



# XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

“ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL”

## Orientação ao cliente na hotelaria: mapeamento da produção científica

Thais Bandinelli Vargas Lopes de Oliveira<sup>1</sup>

Ana Paula Lisboa Sohn<sup>2</sup>

Pablo Flôres Limberger<sup>3</sup>

### Resumo

A busca por melhores práticas competitivas tem feito os hotéis adotarem estratégias para diferenciar seus serviços e a orientação ao cliente é uma delas. O presente artigo tem como objetivo realizar um mapeamento da produção científica sobre a orientação ao cliente (OC) na hotelaria, com intuito de identificar as abordagens mais relevantes e tópicos de futuro interesse ligados à temática. Para tanto foi realizada uma análise bibliométrica das publicações indexadas nas bases Scopus e Web of Science com o auxílio da interface Biblioshiny do software RStudio. A pesquisa utilizou os termos customer orient\*, customer orientation e hotel\* com uma estratégia de busca adaptada a cada base, considerando apenas artigos científicos publicados em revistas acadêmicas. O estudo levantou um total de 253 artigos, de 107 revistas acadêmicas, 550 autores, 41 países, 486 palavras-chave e 18.603 referências. Observou-se destacada produção chinesa e americana, tendo o International Journal of Hospitality Management como periódico com maior produção e fator de impacto dentro da temática. Notável também o interesse progressivo na pesquisa sobre orientação do cliente no ramo hoteleiro, com estudos como os de Grisseman et al. (2013), Karatepe et al. (2006), Tajeddini (2010) e Zhou et al. (2007, 2009) sendo alguns dos mais representativos dentro da produção mapeada. Como principal contribuição desse estudo, o mapeamento dos temas de destaque demonstrou que o papel de mediação ou o impacto da OC relacionado aos atributos, comportamentos e desempenho dos funcionários, ao apoio organizacional e ações de liderança, à performance organizacional, atributos ambientais e estratégia competitiva, de marketing, gestão e inovação foram os tópicos mais pesquisados. A relação entre OC, capacidade de inovação e responsabilidade social corporativa, ao enxergar também a performance social além da financeira e humana, bem como o entendimento da OC enquanto meio para o alcance da vantagem competitiva sustentável das empresas hoteleiras e o papel das novas tecnologias nesse processo são temas emergentes e que potencializam futuras pesquisas.

**Palavras-chave:** orientação ao cliente; centralidade no cliente; hotelaria; bibliometria.

<sup>1</sup> Mestranda em Turismo e Hotelaria (PPGTH/UNIVALI), Administradora, Especialista em Gestão Hoteleira. Pesquisadora e bolsista do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da UNIVALI. <http://lattes.cnpq.br/7049726922853972>. E-mail: tbvloliveira@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina, Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí UNIVALI. <http://lattes.cnpq.br/4002119166037235>. E-mail: anasohn@univali.br

<sup>3</sup> Doutor em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, pesquisador e professor do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da UNIVALI. <http://lattes.cnpq.br/3893934127523780>. E-mail: pablofl@univali.br