



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"

Percepção de experiência de hospitalidade entre hóspedes de um *resort*: uma análise multigrupo com hóspedes de baixa e alta renda

Carlos Alberto Alves¹
Auhana Nardini Margutti²

Resumo

O objetivo desta pesquisa é o de investigar se a experiência da hospitalidade pode ser percebida com intensidade diferente entre pessoas de alta e baixa renda. Entende-se aqui que alta e baixa renda, não se refere a um estado social do indivíduo, mas apenas a divisão de uma amostra que se hospeda em um *resort* durante as férias, em dois grupos distintos para fins estatísticos. Esta é uma pesquisa de caráter descritivo com a utilização de modelagem de equações estruturais e análise multigrupo. Um survey foi realizado com hóspedes de um *resort* de águas termais e uma amostra com 268 participantes foi obtida e dividida em dois grupos distintos (baixa renda e alta renda) para fins de análises. Os resultados mostraram que os dois grupos de hóspedes (baixa e alta renda) percebem a hospitalidade da mesma forma, mas o grupo de baixa renda tem uma percepção mais forte de hospitalidade do que o grupo de baixa renda e sua intenção comportamental (intenção de retorno e comunicação boca-a-boca) é mais saliente do que o grupo de alta renda. Por se tratar ainda de um estudo piloto esta pesquisa possui ainda várias limitações, a primeira delas é o tamanho da amostra, pois se considera ideal que a amostra final possua no mínimo o dobro de elementos da coleta atual. De forma geral, a principal implicação desta pesquisa, reside no fato de comprovar empiricamente a relação do construto hospitalidade que é um construto relacional com outros construtos comportamentais. De forma prática, recomenda-se aos gestores de *resorts* uma atenção especial com relação a hospitalidade e hóspedes com poder aquisitivo menor e principalmente quando se trata da primeira visita ao *resort*. Outra recomendação é a de que os gestores devem selecionar o seu staff com perfis psicológicos que se enquadrem nas dimensões do construto de hospitalidade. Esta pesquisa possui originalidade no sentido de que poucos trabalhos procuram relacionar o construto de hospitalidade com outros construtos comportamentais como os mostrados neste trabalho de pesquisa.

Palavras-chave: Hospitalidade; Emoções, Experiência, Intenção comportamental.

¹Doutor em Administração. Professor do PPGH da Universidade Anhembi Morumbi. <http://lattes.cnpq.br/9085019105914550>. E-mail: calves761@gmail.com

²Mestra em Hospitalidade. Doutoranda no PPGH da Universidade Anhembi Morumbi. <http://lattes.cnpq.br/8638577538429465>. E-mail: auhana.nardini@yahoo.com.br