

META-HOSPITALIDADE E *EXPERIENCESCAPE*: CASO RADIX

Dr^a Elizabeth Kyoko Wada (orientadora); Patricia Oliveira Garcia; Dr Paulo Sérgio de Oliveira

Universidade Anhembi Morumbi
PPG em Hospitalidade, campus Mooca
patricia.o.garcia@animaeducacao.com.br

Introdução

À dificuldade de atração de jovens para atuarem no mercado de luxo, se soma a existência de um abismo socioeconômico e cultural entre as duas partes na dimensão comercial da hospitalidade. Assim, quatro agências de viagens e alguns patrocinadores, do segmento de turismo de luxo, reuniram recursos com objetivo de investigar a falta de interesse dos entrantes no mercado de trabalho, bem como oferecer uma capacitação profissional para esses indivíduos, de forma a atender as expectativas dos clientes desse mercado de luxo.

Da união dessas empresas nasceu a organização RADIX, que ficou responsável por desenvolver e operacionalizar a capacitação. O objetivo do experimento foi estruturar uma relação de conteúdos técnicos, baseados na hospitalidade e na meta-hospitalidade, que possam fornecer informações relevantes para quem busca iniciar uma carreira.

Objetivos

Investigar a falta de interesse dos entrantes no mercado de trabalho, bem como oferecer uma capacitação profissional para esses indivíduos, de forma a atender as expectativas dos clientes desse mercado de luxo.

Estruturar uma relação de conteúdos técnicos, baseados na hospitalidade e na meta-hospitalidade, que possam fornecer informações relevantes para quem busca iniciar uma carreira.

Metodologia

Pesquisa qualitativa realizada por meio de observação participativa, revisão bibliográfica, aplicação de entrevistas em profundidade para coleta de dados.

Resultados

Lugosi (2008) e Lynch et al (2021), Pizam e Tasci (2018) indicam a necessidade de direcionamento do foco de estudos e pesquisas para além da relação anfitrião-hóspede, atribuindo a delegando poder para demais *stakeholders*. No experimento realizado, os contratantes do projeto assumiram papel de anfitriões dos novos empregados, que são seus “hóspedes”. Essa hospitalidade estendida aos entrantes aparece como um meio para o alcance de um fim, pois o objetivo final da interação é o reconhecimento do outro como um semelhante seu, capaz de bem acolher e atender os clientes do mercado de luxo, assim como eles mesmos fariam, e como um semelhante, ao mesmo tempo, dos clientes dessas empresas. E se essa dinâmica funcionar e a resposta final do experimento for positiva, será possível constatar que os empregados das agências de viagens serão capazes de demonstrar generosidade e bondade, entre outras virtudes, em seus atendimentos, ao mesmo tempo em que a clientela do segmento de luxo se sentirá genuinamente bem acolhida por eles (TELFER, 2004, p.77), participando de uma experiência de hospitalidade mais completa, abrangente, *multistakeholder* e multidisciplinar.

Conclusões

Partindo de conceitos resultantes de pesquisas da linha anglo-saxã dos estudos de hospitalidade, ousamos apresentar a realização de um experimento empírico, que por ainda estar em andamento, não apresenta possibilidade de conclusão.

O experimento consiste na promoção de desenvolvimento de habilidades técnicas, conativas e comportamentais desses empregados em dois momentos ao longo do ano de 2023.

No entanto, já é possível afirmar que a realização de tal experimento empírico visa corroborar com os estudos realizados por Pizam e Tasci (2018) sobre *experiencescape*, a partir de uma vivência prática no segmento de turismo de luxo.

Bibliografia

- LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (org.). **Em busca da hospitalidade**. Perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004, p. 1-24.
- LUGOSI, P. Hospitality spaces, hospitable moments: Consumer encounters and affective experiences in commercial settings. **Journal of Foodservice**, v. 19, n. 2, p. 139-149, 2008.
- LUGOSI, P. Developing and publishing interdisciplinary research: Creating dialogue, taking risk. **Hospitality & Society**, v. 10, n. 2, p. 217-30, 2020.
- PIZAM, Abraham; TASCI, Asli DA. Experiencescape: expanding the concept of servicescape with a multi-stakeholder and multi-disciplinary approach (invited paper for ‘luminaries’ special issue of International Journal of Hospitality Management). **International Journal of Hospitality Management**, v. 76, p. 25-37, 2018.

