**O IMPACTO DO WHATSAPP NA COMUNICAÇÃO DO HOTEL VILA DO FAROL**

João Gabriel Carvalho Platt

**RESUMO**

Analisar e transcrever o impacto do Whatsapp nas empresas atualmente, eleva as empresas de meios de hospedagens. Faz com que as empresas se adaptem a nova metodologia estabelecida pelo mundo tecnológico, que ficou cada vez mais dependente dessas ferramentas inovadoras, como foi descrito e abordado no resultado de pesquisa que indica, a utilidade do Whatsapp no meio de hospedagem e em especial no meio comunicação como mídias sociais e reservas, além de ter realizado as perguntas pessoalmente e observar a desenvoltura do Whatsapp como uma ferramenta de venda e comunicação, mas outros meios de comunicação, que é muito utilizado o email no meio de comunicação no hotel Vila do Farol.

1. **INTRODUÇÃO**

O propósito do trabalho é analisar o impacto do Whatsapp no meio de comunicação do Hotel Vila do Farol via empresa e clientes. Especificar a influência do Whatsapp desde sua implantação até os dias atuais. Averiguar a importância do Whatsapp com as atualizações de meio de pagamento, entre outras, no hotel Vila do Farol. Apresentar metodologias ao hotel sobre as novas ferramentas exclusivas da mídia social. Elaborar a diferença do início do Whatsapp à atualidade. Ofatoda ferramenta éum pontoa ser tratadobem de pertopois a cada ano que se passa a ferramenta tem mais usuários*,* e demonstra a evidência de ser umaferramenta fantástica com várias funcionalidades como a exemplo você pode pagar via Whatsapp, além de todas as pessoas terem seus celulares, e usarem diariamente o Whatsapp para se comunicarem e com essa nova funcionalidade, facilita também com as formas de pagamento e acomunicação

**2.FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

**2.1 Turismo.**

O que é turismo? O turismo tem várias definições sobre o turismo, mas viajar pelo conceito dos dicionários, é a ação ou efeito de viajar. O que tirar dessa definição é extremamente difícil pois existem várias formas de turismo a exemplo de negócios e a passeio, são totalmente diferentes mesmo assim ainda são duas formas de realizar turismo. Segundo *Panosso Netto (2017, pág).*

*"*A vontade e necessidade de viajar, conhecer outros lugares, povos e culturas caracteriza o ser humano desde os primórdios e, no mundo contemporâneo, tem-se tornado, cada vez mais, uma atividade econômica que movimenta bilhões de dólares, todos os anos, no planeta inteiro. Desse modo, o turismo tem-se profissionalizado de forma crescente e merecido a atenção de pensadores e teóricos. Este livro introduz o leitor nas principais questões suscitadas pelo tema, promovendo uma interessante reflexão sobre o turismo em suas mais diferentes abordagens e significados (Panosso, 2017 pág 17 )**"**

Se entende pelas palavras de Alexandre Netto que o turismo é uma forma de conhecer povos, culturas e lugares desde os tempos pré-histórico onde os nômades peregrinavam por regiões, além disso também é refletido a questão lucrativa ao realizar turismo, movimentando milhares de empregos e fatura para os gestores públicos e privados e nações, se afluindo com desenvolvimento voltado apenas ao turismo como ao caso os países do oriente-médio. A pergunta que fica é

*– Mas o oriente-médio não vive do petróleo? O mundo vem se modificando e mudando com a diminuição do uso do petróleo, os países do oriente-médio observaram a importância do turismo e investem nos pontos fortes do turismo.*

*O Atrativo turístico cultural, natural, ou realizado e transformado em atrativo, demonstra a evidência e procura dos turistas por atrativos, segundo NETTO Antonio Panosso.*

*"AP Netto - 2017*

[...] um determinado “atrativo turístico”. “Mesmo que este atrativo não me chame atenção, eu me interesso por ele, pois se é importante para os outros, então deve ser importante para mim também”. É assim que muitas vezes os turistas pensam."

