

META-HOSPITALIDADE E MERCADO DE LUXO: ESTUDO EXPLORATÓRIO NA HOTELARIA



Fabíola T. Campos; Alan A. Guizi; Elizabeth K. Wada
Universidade Anhembi Morumbi
Mestrado em Hospitalidade, campus Mooca
E-mail do orientador: alan.guizi@ulife.com.br

Introdução

- O termo "hospitalidade" tem raízes no latim e no grego, vinculando-se ao ato de receber e acolher o outro (CAMARGO, 2021; GRASSI, 2011).
- Trata-se de uma interação humanizada, em que o anfitrião oferece parte de si por meio de gestos, e o convidado aceita essa oferta de forma receptiva (CAMARGO, 2004; GOTMAN, 2009; PERROT, 2011).
- Na esfera das relações humanas, a hospitalidade é um princípio ético que incentiva o acolhimento, o calor humano e a receptividade, manifestando-se em diversos contextos sociais, sejam eles domésticos, comerciais ou em interações sociais mais amplas (CAMARGO, 2015; SELWYN, 2000).
- No luxo, essa oferta vai além do objetivo econômico, configurando-se como um novo modelo de experiência cultural e relacional.
- Lugosi (2008) defende que a verdadeira excelência em hospitalidade está na habilidade de compreender e satisfazer as necessidades emocionais dos clientes, que vão além das trocas instrumentais de hospitalidade, alcançando o que chama de meta-hospitalidade (figura 1).



Figura 1: Formas e manifestações de hospitalidade
Fonte: Adaptado de Lugosi, 2008

- Esse tipo de interação, pautado pela empatia, é crucial para criar uma vivência marcante e personalizada, característica essencial no segmento de luxo.

Objetivos

Compreender os benefícios da inserção da meta-hospitalidade no mercado da hotelaria de luxo.

Metodologia

O presente estudo qualitativo e exploratório, parte dos conceitos de meta-hospitalidade tratados anteriormente para compreender os benefícios de sua inserção no mercado da hotelaria de luxo, sendo este o objetivo geral de estudo. Para isso, adotam-se autores como Lashley e Morrison (2000) e Camargo (2004) para conceituações de hospitalidade em domínio ou espaços comerciais, e como a meta-hospitalidade, conforme Lugosi (2008), estabelece pontes para o estreitamento de laços com foco em transações emocionais, existenciais e descontinuadas. Na seção a seguir, apresentam-se os principais resultados observados.

Resultados

Tendo em vista os conceitos de meta-hospitalidade no contexto de hotelaria de luxo, as ações de recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento, conforme Camargo (2004), visam elevar as relações com o hóspede a uma experiência emocionalmente envolvente e memorável. A personalização e emoção no luxo em empreendimentos hoteleiros buscam criar vínculos emocionais ligados à satisfação e o prazer, refletindo a necessidade de ir além da simples "padronização" e proporcionar experiências únicas e significativas para cada cliente. O acolhimento pensado desde a estética e o *design* do espaço, na apresentação dos serviços desde a gastronomia até o entretenimento, busca estabelecer relações com foco no estreitamento de laços com hóspedes, de modo que tenham durante suas relações com os hotéis um momento memorável de experiências, onde os hotéis de luxo não oferecem apenas um espaço físico, mas uma imersão estética e sensorial, projetada para estimular positivamente os sentidos dos hóspedes. Desse modo, compreender a meta-hospitalidade em atividades de hotelaria de luxo oferece uma visão clara das várias formas em que a hospitalidade se manifesta, visando a criação de experiências que transcendem a funcionalidade e atinge o nível emocional e sensorial.

Conclusões

A meta-hospitalidade se trata de um conceito que visa permitir reflexões pautadas na troca de hospitalidade envolvendo aspectos e transações emocionais, cuja busca por sua inserção em domínio comercial, mais especificamente na hotelaria de luxo, visa o estreitamento de laços com hóspedes e a criação de momentos memoráveis de acolhimento e experiências de serviços. Planejamento de aspectos ligados às experiências sensoriais, de organização e *design* do ambiente e serviços de alta qualidade, pensado aos detalhes, que visam fazer com que o hóspede se sinta em casa e pertencido ao espaço onde está, de modo que tais relações fluam com facilidade e de maneira genuína. Novas reflexões incluindo a temática meta-hospitalidade e hotelaria de luxo são fundamentais, de modo a se aprofundar os conceitos, compreensões e aplicações nessa área, alcançando sua compreensão como aspectos competitivos para este modelo de empreendimento.

Bibliografia

- CAMARGO, L. O. DE L. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, v. XII, n. número especial, p. 42–69, 2015.
- CAMARGO, L. O. L. *Hospitalidade*. São Paulo: ABC do Turismo, 2004.
- CAMARGO, L. O. L. As leis da hospitalidade. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 15, n. 2, p. 1–16, 2021.
- GOTMAN, A. O comércio da hospitalidade é possível? *Revista Hospitalidade*2, v. VI, n. 2, p. 3–27, 2009.
- GRASSI, M. Hospitalidade. Transpor a soleira. In: MONTANDON, A. (Ed.). *Livro da hospitalidade: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2011. p. 45–54.
- PERROT, D. Dádiva. Hospitalidade e reciprocidade. In: MONTANDON, A. (Ed.). *O livro da hospitalidade: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2011. p. 63–72.
- SELWYN, T. An anthropology of hospitality. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Eds.). *In search of hospitality: Theoretical perspectives and debates*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000. p. 18–37.

Agradecimentos

Este estudo conta com bolsa PROSUP/CAPES.