

HOSPITALIDADE NO COMÉRCIO: UMA ANÁLISE DE DESEMPENHO SOCIOECONÔMICO

Laryssa Carvalho Silva de Lima, Roseane Barcellos Marques (Dra)

Universidade Anhembi Morumbi

Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade,
Campus Mooca, roseane.marques@ulife.com.br



Introdução

A hospitalidade vai além de simples gestos de acolhimento, sendo um valor profundamente enraizado nas dimensões culturais, sociais e históricas das interações humanas. Ao longo da história, o conceito de hospitalidade se manifestou de diferentes formas em diversas culturas, adaptando-se conforme as transformações sociais, econômicas e culturais. No cenário contemporâneo, especialmente no setor varejista, a hospitalidade assume um papel central, não apenas nas relações interpessoais, mas também como uma estratégia essencial para criar experiências significativas e fidelizar os clientes. A globalização e a crescente diversidade cultural no mercado varejista exigem uma abordagem mais profunda da hospitalidade, que, hoje, é considerada um diferencial competitivo importante para as empresas. No Brasil, um país marcado por sua grande diversidade cultural, as práticas de acolhimento se entrelaçam com as influências de diferentes tradições, como as indígenas, africanas e europeias, criando um ambiente único de constante troca cultural. Assim, a hospitalidade no varejo não se limita a um simples atendimento, mas se expande para uma estratégia que envolve entender e respeitar as diversas culturas, oferecendo um atendimento personalizado que gera satisfação e fidelização dos consumidores.

Objetivos

O objetivo é fornecer insights práticos para empresas que desejam se destacar pela excelência no atendimento e criar relações duradouras com seus clientes. Mas também temos objetivos mais precisos como:

- Analisar como as práticas de hospitalidade são implementadas nas operações do setor varejista no Brasil.
- Avaliar a relação entre hospitalidade e desempenho socioeconômico das empresas.
- Identificar elementos da hospitalidade mais valorizados pelos consumidores nas interações com o varejo.
- Examinar como a hospitalidade pode ser um diferencial competitivo no contexto da modernização do varejo e diversidade cultural.

Metodologia

A metodologia deste estudo adota uma abordagem de métodos mistos, combinando métodos qualitativos e quantitativos para analisar a hospitalidade no varejo. O método quantitativo será usado para identificar padrões através de dados numéricos, enquanto o método qualitativo explorará as experiências dos participantes. Será utilizado o design concomitante, em que as abordagens qualitativa e quantitativa ocorrem simultaneamente.

Na primeira fase, será realizada uma revisão bibliográfica sobre hospitalidade, varejo e desempenho das empresas. Na segunda fase, serão feitas entrevistas com gerentes de estabelecimentos varejistas e aplicados questionários a consumidores, especialmente turistas. A análise qualitativa será feita com o software NVivo 2000, e os dados quantitativos serão tratados com Excel e Power BI. A integração dos resultados das duas abordagens fornecerá uma visão completa sobre o impacto da hospitalidade no varejo.

Resultados

Os resultados esperados desta pesquisa visam compreender o impacto das práticas de hospitalidade no setor varejista, especialmente na experiência do cliente e na fidelização. A pesquisa identificará os principais elementos da hospitalidade que influenciam a satisfação e o comportamento de compra dos consumidores. Além disso, oferecerá recomendações práticas para empresas varejistas implementarem uma cultura de hospitalidade eficaz, o que pode melhorar o atendimento ao cliente, aumentar a lealdade e fortalecer a marca. Esses insights podem, ainda, impactar positivamente o desempenho das empresas, promovendo maior rentabilidade e criando relações duradouras com os clientes.



através disso vemos que por ser uma cidade turística temos como foco buscar trazer para os comerciantes a importância da hospitalidade nesse meio e assim investigar como essas práticas podem se tornar um diferencial competitivo, impactando diretamente o desempenho das empresas na cidade. Espera-se que, ao longo do estudo, seja possível identificar a importância da hospitalidade para o sucesso dos negócios locais, especialmente em um contexto culturalmente rico e diversificado, como o de Embu das Artes.



Conclusão

Este projeto busca investigar o impacto das práticas de hospitalidade no desempenho socioeconômico das empresas do setor varejista, focando na experiência do cliente e fidelização. A pesquisa usará métodos mistos, combinando dados qualitativos (entrevistas) e quantitativos (questionários) para entender como elementos como acolhimento e atendimento personalizado influenciam a satisfação e o comportamento de compra dos consumidores. Os resultados fornecerão recomendações práticas para os varejistas implementarem estratégias eficazes de hospitalidade, melhorando a experiência do cliente, a lealdade e, conseqüentemente, o desempenho econômico das empresas. O estudo contribuirá também para a literatura acadêmica sobre hospitalidade no varejo.

Bibliografia

- ALMEIDA, M. V. Matriz de avaliação do potencial turístico. *Revista Turismo em Análise*, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 541–563, 2009.
- ALVES, C.; MARQUES, R. Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Buenos Aires, v. 4, p. 290–311, 2019.
- BENI, M. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 2006.
- BLAIN, M.; LASHLEY, C. Hospitableness: the new service metaphor? *Research in Hospitality Management*, Grahamstown, v. 4, n. 1-2, p. 1–8, 2014.
- CRESWELL, J. W. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods*. California: Sage, 2013.
- CAMARGO, L. O. D. L. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. 12, p. 42–69, 2015.
- LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. J. *Hospitality: A Social Lens*. Oxford: Elsevier, 2007.
- BROTHERTON, B. Towards a definitive view of the nature of hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Bradford, v. 11, n. 4, p. 165–173, 1999.
- MORRISON, A.; O'GORMAN, K. *The Sociology of Hospitality*. Oxford: Elsevier, 2008.
- TELFER, E. Hospitableness. *Philosophical Papers*, Grahamstown, v. 24, n. 3, p. 183–196, 1995.
- YIN, R. K. *Estudos de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Agradecimentos

O presente trabalho foi contemplado pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Sob o protocolo 7329, com o título *Hospitalidade e Desempenho do Varejo de Serviços*, na linha de pesquisa *Hospitalidade e Competitividade em Serviço*, pertencente à grande área de *Ciências Sociais Aplicadas*.