Proscrever e indagar a flexibilização que o atrativo turístico traz, não só apenas para aqueles interessados mas também a todos os envolvidos com determinada pessoa diretamente interessada no atrativo, como Antônio Panosso Netto relata por muitas vezes, o atrativo não me impressiona a ponto de ir conhecer o atrativo , mas a exemplo uma família tem seus integrantes que gostem do atrativo, outros não mesmo assim entram em consenso e acabam conhecendo o atrativo e por ser importante para alguns membros da família isso torna recorrente em qualquer atrativo turístico.

E com o passar dos tempos começa a se discutir os princípios e práticas do turismo, contendo uma enorme variedade de turismo e turistas no mundo. C Cooper , J Fletcher, A Fyall, D Gilbert, S Wanhill analisam e refletem.

E os apresenta em um formato que discute possibilidades de desenvolvimento futuro de todos os aspectos do sistema turístico. Uma ampla gama de possibilidades são revistas e analisadas, junto com uma avaliação dos impactos dos produtos do turismo e dos turistas …"

A descrição dos autores acima é sucinta mas extremamente integrante com várias aspectos que fazem nós a observar mais de perto todos os produtos e turistas, que com o passar dos anos se modifica, em especial o que envolve as tecnologias e meios de comunicação a exemplo revista, abordada acima e interpretar-se a confiança do turistas com a críticas e sugestões sobre os produtos oferecidos por meios tecnológicos e meios convencionais como uma simples sugestão, de uma revista ou jornal.

**2.2 Meios de Hospedagens.**

Os meios de hospedagens estão seguindo um percurso de solidificação com os meios tecnológicos e redes sociais há inúmeras hospedagens envolvida com algum tipo de tecnologia, mas o encadear desses modos operantes de websites, surge como referência TripAdvisor , os possíveis turistas de algum destino, estão a se atentar com informações e comentários destinados aos possíveis estabelecimentos de sua viagem. A observação e reflexão de Marcela Martins Silva, Filho Luiz Mendes (3), 419-434, 2014

Cada vez mais os consumidores estão lendo e compartilhando comentários relacionados a viagem na Internet que são publicados por viajantes ao invés de consultarem informações geradas pelos próprios prestadores de serviços turísticos. O presente trabalho tem como objetivo analisar os fatores que influenciam a intenção de uso de Comentários de Viagens Online (CVO) na escolha de um meio de hospedagem.

Análise-se o quão fundamental e tendenciosa estão as websites, simples, mas com muita desenvoltura e aptidão das websites, o mercado de websites turísticas vão ganhando força, mas como relatado pelos autores acima.

O grande ponto que se sobressair às websites em questão por sua simples e breve diagnóstico de um turistas ou cliente sobre determinado

estabelecimentos, pois são acessadas e procuradas na maioria das vezes, para pré-visualizar críticas e desempenho satisfatório de seus futuros ou não clientes, além de salientar todos os tipos de grupos, que avaliaram os pontos estabelecidos pela website.

Seguindo uma linha de raciocínio semelhante à dos autores citados anteriormente, Priscila Viana segue um mesmo fundamento, mas com dados de 2016.

*Priscila Tatiane Pereira Viana*

*(2), 26-36, 2017*

Estudos demonstram que as investigações do nível de satisfação dos hóspedes referente à percepção de qualidade em serviços só trazem benefícios aos meios de hospedagem, pois possibilita ao empreendimento tanto potencializar os seus pontos fortes quanto trabalhar para melhorar os pontos fracos, encaminhando o hóspede a uma experiência de encantamento. O objetivo geral do estudo é o de identificar a percepção de qualidade dos hóspedes no que diz respeito aos serviços prestados pelo meio de hospedagem em questão. A metodologia adotada é de abordagem qualitativa, e o universo da amostra são comentários das avaliações do site TripAdvisor. com inseridas por hóspedes de um resort localizado na Ilha de Santa Catarina. Foi realizada por meio de coleta de dados secundários, a partir de avaliações do site TripAdvisor. Para a amostra foram levantadas um total de 133 avaliações do site TripAdvisor. com, de hóspedes que utilizaram os serviços do meio de hospedagem entre os meses de Janeiro, Fevereiro e Março de 2016, sendo todos as avaliações no idioma português coletadas no mês de Maio de 2016. A análise dos dados foi feita por meio da estatística descritiva. A pesquisa indicou que existem limitações no meio de hospedagem. As destacadas são: treinamento e capacitação do elemento humano e a manutenção da estrutura física das unidades habitacionais e da área social.

