

LAS EVALUACIONES ONLINE EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE SERVICIOS HOTELEROS

*Lia Chagas de Lima
Danielle Miranda de Oliveira Arruda
Universidade Estadual do Ceará
Fortaleza, Brasil*

El estudio tiene como objetivo analizar el papel de las evaluaciones online en el proceso de decisión de compra de un servicio hotelero. Se realizó una investigación cualitativa. Los datos surgieron de entrevistas narrativas realizadas presencialmente a viajeros brasileños que reconocen las evaluaciones online como fuente de información en el proceso de decisión de compra de un servicio hotelero. Para finalizar la recolección de los datos se observó el criterio de saturación a través de la repetición de los mismos. El tratamiento e interpretación de los datos se dio por medio del análisis de contenido, específicamente el análisis de contenido temático (Minayo, 2004). Los resultados mostraron las evaluaciones online de servicios hoteleros como un medio que no sólo cumple la función de emitir información, sino que cuenta con la colaboración de los internautas para informar sobre detalles del hotel, evacuar dudas, recomendar el mejor hospedaje y alertar a otros consumidores sobre posibles problemas de determinado hotel. El estudio diseñó un framework del proceso de decisión de compra con información de evaluaciones online, contribuyendo a identificar en qué momento de la decisión el consumidor busca las evaluaciones online como fuente de información y cuáles son las etapas y criterios utilizados para convertirla en referencia.

PALABRAS CLAVE: Evaluaciones online, proceso de decisión de compra, servicios hoteleros.