



**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 |
| <br>  |    |
| 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 |
| <br>  |    |
| 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 |
| <br>  |    |
| 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  |
| <br>  |     |
| 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  |
| <br>  |     |
| 5. CONCLUSÕES   | 77  |
| <br>  |     |
| 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS   | 80  |
| 6.1. Sugestões para Pesquisas Futuras                                 | 80  |
| <br>  |     |
| 7. BIBLIOGRAFIA   | 81  |
| <br>  |     |
| 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 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 |