O trecho abordado novamente nos traz a uma questão, de não ser mais uma tendência é sim realidade influência das websites perante o turismo, ficando inteiramente mais complexa, e demonstrando as referências necessárias para o cliente analisar e averiguar qual estabelecimento se encaixa naquilo que ele procura.

Após essa breve introdução sobre a contribuição dos eventos, os autores Tiago Savi Mondo, Jane Iara Costa analisa e descreve seu ponto de vista, sobre eventos, em meados de 2010.

*Tiago Savi Mondo, Jane Iara Pereira da Costa*

*Rosa dos ventos 2 (1), 31-44, 2010*

O objetivo desta pesquisa é analisar a contribuição dos eventos na captação de clientes em meios de hospedagem (MH) de Santa Catarina, com base na percepção dos seus gestores. Caracteriza-se como de abordagem qualitativa exploratória e quantitativa descritiva. A amostra foi composta por 13 MH para a etapa qualitativa, onde foram realizadas entrevistas em profundidade e 54 MH para a quantitativa com os quais foram aplicados questionários online. Os principais resultados demonstram que o apoio a eventos realizados na cidade não influencia de maneira acentuada a captação de clientes. A participação em eventos do trade foi tida como uma ação de relacionamento, onde a captação de clientes é secundária. A captação de eventos para realização no hotel foi tida como a ação mais influente para o aumento da ocupação e das receitas no setor de alimentos de bebidas. Verificou-se que os eventos configuram-se como ação estratégia da comunicação de marketing para a captação.

Desenvolvesse a praticidade que a comunicação viabiliza para públicos internos e externos, além de ser uma forma fundamental de organização empresarial, ficando nítido a façanha realizada pela comunicação, transformando verdadeiras desordens empresariais em espelhos de organização e comunicação, isso acontece simplesmente por melhorarem sua comunicação e a expandindo para vários horizontes.

E como a comunicação influência de uma geral todo ambiente que está inserido, em especial nos meios hoteleiros do brasil, tendo uma comunicação unilateral entre todos, não apenas com funcionários mas também clientes, além de fazer a comunicação virar um bem estimado por todos os envolvidos. Ressalta *Maria Esther de Araújo Oliveira.*

O presente trabalho tem como objetivo as relações interpessoais de comunicação com os clientes do setor hoteleiro. É de se destacar, porém, que a importância que se dá à Comunicação Empresarial no Brasil não é uma importância plena: privilegia o conteúdo, privilegia-se a embalagem, privilegia-se a entonação, privilegia-se a intensidade, mas há um flagrante e perigoso descuido com a utilização correta do vernáculo"

Compreende-se o tamanho que a comunicação viabiliza para as empresas brasileiras, um diferencial pois a comunicação trás os privilégios de conteúdo, embalagem, entonação e, intensidade, mas para toda boa comunicação é preciso ter muita atenção para não cometer descuido e utilização incorreta do vernáculo como citado acima pelo autor, isso demonstra também como a comunicação tem sua relevância na parte empresarial.

Com essa relevância da comunicação empresarial, surge um novo meio de comunicação diferente mas muito eficaz, em termos de acessibilidade comunicativa.

