

CRITERIOS COMPETITIVOS EN OPERACIONES DE SERVICIOS DE HOTELERÍA EN EL CONTEXTO DE ONLINE TRAVEL REVIEWS

Sarah Mesquita Lima
Fernando Luiz Emerenciano Viana
Universidad de Fortaleza
Fortaleza, Brasil

Muchos potenciales consumidores consultan los comentarios Online Travel Reviews (OTR) antes de organizar sus viajes. Por esta razón la gestión de las empresas turísticas fue modificada por esa dinámica. De este modo, los ítems evaluados en los OTR pueden ser considerados por los gestores hoteleros como criterios competitivos. Considerando la pertinencia del tema, así como el hecho de que no fueron identificados estudios que analicen esos ítems evaluados como criterios competitivos, el objetivo principal de esta investigación es identificar los criterios competitivos que ganan pedidos y son calificadores en la evaluación general del desempeño del sector hotelero. Así, se estudiaron las evaluaciones del OTR TripAdvisor de más de 1.500 hoteles localizados en 66 ciudades, distribuidas en 4 continentes, entre 2006 y 2009, totalizando 115.593 reviews. Con vistas a alcanzar los objetivos de la investigación, se utilizó como metodología de medición y análisis de las relaciones entre las variables dependiente (evaluación general) e independientes (Valor, Cuarto, Servicio, Limpieza, Recepción y Localización) el método estadístico multivariado de análisis discriminante, y para reforzar los resultados, regresiones simples. Como resultado, se constató que todas las variables dependientes fueron significativas y que entre los criterios competitivos analizados en esta investigación, los factores que ganan pedidos son Valor y Cuarto, mientras los factores calificadores son Servicio, Limpieza, Recepción y Localización.

PALABRAS CLAVE: *Criterios competitivos, factores ganadores, factores calificadores, análisis discriminante, TripAdvisor.*