

# LA ECONOMÍA EMPRESARIAL. APORTACIONES CIENTÍFICAS PARA SU DESARROLLO

---

LIBRO DE RESÚMENES DEL XXII SEMINARIO HISPANO  
LUSO DE ECONOMÍA EMPRESARIAL

FACULTADE DE CC EMPRESARIAIS E TURISMO  
UNIVERSIDADE DE VIGO  
5 y 6 de noviembre de 2020

Universidade de Vigo



Cibecem



Editores: Noelia Araújo Vila y Jose A. Fraiz Brea

ISBN: 978-84-09-25122-3

Ourense 2020

Tipo: No comercial

Queda prohibida toda reproducción de la obra o partes de la misma por cualquier medio sin la preceptiva autorización previa.

## 34

## O PAPEL DO MARKETING INTERNO NA QUALIDADE DO SERVIÇO E SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Mónica Oliveira, Pedro Liberato, Dália Liberato

O objetivo desta investigação é avaliar o impacto do Marketing Interno no comportamento dos colaboradores da hotelaria e a sua repercussão na qualidade do serviço e satisfação do cliente. O marketing interno é uma abordagem de marketing estratégico, em crescimento, que envolve os colaboradores como clientes internos para melhorar o desempenho das organizações e aumentar a sua competitividade e valores estratégicos. Esta investigação pretende apresentar uma abordagem aprofundada do Marketing Interno (MI) no setor da hotelaria em Portugal e a sua influência na satisfação do consumidor, analisando a influência da adoção de marketing interno na gestão da hotelaria, na satisfação e motivação dos colaboradores e também na satisfação do cliente. Este estudo pretende introduzir uma nova perspetiva do MI nos Serviços de Hotelaria, tendo em vista, numa primeira

fase, estudar e aplicar o MI na Gestão do setor da Hotelaria, e numa segunda fase, propor ferramentas e informações fundamentadas com vista à gestão estratégica e tomada de decisões devidamente informadas. Para tal, este estudo averigua como o MI pode alcançar a realização e capacitação dos colaboradores em contacto com os clientes, e como o MI pode ter controlo sobre a satisfação, motivação e fidelização dos colaboradores, mas também sobre a satisfação do consumidor. Esta investigação pretende ainda debater implicações críticas para a gestão hoteleira.

**Palavras chave:** Satisfação dos colaboradores, Desempenho dos Colaboradores, Marketing Interno, Qualidade do Serviço, Satisfação.