Com milhares de pessoas contendo alguma rede social, sendo as principais a serem lembradas Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter e entre outras, mas o senso comum destas redes sociais, são o fácil acesso e um poder comunicativo de extrema qualidade e versatilidade, isso demonstra é apurado por Araújo (2016 pág 16)

Este estudo discorre brevemente sobre as mídias sociais e a comunicação científica, situando o emergente campo da altimetria para análise desta relação. Apresentam-se aqui os resultados de uma pesquisa exploratória que teve por objetivo a análise de métricas alternativas para 125 artigos de periódicos da Ciência da Informação Qualis A. No uso da ferramenta altmetric, 36% dos artigos retornaram dados altimétricos. Dentre as revistas, dá-se destaque para a Ciência da Informação, com 21 artigos e 297 dados altimétricos. Quanto às mídias, 92, 43% dos dados vieram do Mendeley, contra 7, 57% do Twitter, e nenhum registro do Facebook. Considera-se que a falta de padronização das revistas pode ser um dos fatores do reduzido quantitativo de artigos encontrado, e que parametrizações de Application Programming Interface–APIs de mídias como Facebook e Twitter–podem ser o caminho para contornar esse baixo desempenho. Os dados altimétricos indicam a atenção que os artigos recebem logo após a publicação e podem ser indícios de citações futuras.

Averigua-se a relevância das mídias sociais como meio de comunicação segundo Ronaldo Araújo, em questão ele traz alguns dados altimétricos, onde ele demonstra a evidência da utilização das mídias sociais, algumas tendo algum ênfase maior que outras, mas se compreende todo significado que a mídia social faz em termos de comunicação versátil e rápida, isso facilita uma comunicação, e transformando em um meio mais utilitário, sendo de grande valor para os poderes públicos e privados.

**2.4 Uso das Redes Sociais com foco no Whatsapp.**

A criação e desenvolvimento das redes sociais auxilia a comunicação e informação a todo o globo, pois é de tamanha facilidade de comunicação e visualização de todas as pessoas e de todos os países, isso facilita a interação de poderes públicos e privados com seus futuros clientes por todo o globo.

Contudo, se prolifera em escala exponencial as mídias sociais, aumentando o uso geral tanto de pessoas físicas quanto jurídicas, em especial jurídicas, por se adaptarem à inovação que a redes sociais abrangem. Além de aumentar a importância e imponência adquirida pelas redes sociais, como uma forma mais usada de comunicação. A um breve relato sobre importância das redes sociais do *Alexandra Malheiro, Bruno Sousa, Luís Ferreira*

"Verificando-se uma importância crescente no mundo empresarial em estar presente no ambiente online, torna-se relevante perceber que tipo de atuações apresentam melhores resultados nos consumidores. Numa altura em que as empresas, cada vez mais, aderem às redes sociais de forma a influenciar o consumidor, através de uma vasta exposição online, é necessário perceber o tipo de resultados que as estratégias atualmente aplicadas surtem nos seus seguidores. Procura-se nesta investigação perceber o tipo de influência que o setor hoteleiro, em Portugal, consegue alcançar nos seus consumidores, sendo o setor do turismo uma área em constante crescimento. Para tal, foi adotada uma metodologia qualitativa, recorrendo-se a entrevistas semiestruturadas, como instrumento de recolha de dados para perceber o tipo de uso que os hotéis atribuem às redes sociais, bem como os resultados que obtêm das suas práticas. Foram analisados nove hotéis, apresentando uma amostra diversificada entre os participantes quer a nível de capacidade, bem como os resultados que obtém das suas práticas. Foram analisados nove hotéis, apresentando uma amostra diversificada entre os participantes quer a nível de capacidade, bem como de reconhecimento, apurando-se que, de uma forma geral, as redes sociais ajudam na divulgação do hotel, facilitando a exposição da marca, bem como a interação com os clientes."

Concluir Se que a pesquisa realizada a por Alexandra Souza e Luís Ferreira em nove hotéis, surge uma similaridade entre eles, manter-se envolvido nas redes sociais aumenta o contato com seus consumidores, facilitando a relação empresa e cliente, demonstra também a exposição da marca com o uso das ferramentas em especial para hotelaria o Whatsapp e Instagram.

