

CALIDAD PERCIBIDA EN UN HOTEL DE LUJO EN RIO DE JANEIRO - BRASIL
Contraposición entre las perspectivas de los gestores y las evaluaciones espontáneas de los clientes

*Fernando Oliveira de Araujo
Flávio Basta
Universidade Federal Fluminense
Rio de Janeiro, Brasil*

La difusión de la práctica de compartir las experiencias vividas por los usuarios provoca sensibles impactos en la gestión hotelera, en términos de reputación y valor percibido. Así, la identificación de los requisitos esenciales, bajo la perspectiva del cliente, y las capacidades de aprendizaje y de respuesta por parte de los gestores de hoteles se tornan factores relevantes en este sector, particularmente para el segmento de alto lujo. Esta investigación tuvo como objetivo establecer una confrontación entre los atributos de calidad percibidos por los clientes en evaluaciones online espontáneas, después de experimentar los servicios de un hotel categoría cinco estrellas, y la percepción del equipo gestor del referido establecimiento acerca de los requisitos de calidad. En términos metodológicos, para la captura de la percepción de los clientes se adoptó la investigación y análisis de los datos de 571 evaluaciones sobre el hotel estudiado, disponibles en el portal TripAdvisor, mientras que en la investigación con los gestores se hicieron entrevistas individuales a 6 profesionales que actúan directamente en la administración del establecimiento. Entre los resultados, se observaron brechas entre las percepciones de los clientes y los gestores, especialmente en lo referente a las dimensiones físico/estructurales, los procesos operativos y la capacitación de mano de obra, lo que señala la necesidad de acciones orientadas a estrechar los mismos.

PALABRAS CLAVE: Gestión de servicios, gestión de la calidad, calidad en servicios, calidad percibida, expectativa del cliente, hospitalidad, turismo.