplem o setor hoteleiro, bem como quais aspectos desses aplicativos são primordiais para que o usuário consiga de fato utilizá-lo de maneira adequada.

A plataforma *Android* foi escolhida por se a mais comumente utilizada no Brasil, por estar presente em diversos aparelhos móveis, comumente mais baratos que os de outras plataformas, portanto de mais fácil acesso a população.

Definida a plataforma, foi feito um recorte de quais aplicativos voltados aos meios de hospedagem seriam utilizados nesta pesquisa. O critério adotado foi a quantidade de downloads realizada, disponibilizada no Google Play, sendo que coincidiam também com os que obtiveram as melhores notas.

É importante ressaltar a dificuldade de encontrar pessoas dispostas a participarem do experimento do grupo focal. A ideia principal era a realização de dois grupos com idades bem diferentes (geração Y e pessoas com mais de 50 anos), mas por conta de datas e horários, muitas pessoas não puderam comparecer e o estudo acabou sendo realizado apenas com os dez que aceitaram o convite.

Durante a realização do experimento, os participantes foram divididos em 3 subgrupos e cada um ficou com um tipo um *tablet* que continham os aplicativos escolhidos para a pesquisa e, segundo os participantes do grupo focal, o programa ideal teria que ser rápido e leve, com bons recursos visuais, que conseguissem transmitir de maneira clara e limpa as informações desejadas, com fotos nítidas e atualizadas constantemente, não só que possa dar a possibilidade do usuário escolher que tipo de viagem ele possa fazer (por exemplo, uma viagem gastronômica, viagem romântica, viagem de lazer, viagem de negócio, entre outras).

O grupo focal destacou que é fundamental que esse aplicativo consiga trazer informações exatas sobre o hotel, assim como formas de pagamento em diversas moedas, inclusive o Real, que tenha a opção de ser acessado em várias línguas, que tenha a opção de usar ou não o GPS ou A-GPS do aparelho para sugerir outras opções de alimentação, de hospedagem, ou até mesmo farmácias próximas, hospitais e meios de diversões, aprendizagem e cultura no local.

Outro aspecto que fica evidente é que o aplicativo possa dar confiabilidade nas informações dadas pelos usuários, assim como dados pessoais. Que dê a opção de mostrar ou não sua localização e opiniões em redes sociais, que não apareçam

propagandas na tela, que tenha um manual de utilização do aplicativo intuitivamente, e que essa opção sempre apareça se o usuário quer ou não aprender a navegar no aplicativo, que tenha um link direto com os sites de hospedagens.

Por fim, uma importante questão relatada pelo grupo focal é que este aplicativo tenha um canal de avaliação dos meios de hospedagem contra fraudes, que os usuários tenham que por seus dados pessoais para fazer essa avaliação, mas que não tenham seus dados expostos na internet e nem utilizados para outros fins que não sejam esses. Seria importante que a empresa que produz seus aplicativos utilize-se da metodologia de cliente oculto para avaliar os meios de hospedagem antes de cadastrar as empresas no sistema do aplicativo. Isso daria, talvez, mais confiabilidade ao aplicativo – um dos indicadores mais importantes, conforme os resultados do experimento do grupo focal.

Embora esta pesquisa tenha atingido seus objetivos, formando um consenso que auxiliou a pensar um modelo ideal de quesitos que devem ser contemplados nos aplicativos de busca e reserva de hotéis, há, ainda, muito o que explorar nesse universo. Inclusive do ponto de vista do marketing, sendo fundamental realizar pesquisas para identificar a penetração desses aplicativos por perfil de usuário. Isso poderia auxiliar os meios de hospedagem diretamente, quando da definição da real necessidade de se fazer entender por seus hóspedes.

Outra pesquisa que ainda precisa ser feita diretamente com os meios de hospedagem, seria verificar se seus gestores já compreendem a importância dos aplicativos para alavancar as vendas e quais os aspectos que consideram fundamentais para verificar se convergem com as expectativas levantadas na presente pesquisa.

REFERÊNCIAS

BARBOUR, Rosaline. **Grupos Focais**. Porto Alegre: Ed. Artmed, 2008.

BEAN, Jason L. A Tecnologia na Hospitalidade *in* ISMAIL, Ahmed. **Hospedagem: Front Office e Governança**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

BRASIL. Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. **NBR 13596:1996**, Rio de Janeiro, 199. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/@@search?Subject%3Alist=NBR>>. Acesso em: 04 out. 2014.

CATEORA, Philip. *et al.* **Marketing internacional**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. 626 p.

CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade, conceitos e aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CLARK, John. Conferência: Mobile Application Development Seminar (21/10/2010) Chicago, IL, USA. Informação oral, com material de apoio disponibilizado em: <http://www.uky.edu/~jclark/mas490apps/History%20of%20Mobile%20Apps.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2014. As demais referências constam no corpo do texto.

DIZARD Jr., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

HAYES, David K. NINEMEIER, Jack D. **Gestão de operações hoteleiras**. Pearson Prentice Hall, 2005

ISMAIL, Ahmed. **Hospedagem: Front Office e Governança**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MONTEIRO, Luis. **A internet como meio de comunicação: Possibilidades e limitações**. Artigo. Anais do XXIV Intercom, 2011. Disponível em <http://ucbweb2.castelobranco.br/webcaf/arquivos/125092/11427/T1___evolucao_internet.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2014.

OLIVEIRA, Giovanna Bonelli. SPENA, Rosana. **Hotel - Serviços Em Hotelaria**. Ed. SENAC NACIONAL, 2012.

SCHNEIDER, Michael. WOOLDRIDGE, Dave. **O negócio de apps para iPhone e iPad [recurso eletrônico]: criando e comercializando aplicativos de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.