

FORMAÇÃO DE PREÇOS E PERCEPÇÃO SOBRE A QUALIDADE DE SERVIÇO DO HOSTEL BARRA DA LAGOA – SC

Autor (a): Daniela Bellini
E-mail orientador (a): fabiane.verdu@gmail.com
Universidade Estadual de Maringá – UEM. Maringá, PR

Ciências Sociais Aplicadas
Administração

Palavras-chave: Precificação. Qualidade de serviço. Hostel

RESUMO

Este estudo tem como objetivo principal descrever as características que influenciam a formação de preços e a percepção sobre a qualidade de serviço do Hostel Barra da Lagoa. Em termos específicos, pretende-se atingir os seguintes objetivos: (1) Identificar como ocorre a formação de preços (precificação) do Hostel Barra da Lagoa; (2) Identificar a percepção sobre a qualidade de serviço do Hostel Barra da Lagoa. A revisão da literatura abordará os seguintes assuntos: Hostel, formação de preços e qualidade de serviço. Esta pesquisa pode ser classificada como descritiva-qualitativa. A estratégia de pesquisa utilizada é o estudo de caso.

INTRODUÇÃO

Apesar da expansão do número de Hostels mundo afora, o conhecimento sobre a qualidade do serviço e precificação neste tipo de acomodação é escasso. Portanto é importante entender os principais determinantes da qualidade de serviço percebida pelos jovens turistas e as estruturas de precificação. BROCHADO, RITA e GAMEIRO (2015) define qualidade do serviço em hostel em seis fatores: atmosfera (ambiente social), localização, funcionários, limpeza, segurança e instalações. A precificação pode ser dividida em três abordagens baseadas em: custos, concorrência e valor. A abordagem baseada em custos abarca dois métodos simples: o preço composto por custo mais margem de contribuição e o preço de lucro alvo, baseado no ponto de equilíbrio. A abordagem de preços baseada na concorrência leva em consideração o preço dos concorrentes. A abordagem baseada em valor usa a percepção de valor dos compradores para estabelecer o preço KOTLER e ARMSTRONG, (2003). O presente artigo trará a inter-relação entre esses fatores.

REVISÃO DE LITERATURA

Nos últimos anos o turismo vem crescendo e se desenvolvendo de maneira significativa, dentro desse ramo vem se destacando o setor

hoteleiro. No setor hoteleiro, chama a atenção o segmento alternativo de hostels, definido como um empreendimento contemporâneo e independente, voltada para o intercâmbio cultural jovem e de baixo custo através do compartilhamento de quartos, em que segundo o Ministério do Turismo cresceu cerca de 530%.

Preço

A formação de preço de uma empresa envolve pontos internos, como custos, e externos a ela como as estratégias de marketing, demandam e concorrência. Zeithaml e Bitner (2003) abordam três estruturas de precificação baseada: no custo, na concorrência e na demanda (valor percebido). A precificação baseada no custo em que o preço será a soma de todos os custos mais a margem de lucro da empresa. Para a precificação baseada na concorrência, há duas situações que podem existir na qual a primeira os diferentes prestadores padronizam seus serviços. Já na segunda situação, a precificação é baseada na demanda tendo fundamento no que os clientes pagarão pelos serviços prestados, ou seja, com o valor percebido que eles possuem a respeito do serviço. Partindo do pressuposto que o poder de decisão e de compra dos consumidores é baseado principalmente no preço, torna-se fundamental a análise referente a essa temática, pois o preço está inter-relacionado com a qualidade dos serviços, em que existindo a dificuldade de mensurar a qualidade, o cliente irá se basear no preço.

Qualidade do serviço

Devido a grande relevância do setor de serviços, as empresas reconhecem a necessidade de novas abordagens para se diferenciarem e competirem de forma mais eficaz nesse mercado. As abordagens de destaque são referentes à qualidade dos serviços e a satisfação dos consumidores, em que os prestadores de serviço priorizam atender os atributos considerados como importantes para os consumidores. O controle da qualidade então é um desafio entre as prestadoras de serviços, pois segundo as definições de marketing, sendo a mais utilizada como qualidade do serviço é atender às expectativas dos clientes (Parasuraman et al., 1988), em que expectativas por ser abstrato traz um grau de dificuldade maior em seu controle para o gestor. Portanto, além das características dos serviços, devem-se atentar também as características da qualidade dos serviços em si e as suas determinantes. Para BROCHADO, RITA e GAMERO (2015), a qualidade de serviço no caso de um hostel, abrange seis fatores: atmosfera (ambiente social), localização, funcionários, limpeza, segurança e instalações. No presente estudo, serão levadas em consideração as determinantes apresentadas por estes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Hostel Barra da Lagoa, objeto de estudo, foi fundado em abril de 2009, por Vasco Gondin. A unidade da Barra da Lagoa está localizada no bairro Barra da Lagoa em Florianópolis, Santa Catarina. O grupo em questão faz parte da rede internacional de hostel, Hostelling International (HI).