O nicho das mídias sociais, é elevadamente usado como ferramenta de comunicação e marketing com a influência que esses nichos abrangem, é muita expansível a comunicação dessas ferramentas principalmente em torno do marketing, gestores públicos e privados aprofundam essas ferramentas, para realizar a comunicação e o marketing em grande escala. Analisado e averiguado as *Mídias sociais como ferramenta de comunicação e marketing na gestão hoteleira*

*Ana Carolina Machado Cardoso*

É necessário compreender o novo papel do consumidor e atentar para o poder da sua influência. Em um mundo altamente tecnológico, as pessoas anseiam por envolvimento e participação. O objetivo deste artigo é conhecer as estratégias de comunicação via mídias sociais, particularmente o Instagram, utilizadas pela Pousada dos Sonhos para promover seus produtos e serviços e gerar engajamento com seus potenciais consumidores. No que tange aos procedimentos metodológicos optou-se por um estudo de caso e os dados foram analisados através da análise do conteúdo imagético. Os resultados apontam que a categoria mais utilizada pelo meio de hospedagem, é a divulgação da sua estrutura física, entretanto a categoria que os usuários mais interagem é a Pet. As duas categorias que têm menos números de interação, ou curtidas, representam eventos e imagens de experiências. A geração de conteúdo das mídias é de responsabilidade do gestor e de uma colaboradora que divide outra função, além da geração de material para o conteúdo.

Proscrever se o ponto abordado por Ana Carolina Cardoso, explica os aspectos comunicativos de um estabelecimento, utilizar ferramentas tecnológicas, com a inovação o mundo se torna mais online, para promover seu produto e gerar conteúdo para aqueles em interessados no estabelecimento ou propriamente no conteúdo gerado na rede social utilizada, a referência o Instagram, muito observado por usuários, que só almeja o conteúdo gerado pelo estabelecimento na rede social utilizada, com fotos e vídeos além de interações com seus possíveis clientes.

Com as redes sociais sendo comum no ambiente de trabalho, corriqueiramente surgem algumas ferramentas tecnológicas a serem mais utilizados pelos estabelecimentos, além de se tornar parte do estabelecimento como um setor fundamental, com o caso em especial do Whatsapp, Instagram e Facebook na atualidade são pilares de redes sociais que mais influenciam na comunicação na Internet Proscreve sobre a *Internet e redes sociais no ambiente de trabalho: Uma análise com funcionários do setor hoteleiro da cidade de Natal (Rio Grande do Norte, Brasil)*

*Elizabete Varela da Silva, Luiz Mendes Filho*

*Turismo e Sociedade 8 (2), 2015*

"A Tecnologia da Informação foi uma das inovações que surgiu e ganhou força com a globalização, e se faz presente em todas as partes e segmentos sociais, de diversas formas. Este trabalho tem como objetivo analisar o uso da Internet e redes sociais no ambiente de trabalho, na perspectiva dos funcionários do setor hoteleiro da cidade de Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. Através de pesquisa qualitativa, exploratória descritiva, utilizando um formulário com perguntas atinentes, foi possível abarcar questões pertinentes ao tema e através da análise de conteúdo avaliar os resultados. A coleta dos dados ocorreu entre os dias 22 de abril e 19 de maio de 2014, totalizando 52 funcionários respondentes, atingindo 9 hotéis. Constatou-se que a maioria dos funcionários estava usando e acessando Internet e redes sociais no trabalho, principalmente através de aparelhos celulares e computadores, mesmo que a empresa não liberasse o acesso a tais ferramentas. O maior acesso abrangendo as redes sociais conhecidas como Facebook e WhatsApp, e para os respondentes tal prática poderia apontar ou não danos nas atividades profissionais, dependendo de cada caso. Concluiu-se que o uso da Internet e redes sociais no ambiente de trabalho era algo que já fazia parte da realidade dos funcionários que estavam atuando em hotéis na cidade de Natal e que, para tais empresas, manterem-se conectadas também às redes sociais seria uma ferramenta útil para conquistar outros clientes."

