

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Leonardo Pimenta de Mello

**Distribuição Eletrônica na Hotelaria: Desenvolvimento de
Serviços para a Internet**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-
Graduação em Administração da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Jorge Ferreira da Silva

Rio de Janeiro
Julho de 2005



Leonardo Pimenta de Mello

**Distribuição Eletrônica na Hotelaria: Desenvolvimento de
Serviços para a Internet**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Jorge Ferreira da Silva

Orientador

Departamento de Administração, PUC-Rio

Prof. Paulo César Motta

Departamento de Administração, PUC-Rio

Prof. Moisés Balassiano

FGV-RJ

Profa. Hélène Bertrand

Departamento de Administração, PUC-Rio

Prof. João Pontes Nogueira

Vice Decanato de Pós Graduação do Centro de Ciências Sociais, PUC-Rio

Rio de Janeiro, 4 de julho de 2005

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Leonardo Pimenta de Mello

Graduou-se em Ciências Econômicas, na Universidade Federal do Rio de Janeiro em 2001.

Ficha Catalográfica

Mello, Leonardo Pimenta de

Distribuição Eletrônica na Hotelaria: Desenvolvimento de Serviços para a Internet / Leonardo Pimenta de Mello; orientador: Jorge Ferreira da Silva. – Rio de Janeiro: PUC-Rio, Departamento de Administração, 2005.

124 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração.

Inclui referências bibliográficas

1. Administração – Teses. 2. Desenvolvimento de produtos. 3. Segmentação de Mercado. 4. Marketing de Serviços. 5. Análise Conjunta. 6. Análise de *Clusters*. 7. Distribuição Eletrônica 8. Hotelaria. I. Silva, Jorge Ferreira da. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Este trabalho é dedicado a:

Meus pais, minha avó, minha irmã, meus amigos e todos que contribuíram para a sua realização, com sugestões, paciência, apoio e incentivo.

Agradecimentos

Ao meu orientador, Prof. Jorge Ferreira, pela paciência e suporte durante a realização deste trabalho.

Aos professores que participaram da banca examinadora.

A Rui Gomes pela revisão final do texto.

Aos professores do IAG pelos ensinamentos e pela ajuda durante o curso.

A Teresa Campos e Leopoldo da secretaria do IAG.

Aos amigos e parentes que me auxiliaram na coleta dos dados.

A todos que colaboraram participando do preenchimento dos questionários ou do grupo de foco.

Resumo

Mello, Leonardo Pimenta de. **Distribuição Eletrônica na Hotelaria: Desenvolvimento de Serviços para a Internet**. Rio de Janeiro, 2005. 124p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O propósito deste trabalho foi analisar as características relevantes de um sistema de distribuição eletrônica para hotéis usando diretrizes baseadas no mercado e explorando variantes para diferentes segmentos de mercado. Neste estudo, foram entrevistados 116 indivíduos, usuários de Internet. Os entrevistados responderam um questionário aplicado pela Internet. Este questionário subsidiou a composição do serviço, utilizando o método de análise conjunta. Posteriormente, os respondentes foram segmentados, a partir de suas utilidades, utilizando a análise de *clusters*. Os entrevistados também avaliaram afirmativas que buscavam corroborar os resultados obtidos nas análises e levantar informações adicionais. Na segmentação também foram utilizados dados demográficos e psicográficos dos respondentes. Os resultados revelaram os atributos relevantes para a composição do serviço e forneceram subsídios para a segmentação do serviço para diferentes mercados.

Palavras-chave

Desenvolvimento de Produtos; Segmentação de Mercado; Marketing de Serviços; Análise Conjunta; Análise de Clusters; Distribuição Eletrônica; Hotelaria.

Abstract

Mello, Leonardo Pimenta de. **Electronic Distribution in the Hotel Industry: Service development for Internet**. Rio de Janeiro, 2005. 124p. MSc. Dissertation - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The propose of this work was to analyze the optimal combination of attributes for an electronic distribution system for hotels. The study was based on consumer's interviews and variations for different market segments were explored. In this study, 116 individuals had been interviewed and the questionnaire was applied by the Internet. The questionnaire subsidized the composition of the service using the method of Conjoint Analysis. The utilities obtained in this first part were used to segment the respondents using Clusters Analysis. The respondents had also evaluated some affirmations with the objective to corroborate the previous results and to obtain additional information. Demographics and psychographics data had also been used in the segmentation part. The results had showed the optimal combination of attributes for the composition of the service and allowed the segmentation of service for different markets.