Análise da formação do preço

A unidade da Barra da Lagoa foi analisada com base na literatura sobre formação da precificação de Zeithaml e Bitner (2003) utilizando os parâmetros de custo, concorrência e/ou percepção da qualidade pelo cliente. A base da precificação deste hostel está no critério de concorrência, dando ressalva que esse critério foi utilizado apenas como uma base, pois o hostel não segue o conceito ideal da definição trazida pela literatura do que é a formação de preço com base na concorrência. A precificação do hostel nos parâmetros de custos do hostel é somente a divisão de despesas para manutenção dos quartos e *royalties* por ser pertencente à rede HI, sem definição de margem de lucro. A estrutura de concorrência é o critério utilizado pelo hostel que mais se alinha a definição de Zeithaml e Bitner (2003) em que nessa estrutura diferentes prestadores de serviços utilizam-se da padronização dos preços em seus serviços. Essa estrutura é utilizada pelo gestor do hostel Barra da Lagoa como base de adequação de preço e intuitivamente se padronizando aos concorrentes, no qual o mesmo analisa preços de três níveis de mercado: a rede HI Hostel, nível nacional e nível local de média de valores. Por fim, o método utilizado da unidade Barra da Lagoa pautada na percepção de valor, difere da definição dado por Zeithaml e Bitner (2003), devido à percepção de valor ser fundamentada pelo gestor do hostel e não em dados sobre a percepção do cliente propriamente dito, como traz a literatura.

Análise da percepção da qualidade

A unidade Barra da Lagoa por pertencer à federação internacional de hostel HI, exige dos associados que o estabelecimento garanta conforto, higiene, segurança, comprometimento de preservação ambiental e bom preço. A exigência da rede é semelhante às características apresentadas pela teoria sobre qualidade de serviço de BROCHADO, RITA e GAMERO (2015), em que a qualidade de serviço no caso de um hostel, abrange seis fatores: atmosfera (ambiente social), localização, funcionários, limpeza, segurança e instalações. O hostel tem padrão familiar, apresenta uma atmosfera de calma e sossego. A localização foi pré-determinada pelo proprietário que exigia que fosse perto da praia e de região familiar. O hostel conta com limpeza constante, funcionários e segurança 24 horas por dia no estabelecimento. Por fim, a unidade Barra da Lagoa, por pertencer à rede HI, teve que seguir critérios propostos pela rede internacional de como se montar a estrutura do estabelecimento para que esse garantisse a qualidade

dos serviços prestados, sugerido como a principal característica do hostel. Entretanto, apesar de todos os pontos apresentado referente à qualidade e garantia dos serviços do hostel, estes pontos não podem ser determinantes como percepção de qualidade do consumidor, pelo fato em que o hostel não aplica nenhuma forma de mensurar essa qualidade pela visão do próprio consumidor, sendo apenas a percepção do gestor do próprio estabelecimento, diferindo com a o princípio básico da teoria.

CONCLUSÕES

O trabalho em questão buscou identificar como ocorre a precificação do hostel Barra da Lagoa, procurou também identificar a percepção sobre a qualidade do estabelecimento. No caso do hostel Barra da Lagoa, foi interessante notar a questão da informalidade no processo de precificação das diárias do local. O empreendimento não conta com uma orientação especializada e cabe ao gestor definir o melhor critério base, o que no caso, acontece de forma intuitiva se aproximando mais da estrutura de concorrência, mas não sendo exatamente como a literatura aborda os conceitos e definições acerca disso. Ou seja, o hostel não aplica de fato o que a teoria traz referente aos melhores métodos de precificação de um empreendimento. Além disso, o hostel padece de um modelo viável de controle da percepção da qualidade de seus consumidores, deixando os sem parâmetro para mensurar e guiar as melhorias do hostel, mesmo isso não atrapalhando a desempenho e a qualidade do hostel, mas fica como uma sugestão de melhoria para que o estabelecimento tenha mais sucesso e controle da saúde financeira do hostel.

REFERÊNCIAS

BROCHADO, A.; RITA, P.; GAMEIRO, C. Exploring backpackers perceptions of the hostel service quality. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 27, n. 8, p. 1839-1855, 2015.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice-Hall: 2003.

NOGUEIRA, F.L.; SANTOS, G.E.O. Precificação de características subjetivas de hostels no Brasil. **Revista Hospitalidade**, v. 12, n. 2, p. 567-585, 2015.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. **SERVQUAL**: a multiple – item scale for measuring consumer perceptions. *Journal of Service Quality Retailing, Spring*, v. 64, p.12-40, 1988.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de Serviços**: A Empresa com Foco no Cliente. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2003.