

## AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS INOVADORAS NA RELAÇÃO ENTRE CLIENTE E HOTEL: O CASO DE DOURADOS-MS

**Bruno de Souza Lima<sup>1</sup>; Dores Cristina Grechi<sup>2</sup>;**

<sup>1</sup>Aluno do curso de Turismo – Ênfase em Ambientes Naturais da UEMS, Unidade Universitária de Dourados; E-mail: bruno\_mxsl@hotmail.com; <sup>2</sup>Professora Doutora do curso de Turismo – Ênfase em Ambientes Naturais da UEMS, Unidade Universitária de Dourados; E-mail: cgrechi@uol.com.br **Orientadora.**

### **Resumo**

Diante do panorama favorável em que o setor turístico se encontra, torna-se imprescindível o levantamento de dados em relação aos setores que compreendem a atividade turística. Dessa maneira a hotelaria aparece como um importante elemento a ser caracterizado e diagnosticado de modo que se possa oferecer um produto e serviço adequado aos diferentes públicos. Partindo desse princípio, o estudo buscou caracterizar o setor hoteleiro da cidade de Dourados-MS em relação ao uso da internet na venda e divulgação de seus produtos e serviços. A metodologia estruturou-se em quatro etapas: revisão bibliográfica, pesquisa de campo com aplicação questionário, tabulação e análise dos dados e, por fim, a discussão dos resultados. A pesquisa indicou um panorama deficitário do setor hoteleiro da cidade quanto ao uso da internet e suas ferramentas na promoção e venda de produtos e serviços, uma vez que não se identificou gestão e uso estratégico dessas ferramentas na promoção online dos hotéis de Dourados.

**Palavras-chave:** Diagnóstico, Hotelaria, Marketing, Internet.

**Área Temática de Pesquisa:** 6.13.00.00-4 - Turismo, hotelaria.