

Hospitalidade, capital social e vantagem competitiva

Área das Ciências Sociais Aplicadas/Turismo e Hospitalidade.

Dra. Roseane Barcellos Marques

Universidade Anhembi Morumbi

Programa de Pós-graduação em Hospitalidade, Campus Mooca

e-mail: roseane.marques@animaeducacao.com.br.

Introdução

A junção dos termos hospitalidade, turismo e capital social na literatura tem como ponto de intersecção o fato de serem áreas de estudos cujo foco é a interação humana centrada na concepção do sentido de uma ação social. O anfitrião que se prepara para bem receber, o viajante que prepara sua viagem e a confiança que se estabelece entre pessoas desconhecidas em plataformas digitais como, por exemplo, uma busca pelo melhor restaurante numa localidade, são exemplos de ações planejadas, ou em curso, entre membros de uma sociedade. No que se refere à teoria do capital social e às raízes sociológicas e filosóficas está o funcionalismo, no contexto das instituições que participam da construção do capital social, e o estruturalismo que oferecem as estruturas necessárias para o desenvolvimento do relacionamento entre os participantes desta construção (HIGGINS, 2005). Os autores clássicos como Marx (1818-1883), Durkheim (1858-1917) e Weber (1864-1920) criaram o alicerce filosófico e sociológico para melhor compreender a sociedade e o formato das relações que se estabelecem em seu ínterim. A criação de capital relacional, cognitivo e estrutural que formam as dimensões do capital social segundo Nahapiet e Ghoshal (1998) entre os membros de um determinado grupo social ocorre por meio da convivência entre eles, ou seja, das relações que se estabelecem no contexto deste grupo. O problema de pesquisa para esta revisão sistemática da literatura é: **Quais as características estruturais da literatura que discutiu a teoria do “capital social”, o turismo e a hospitalidade?** O objetivo deste artigo, contudo, é analisar sistematicamente a literatura e possibilitar novos estudos.

Objetivo

- Analisar sistematicamente a literatura e possibilitar novos estudos.

Metodologia

A revisão sistemática da literatura a respeito do capital social no turismo e na hospitalidade incidiu sobre os artigos publicados. As referências incluídas nesta revisão foram pesquisadas nas bases Scopus, Web of Science e Jstor. As bases foram selecionadas pelo volume de publicações de artigos científicos, “peer reviewed” (revisados por pares), na área das ciências sociais aplicadas, em especial, administração e negócios. O operador booleano “AND” entre os termos da pesquisa foi o mesmo, mas a localização do termo no material de pesquisa foi distinta entre os termos. A expressão utilizada para a pesquisa foi a seguinte: “social capital” AND “hospitality” AND “tourism”. O termo “social capital” na busca avançada foi localizado no “AB=Abstract” em todas as bases participantes desta revisão (Scopus, Web of Science e Jstor), o mesmo não ocorreu com os termos “hospitality” e “tourism”. Os termos “hospitality” e “tourism”, na busca avançada, na base Scopus foram encontrados em “TS=Topic” (título, resumo, palavras-chave do autor e palavra-chave), na Jstor foram localizados em “AF=All Fields” (autor, título, resumo, palavras-chave) e na Web of Science estavam no “TS=Topic” (Título, resumo, palavras-chave do autor e palavras-chave).

Resultados

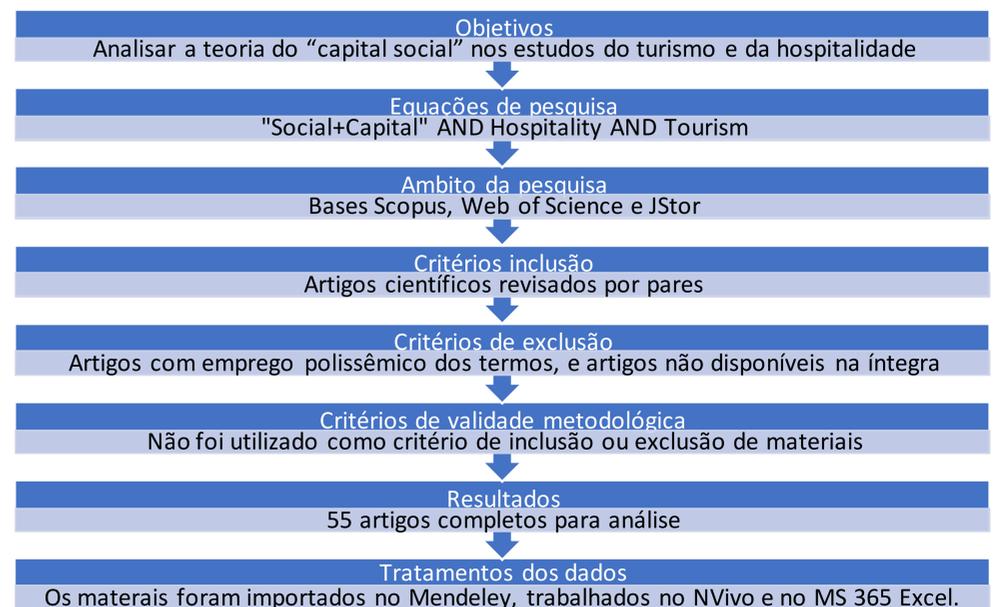


Figura 1: Etapas do processo de revisão sistemática de literatura

Fonte: Adaptado de Gough et al., 2012.

As palavras-chave dos 55 artigos analisados totalizaram 280, dentre elas 8 (oito) termos representaram 31,79% mais frequentes. O termo “Gestão”, frequente em 1,79%, conceitualmente agrega conteúdos como capacidades dinâmicas, desempenho da empresa e vantagem competitiva e esteve tangenciado pelo termo “Inovação” e vice-versa, embora sejam áreas específicas e mantenham desenvolvimento conceitual e científico distintos, nesta revisão da literatura as duas áreas se aproximaram nas investigações.

Conclusões

A revisão sistemática da literatura com o objetivo de responder “quais as características estruturais da literatura que discutiu a teoria do “capital social” o turismo e a hospitalidade?” revelou que os artigos publicados mesmo tratando-se de uma área do conhecimento centrada na sociologia econômica concentraram-se em investigar a interação humana em situações organizacionais. A maioria dos artigos públicos concentrou-se nos últimos cinco anos imputando um aspecto contemporâneo nos estudos com os três termos. Esta característica foi um dos achados da pesquisa porque a teoria do capital social tornou-se expoente na área da sociologia e da administração a partir da década de 1980 o que poderia representar uma redução de sua disseminação científica nos anos mais recentes.

Bibliografia

- Creswell, John W. (2009). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Califórnia: SAGE.
- Dann, G. and Liebman Parrinello, G. (2009) The sociology of tourism: European origins and development. Emerald.
- Gough, David; Homas, James & Oliver, Sandy. (2012). Clarifying differences between review designs and methods. Systematic Reviews, 1:28.
- Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic outcomes. Journal of economic perspectives, 19(1), 33-50.
- Higgins, Silvio Salej. (2005). Fundamentos Teóricos do Capital Social. Chapecó: Argos Ed. Universitária.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. Academy of management review, 23(2), 242-266.

Apoio Financeiro: Instituto Ânima Sociesc de Inovação, Pesquisa e Cultura.