*há Outra fala de Wagner Amaral, Rivanda Meira Teixeira*

*Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo 8 (1), 59-77, 2014.*

"Grandes empresas do setor de turismo fazem o uso intensivo de Tecnologia da Informação (TI), também denominada Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), na promoção de seus produtos ou serviços e essa tendência também tem sido incorporada pelas micro e pequenas empresas (MPE) do setor hoteleiro. Para melhor compreender tal fenômeno, este estudo tem o objetivo de analisar os fatores que afetam a adoção de TI pelas MPEs do setor hoteleiro do estado de Sergipe. Possui abordagem qualitativa e utiliza como estratégia de pesquisa a de estudo de casos múltiplos. Verificou-se que as empresas hoteleiras que participaram do estudo possuem computadores e todos estão conectados à Internet. Verificou-se também que a indisponibilidade da TI tem impacto negativo nos negócios. Identificou-se diferentes perfis de gestores e observou-se que o conhecimento em informática dos funcionários é indispensável. As limitações deste estudo são inerentes à estratégia de estudos de caso".

Aproxima-se do relato descrito acima a imprudência de não entender a importância que as redes trás.

Isso é abordado no quesito de ser uma realidade de todos os funcionários o que facilita o desenvolvimento e aprendizado da ferramenta além de influenciar diretamente no atendimento aos clientes, que além de serem executada perfeitamente pelos funcionários, auxilia o colaborador a conquistar vários nichos de pessoas, com as redes em seu percalço, por ser comum o uso de todos, sendo um diferencial do estabelecimento.

**3.METODOLOGIA**

O objetivo foi analisarmos os impactos do Whatsapp na comunicação do Hotel Vila do Farol, sendo utilizado alguns métodos de pesquisas, elas são pesquisa bibliográficas e exploratória em artigos científicos, e realização de entrevistas com gestores e funcionários do hotel Vila do Farol.

A princípio é importante entendermos como funciona e o que são as pesquisas utilizadas para este trabalho. Principal método utilizado no trabalho a pesquisa bibliográfica que define-se por ser uma pesquisa realizada e consultada a materiais já escritos ou realizados por um indivíduo,além de servirem como base para outros tipos de pesquisa.

O outro método de pesquisa utilizado foi a pesquisa exploratória segundo ***VIEIRA (2012,pág.21).*** Reflete" também conhecida como pesquisa de base, é do caráter não tão profundo e levanta dados e problemas que podem vir a servir de apoio para pesquisas futuras mais avançadas". A pesquisa exploratória foi montada com base em perguntas feitas a gestores do hotel e funcionários do Hotel, além de filtrar e detalhar o trabalho. Os métodos utilizados no trabalho são extremamente importantes para realização com fluidez dos trabalhos e artigos científicos.

**4.RESULTADO DE PESQUISA**

**4.1 Exploração Acadêmica da pesquisa**

O intuito de analisar os impactos do Whatsapp no meio de comunicação do Vila do Farol, antes nós precisamos entender e acrescentar a referência bibliográfica para desenvolvermos a pesquisa exploratória, para chegarmos ao resultado desejado da pesquisa.

Com isso usamos como base de referência bibliográfica o turismo que acarreta aos meios de hospedagens, e assim levam o meio de comunicação a chegar ao ponto estabelecido pelo trabalho, além retirar ideias e sugestões sugeridas por autores pesquisados no trabalho onde desenvolvem um assunto voltado a intervenção do trabalho.

**4.2 Pesquisa de Campo**

A pesquisa exploratória é muito importante para o segmento do trabalho, pois é de suma importância analisar e averiguar, as percepções de terceiros.

Essa pesquisa foi desenvolvida de duas formas, com entrevistas particulares e formulários enviados,onde foram realizadas algumas perguntas, uma delas a pergunta de introdução de cargo e nome da pessoa que irá responder a pergunta, há outras três perguntas que desenvolvem o intuito da pesquisa. A entrevista pessoal foi de maior satisfação, pois Analisa-se como podemos entender todas as percepções além de se pronunciar transformando a entrevista em roda de ideias.

