



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

HOSPITALIDADE, SISTEMAS E VIAGENS DE INCENTIVO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

EDUARDO LIBRACH BUCKUP

GRUPO LAUREATE - ANHEMBI MORUMBI/FMU

ELIZABETH KYOKO WADA

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

ROSEANE BARCELLOS MARQUES

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimento à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa de pesquisa concedida.

HOSPITALIDADE, SISTEMAS E VIAGENS DE INCENTIVO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Introdução

A hospitalidade é fundamental para o bom relacionamento das empresas com seus parceiros no segmento de viagens de incentivo. Um personagem de extrema importância é o premiado dessas viagens que é motivado e fidelizado pela organização e garante uma melhoria no relacionamento pessoal, comercial e maiores lucros para a empresa. Partindo deste pressuposto, os sistemas são necessários para um melhor gerenciamento de produtos e serviços, criar ordem, controle e facilitar o convívio entre as pessoas.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Este artigo tem como objetivo analisar a produção científica da temática hospitalidade, sistemas e viagens de incentivo e apresentar uma revisão sistemática da literatura abordando esses temas. Ao elaborar a revisão sistemática, os objetivos específicos são; (1) analisar quais artigos se relacionam com os três temas do estudo; (2) listar quais palavras chave são utilizadas nos artigos e se têm relação direta com os temas; e (3) detalhar os procedimentos metodológicos das pesquisas e quais são as abordagens mais utilizadas.

Fundamentação Teórica

As bases teóricas desse artigo partem de conceitos propostos principalmente por Lashley & Morrison (2000, 2004), mas também Camargo (2003), Stefanini, Alves & Marques (2018) e Dias (2004) sobre a hospitalidade. Em relação à sistemas, foram utilizados conceitos propostos por Churchman (1972), Beni (1990), Dekkers (2017), Wood (2004), Kaufmann (2012) e Gala (2020) e sobre viagens de incentivo foram utilizados autores como Ansarah (1999), Hue (1992) e associações e órgãos como AMPRO (Associação de Marketing Promocional), MTur (Ministério do Turismo) e IRF (Incentive Research Foundation).

Discussão

Existe uma relação interessante dos principais conceitos de hospitalidade com os sistemas e buscou-se unir o setor de turismo, especificamente viagens de incentivo, para desvendar se esses temas já foram base de outros estudos por diferentes autores. Como metodologia, foram selecionados estudos a partir da base de dados científica Periódicos CAPES, por meio de palavras chave em inglês que abrangem a temática: "hospitality", "system" e "incentive travel". O resultado da primeira pesquisa foi encontrado 29 artigos e foram selecionados e analisados um total de 20 publicações.

Conclusão

Após análise dos artigos, pode-se concluir que não foram encontradas publicações que entrelacem os três temas conjuntamente abordando conceitos de hospitalidade ou o setor de hospitalidade e com a teoria geral de sistemas, porém todos os estudos recorrem a no mínimo um ou dois temas chave desta pesquisa. Os objetivos específicos desse estudo levantados no início da pesquisa foram confirmados parcialmente, porém todos os artigos continham palavras chave em relação direta com pelo menos um dos temas proposto.

Referências Bibliográficas

Lashley, C., & Morrison, A. J. (2000). In search of Hospitality: theoretical perspectives and debates. Butterworth-Heinemann. Ansarah, M. G. D. R. (1999). Turismo: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 13-33. Churchman, C. W. (1972). Introdução à teoria dos sistemas. São Paulo: Vozes.



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

Dekkers, R. (2017). Basic Concepts of Systems Theories. In Applied Systems Theory (pp. 15-39). Springer, Cham. Hue, J. F. L. (1992). Viagem de incentivo: uma poderosa ferramenta de Marketing. Revista de Administração de Empresas, 32, 6-15.