



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"

Tendências Inovadoras de Marketing nos Meios de Hospedagem

Rosângela Carmelita Pessoa Moreno¹

Eliana Andréa Severo²

Elizabeth Kyoko Wada³

Simone Ruchdi Barakat⁴

Resumo

As expectativas do consumo da atividade turística e os estímulos utilizados no esforço de venda dos produtos e serviços, se concretizam com a vivência das experiências na prática do turismo. O desafio é a compreensão das tendências de comportamento do consumidor que interfiram na decisão de escolha e compra dos destinos e equipamentos turísticos. A intangibilidade da atividade demonstra que a prática da hospitalidade tem caráter emocional, revelando a sensibilidade das inovações e incentivando a utilização da tecnologia da informação e comunicação com características humanizadas. Assim, a análise da literatura sobre inovação, marketing e hospitalidade, instiga este estudo que tem como objetivo geral analisar as tendências de inovação nas estratégias de marketing utilizadas pelos meios de hospedagem do Brasil. A metodologia utilizada foi uma pesquisa qualitativa e exploratória por meio de estudo de casos múltiplos aplicados em cinco administradoras hoteleiras. Como resultados encontrados, a pesquisa identificou diferenciais inovadores nos produtos e processos, no âmbito estrutural e comportamental conforme as gerações, verificadas expectativas e demonstração das experiências vividas. Pensar as marcas conforme interesses das gerações futuras, foi vista como oportunidade de formulação da estratégia para acerto da oferta, além de facilitar a comunicação, a atração, satisfação e retenção do visitante. Além de destacar a inquietação no mercado, em virtude das constantes mudanças promovidas, e influenciadas pela tecnologia da informação e comunicação (TIC'S). Como contribuições relevantes, se destacam a preocupação pelo entendimento das características do decisor de compra, segmentado conforme as gerações; a importância dos programas de fidelidade, pela preocupação com o benefício direto ao hóspede e o correto direcionamento da reserva; a preocupação com as práticas sustentáveis utilizadas pelos meios de hospedagem; a importância da distribuição digital através das agências de viagem *on line* (OTA'S), estas vistas como indispensáveis na geração de demanda para os meios de hospedagem, e a aplicabilidade do turismo

¹Mestre em Administração pela Universidade Potiguar. Professora da Universidade Potiguar. <http://lattes.cnpq.br/4944725083233673>. E.mail: rosangela.moreno@unp.br.

²Pós-Doutora em Administração pela Universidade de Caxias do Sul, UCS. Doutora em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS, e pela UCS. Mestrado em Administração pela UCS. <http://lattes.cnpq.br/0272640518459010>. E.mail: eliana.severo@unp.br

³Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Diretora de Pós-Graduação Stricto Sensu, Coordenadora do Programa de Mestrado em Hospitalidade e Diretora da Escola de Turismo e Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. Brasil. <http://lattes.cnpq.br/4904816535433696>. E-mail: elwada@anhembi.br.

⁴Doutora e Mestre em Administração pela FEA/USP. Professora de Pós Graduação na Universidade Anhembi Morumbi. <http://lattes.cnpq.br/3825475026474241>. simonebarakat@gmail.com.



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"

colaborativo, como estratégia de distribuição, oportunidade de mudança social e vantagem competitiva.

Palavras-chave: Meios de Hospedagem; Inovação; Marketing; Hotelaria; Estratégia.