XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Hospitalidade, *hospitableness* e desempenho da empresa em Aparecida/SP

Rebeca Salles[1]
Roseane Barcellos Marques[2]
Auhana Nardini[3]
Lais Antunes[4]

Resumo
As relações interpessoais inerentes à hospitalidade aproximam o anfitrião e o cliente nas atividades comerciais e dependendo do grau destas relações são estabelecidos compromissos entre as partes gerando um diferencial competitivo. A busca por diferenciais competitivos por meio da hospitalidade faz com que tais anfitriões preparem um conjunto de atividades que propicie um encontro hospitaleiro. A perspectiva do bom samaritano, inerente ao catolicismo, confere pressupor que as características hospitaleiras em Aparecida/SP estejam enraizadas na cultura de sua sociedade e que, portanto, os serviços oferecidos aos visitantes/clientes apresentem os traços de personalidade condizentes com a hospitalidade capazes de resultarem em diferenciais competitivos ao desempenho das atividades comerciais. Esta pesquisa tem como principal objetivo investigar a percepção dos anfitriões das atividades comerciais do município de Aparecida, em São Paulo, em relação às afirmativas a respeito dos conceitos de hospitalidade, características hospitaleiras (*hospitableness*) e desempenho das empresas. Foram analisados os resultados da pesquisa com 59 estabelecimentos comerciais, no ramo de vestuário, calçados, *souvenirs*, eletrônicos, entre outros selecionados de forma aleatória, localizados na área central do município. A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de maio e agosto de 2018 com os responsáveis pela gestão dos estabelecimentos no momento da pesquisa, dentre eles há gerentes, proprietários e vendedores. O questionário aplicado foi elaborado com base nas escalas de Blain, Lashley (2014), Dawson et al. (2011), Henning-Thurau (2004), Grissemann, Planka and Brunner-Sperdin (2013), Li Huang and Tsai (2008) e O'Sullivan and Abela (2007). Embora sejam escalas existentes, as afirmativas foram traduzidas e adaptadas ao contexto brasileiro. As respostas foram analisadas por meio do programa da *Microsoft, Excel 2017*, com o objetivo de efetuar uma análise estatística descritiva para identificar a percepção dos anfitriões com relação às afirmativas de cada constructo. Foi possível constatar que a hospitalidade e as características hospitaleiras são fatores relevantes no contexto comercial em Aparecida.

Palavras-chave: Hospitalidade; Características hospitaleiras (*hospitableness*); Desempenho da firma (*firm performance*).

[1] Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade na Universidade Anhembi Morumbi. Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7027172747362171. E-mail: rebecaeve@gmail.com.
[2] Doutora em Administração Pública e Governo pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP). Professora na Universidade Anhembi Morumbi/Laureate International Universities. Membro do grupo de pesquisa: Hospitalidade na competitividade em serviços. Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7646561918886612. E-mail: roseanebmarques@yahoo.com.br
[3] Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade na Universidade Anhembi Morumbi. Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/8638577538429465. E-mail: auhana.nardini@yahoo.com.br.
[4] Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade na Universidade Anhembi Morumbi. Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/3144258212728128. E-mail: laisfurtado@gmail.com.