O primeiro entrevistado foi o presidente do Vila do Farol Hotéis e Turismo LTDA, o Sr. Rui Schurmann onde foram feitas as seguintes perguntas : (Sabe-se que a tecnologia é uma facilidade de comunicação vem se aperfeiçoando ao longo dos anos. Hoje são diversas ferramentas que são utilizadas para se comunicar com o cliente, entre elas o Whatsapp. Na sua percepção sobre este canal de comunicação? Você considera como uma ferramenta essencial para o dia a dia do ser humano e para o trabalho no Hotel Vila do Farol?) Sendo sua resposta — Considero essencial para nosso trabalho com o cliente. Pois a maioria das pessoas têm whatsapp e na recepção, a comunicação é primordial. Outra pergunta realizada ao Sr. Rui (Em quais ocasiões é utilizado o Whatsapp no hotel? Quais setores em que ele se torna uma ferramenta essencial de comunicação?). Sua resposta de direito —É utilizado para comunicação com o hóspede e para comunicação com a equipe. No setor de reservas é essencial para a comunicação com o cliente, porém é muito utilizado também nos demais setores. Após essa foi realizada a última pergunta para o presidente sendo ela ( Hoje quais são as principais formas de comunicação com os funcionários dentro da empresa e com os clientes?). Sua resposta foi — E-mail, telefone, WhatsApp e redes sociais. Essa foi a entrevista com o presidente do Vila do Farol, onde deu mais embasamento à pesquisa realizada e defendida. Após a realização da entrevista com o presidente do Vila do Farol, foram realizadas entrevistas com outros colaboradores do hotel, que precisavam responder às mesmas perguntas feitas ao presidente. Após essa entrevista com o Sr. Rui, o próximo entrevistado foi a coordenadora de recepção Elisangela que respondeu às perguntas da seguinte forma –— Considero essencial para nosso trabalho com o cliente. Pois a maioria das pessoas têm whatsapp e na recepção, a comunicação é primordial. Sua resposta para a segunda pergunta foi — Na recepção utilizamos para receber documentos de hóspedes, para entrar em contato com eles quando não se encontram no apartamento e também para manter contato depois do check out. E sua última resposta mas, não menos importante que as outras — na empresa rádio comunicador, com clientes telefone e e-mail. Após a entrevista com a Elisangela, a próxima a participar foi Cristina, coordenadora de reservas onde responde da seguinte forma as perguntas feitas — sim, pois é um dos meios de canal mais utilizado para fechamento de reservas, é conversação com clientes. A seguinte resposta foi — Setor de Reservas para cotações e efetuação de reservas. Entre setores para comunicação interna. Essa foi a seguinte resposta da Cristina Dentro do hotel além do supervisor, há um grupo no whats onde postaram informações relevantes para os colaboradores. Com os clientes temos o telefone/ligação.

O diagnóstico das entrevistas, pode retirar várias situações, como é observado as respostas acima, mas compreende o que cada entrevistado, enxerga o Whatsapp, o presidente olha de uma forma geral, enquanto as coordenadoras relatam sobre o Whatsapp inserido no seu setor.

**5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O diagnóstico a ser observado e interagido com os entrevistados como foi caso de entrevista com a coordenadora de reservas e eventos Cristina que além de responder todas perguntas fez uma demonstração do uso e como pode ser utilizado, como foi uma simples cotação pelo Whatsapp, que é muito mais prático e rápido. Como também foi averiguado com o presidente conseguir identificar e entender todos os seus questionamentos sobre o Whatsapp. Mas há um ponto que foi levantado pela coordenadora de recepção que informou que identifica que o uso do Whatsapp é rápido e eficiente, mas também fez uma colocação onde o Whatsapp transparece informalidade.

O contexto voltado ao Whatsapp, mostra um avanço tecnológico na empresa, que facilitou a venda e comunicação com o cliente, para realizar uma venda no hotel, o processo de abordagem, o processo de execução, e a conclusão da conversa pelo Whatsapp é muito mais rápido, além do Whatsapp fornece um novo método para execução de pagamentos, esse método fornecido pelo Whatsapp transforma o Whatsapp ainda mais rápido na comunicação com o cliente, o Whatsapp é muito versátil, com essa atualização faz com que não precise utilizar mais e-mails, depósitos bancários, e pix. O Whatsapp deixou simples para qualquer central de reservas, que utiliza diariamente.