Keywords

Product Development; Market Segmentation; Marketing of Services; Conjoint Analysis; Cluster Analysis; Electronic Distribution; Hotel Industry.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	10
LISTA DE GRÁFICOS	11
LISTA DE TABELAS	12
1. O PROBLEMA	13
1.1. Introdução	13
1.2. Contextualização	15
1.3. O Problema	16
1.4. Objetivos	17
1.5. Relevância do Estudo	18
1.6. Delimitação do Estudo	19
2. REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1. Distribuição Eletrônica na Hotelaria	20
2.2. Motivações e Barreiras da Utilização da Internet	25
2.3. Perfil do Usuário de Internet no Brasil	27
2.4. Características dos Serviços	29
2.5. Desenvolvimento de Produtos	31
2.4.1. Processo de Desenvolvimento	31
2.4.2. Modelo NewProd	34
2.4.3. Mapas de Percepção	35
2.4.4. Métodos de Medição das Preferências dos Consumidores	36
2.5. Análise Conjunta	38
2.5.1. Design de Estudos de Análise Conjunta	40
2.5.2. Ajuste e Validação de Estudos de Análise Conjunta	43
2.6. Segmentação de Mercado	44
2.6.1. Análise de Cluster	46
3. METODOLOGIA	49
3.1. Universo e Amostra	49
3.2. Coleta de Dados	50
3.3. Tratamento dos Dados	51
3.4. Limitações do Método	52
3.5. Entrevistas em Profundidade	54

3.6. Grupos de Foco	57
3.7. Escolha dos Atributos e Níveis	60
3.8. Questionário Piloto (Pré-teste)	62
3.9. Pesquisa de Campo	63
4. RESULTADOS	64
4.1. Resultados Gerais da Amostra	64
4.2. Resultados da Análise Conjunta	66
4.3. Resultados da Análise de Clusters	68
4.4. Segmentação dos Entrevistados	76
5. CONCLUSÕES	77
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
6.1. Sugestões para Pesquisas Futuras	80
7. BIBLIOGRAFIA	81
8. ANEXOS	86
8.1. Anexo I – Roteiro das Entrevistas em Profundidade	86
8.2. Anexo II – Roteiro do Grupo de Foco	87
8.3. Anexo III – Questionário Piloto (Pré-teste)	88
8.4. Anexo IV – Estatísticas de Utilização da Internet	92
8.5. Anexo V – Questionário Final (Versão Web)	93
8.6. Anexo VI – Frequências das Respostas do Questionário	110
8.7. Anexo VII – Resultados da Análise de <i>Cluster</i> Complementar	122
8.8. Anexo VIII – Base de Dados da Análise Conjunta	123

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Distribuição Eletrônica de Informações na Hotelaria	23
Figura 2: Processo de Desenvolvimento de Novos Serviços e Produtos	33
Figura 3: Formas de Coleta de Dados em Análise Conjunta	42

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Comparação das Médias entre os <i>Clusters</i> da Resposta 12	73
Gráfico 2: Comparação das Médias entre os <i>Clusters</i> da Resposta 13	74

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Opções de Design em Estudos de Análise Conjunta	40
Tabela 2: Bases de Segmentação e Variáveis	45
Tabela 3: Características dos Participantes do Grupo de Foco	57
Tabela 4: Ordem de Importância dos Atributos no Grupo de Foco	59
Tabela 5: Preferências Segundo os Perfis Apresentados	66
Tabela 6: Utilidade Parcial e Importância Relativa dos Fatores	67
Tabela 7: Centróides Finais dos <i>Clusters</i> 1 e 2	68
Tabela 8: Utilidade Parcial e Importância Relativa dos Fatores <i>Cluster 1</i>	69
Tabela 9: Utilidade Parcial e Importância Relativa dos Fatores <i>Cluster 2</i>	69
Tabela 10: Comparação das Médias entre os <i>Clusters</i> das Respostas 1-6 e 11-17	70
Tabela 11: Comparação das Médias entre os <i>Clusters</i> das Respostas 7-10	72
Tabela 12: Comparação dos Centróides das Duas Análises de <i>Clusters</i>	75
Tabela 13: Características dos Dois Segmentos Encontrados	76