A observação e reflexão que é retirada do Whatsapp são de várias maneiras como a utilidade que a ferramenta traz para um hotel ou qualquer meio de comunicação, hoje em dia, o Whatsapp faz parte de qualquer empresa, e em especial nos meios de comunicação.

**6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

*ARAÚJO Ronaldo Ferreira* ***Mídias Sociais e Comunicação: Análise Altimétrica em Artigos de Periódicos da Ciência da Informação.****2015.Disponível em:*

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=comunica%C3%A7%C3%A3o+artigos&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D2C1ZU33fFEIJ>*.*

*Acesso em: 18.ago.2021*

*COOPER Chris, FLETCHER John,FYALL* *Alan, GILBERT David,WANHILL Stephen* ***Turismo: Princípios e Práticas.*** *2000.Disponível em:*

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=turismo+princ%C3%ADpios+e+pr%C3%A1ticas&oq=Turismo+princi#d=gs_qabs&u=%23p%3D9_gr4w17UYsJ>

*Acesso em: 08.ago.2021*

*GIL Antônio Carlos* ***Como elaborar projetos de pesquisa.*** *3.ed. Belo Horizonte Editora Atlas S.A 1991.101 p. Disponível em:*

[*https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\_sdt=0%2C5&q=como+elaborar+um+projetos+de+pesquisa+&btnG=#d=gs\_qabs&u=%23p%3D7tzX9c6vQQwJ*](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=como+elaborar+um+projetos+de+pesquisa+&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D7tzX9c6vQQwJ)

*Acesso em: 05 set.2021*

*FILHO Luiz Mendes,SILVA Marcela Martins* ***Intenção de uso de Comentários de Viagem Online na escolha de um Meio de Hospedagens: Fatores Influenciadores.*** *2014.Disponível em:*

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=meio+de+hospedagem+artigos&oq=mei#d=gs_qabs&u=%23p%3Dnz51KBduxMcJ>*.*

*Acesso em: 15.ago.2021*

*MALHEIRO Alexandra,SOUSA Bruno,FERREIRA Luís.****Compreender o papel das redes sociais no comportamento do consumidor: a perspetiva do setor hoteleiro na região norte****.2019.Disponível em:*

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=uso+da+rede+social+nas+empresas+hoteleiras&oq=uso+da+rede+social+nas+empresas+h#d=gs_qabs&u=%23p%3DnCml4Vm69TcJ>

*Acesso em:20.ago.2021*

*NETTO Antônio Panosso* ***O que é Turismo.****2017.disponível**em:*

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\_sdt=0%2C5&q=Turismo++o+que+%C3%A9+&oq=#d=gs\_qabs&u=%23p%3Derv-OAONMl4J

*Acesso em : 08.ago.2021*

*OLIVEIRA Maria Esther de Araújo* ***Comunicação como Influência na qualidade dos serviços hoteleiros.****2002.Disponível em:*

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=comunica%C3%A7%C3%A3o+de+equipes+hoteleiras&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DdgcZ9hnxMv4J> *Acesso em: 18.ago.2021*

*RIBEIRO Suzana Xavier* ***Gestão estratégica da comunicação na pequena empresa hoteleira.****2011.Disponível em:*

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=comunica%C3%A7%C3%A3o+de+equipes+hoteleiras&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dg6aey2Mcn2sJ> *Acesso em:18 ago.2021*

*VIANA Priscila**Tatiane Pereira.****Percepção* *de qualidade dos hóspedes de um Resort Localizado na Ilha de Santa Catarina a partir da reputação online no site Tripadvisor.com.****2017.Disponível em:*

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=meio+de+hospedagem+em+Santa+Catarina+artigos&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DuTW2vXOaQ-sJ>. *Acesso em:15.ago.2021*