

HOSPITALIDADE E VAREJO: uma avaliação da hospitalidade e do desempenho socioeconômico no setor varejista

Profa. Dra. Roseane Barcellos Marques

Universidade Anhembi Morumbi
Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade,
Campus Mooca, roseane.marques@ulife.com.br

Introdução

A respeito da comunicação nas organizações e as relações de hospitalidade Goldenberg, Pinotti, Pozo (2016) esclarecem que um site bem estruturado é a chave para a confiabilidade e vantagem competitiva no mercado de serviços e uma comunicação personalizada com os clientes fortalece a relação de hospitalidade.

A integração das práticas de hospitalidade no ambiente empresarial, na maioria dos casos, representa uma inovação do tipo dois schumpeteriano, "Introdução de um novo método de produção" (Schumpeter, 1997), por significar uma conduta diferente na forma como o outro, no papel de cliente ou consumidor, é considerado e percebido na relação empresário-cliente, por analogia à anfitrião-convidado. O empresário anfitrião analogamente pode ser o empresário comercial ou industrial que ao pensar em satisfazer às necessidades do cliente/consumidor prepara seu serviço ou produto conforme a identificação dos elementos constitutivos dessa necessidade. Sobretudo, a necessidade de ser acolhido, recebido, respeitado e ser tratado com justiça em relação aos seus desejos. Desta forma, a pesquisa tem como perspectiva o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) número 12 que é assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor.

Objetivos

Objetivo geral

Investigar o relacionamento entre a Associação Brasileira do Comércio de Artigos para Festa e Correlatos (ASBRAFE) e seus associados para avaliar os impactos socioeconômicos oriundos desta relação nos resultados das empresas.

Objetivos específicos

Investigar as ações de comunicação com os associados;

Analisar as inovações tecnológicas em plataformas digitais de redes sociais pertinentes ao relacionamento de associação e seus associados;

Analisar as práticas de redução de desperdícios de alimentos.

Investigar os impactos socioeconômicos das práticas realizadas aos resultados auferidos pelas empresas sócias.

Metodologia

A pesquisa adotará uma abordagem qualitativa porque empregará diferentes alegações de conhecimento, estratégias de investigação e métodos de coleta e análise de dados com o objetivo de conhecer os processos que possibilitam o relacionamento entre a Associação Brasileira do Comércio de Artigos para Festa e Correlatos (ASBRAFE) e seus associados (Creswell, 1998). O estudo de caso é a estratégia escolhida para esta pesquisa porque para examinar acontecimentos contemporâneos, comportamentos que não podem ser manipulados, as técnicas utilizadas se constituem, na maioria dos casos, por observação direta e série sistemática de entrevistas (Yin, 2005) que serão aplicadas nesta pesquisa para atingir os objetivos propostos. Os dados serão coletados por meio de documentos, registros em arquivos digitais e impressos e entrevistas.



Resultados

A ABRASFE é uma associação, sem fins lucrativos, que representa o setor das lojas especializadas em festas, *candies* e confeitaria no Brasil. O seu principal objetivo é trabalhar pela união e fortalecimento das lojas especializadas em festas e pelo crescimento e profissionalização do setor de artigos para festas como um todo. Oferece aos associados acesso a todos os serviços e benefícios oferecidos para fortalecer a performance da empresa associada. Os associados são constituídos de sócios varejistas que são as lojas especializadas em festas, *candies* e confeitaria que fazem parte da ASBRAFE e utilizam todos os serviços; os sócios apoiadores que são as indústrias, distribuidores e outros parceiros das lojas especializadas em festas, *candies* e confeitaria que apoiam a ASBRAFE no seu trabalho de desenvolvimento e crescimento do mercado e os sócios colaboradores que são os representantes que atendem as lojas especializadas em festas, *candies* e confeitaria e que colaboram com a ASBRAFE no desenvolvimento e crescimento do setor. A pesquisa está em desenvolvimento e os seguintes questionamentos foram enviados à ASBRAFE:

- Em relação ao ODS N. 9 que trata da redução do desperdício de alimento, qual ação a ASBRAFE ou algum associado fez nesse sentido?
- Realizou campanhas de conscientização alertando sobre a importância do planejamento para evitar o desperdício de alimentos em eventos.
- Realizou orientações para doação, incentivando a prática de doação de alimentos que sobram após eventos, ajudando a conectar organizadores com instituições que podem receber essas doações.
- Realizou formação e capacitação na realização de workshops e seminários para capacitar profissionais do setor sobre como minimizar o desperdício em festas e eventos, incluindo boas práticas de planejamento e logística.
- Realizou apoio à práticas sustentáveis como, por exemplo, fomento à adoção de práticas sustentáveis entre os associados, como o uso de fornecedores que adotem técnicas para redução de desperdício e que promovam a sustentabilidade em seus produtos e serviços?
- Realizou diretrizes e melhores práticas no desenvolvimento de orientações e diretrizes para a realização de eventos, com foco na gestão de alimentos, minimizando excessos e promovendo o uso consciente?
- Realizou eventos solidários como, por exemplo, organização de eventos que combinem festas e ações solidárias, onde o foco é arrecadar alimentos ou doá-los, promovendo a conscientização e o engajamento da comunidade?
- Como as inovações tecnológicas, em plataformas digitais de redes sociais, contribuíram/contribuem para estreitar o relacionamento entre a Associação e seus sócios? É possível afirmar que o uso destas tecnologias impacta o desempenho socioeconômico das empresas sócias?

Espera-se que as respostas sejam enviadas, em conjunto, com documentos, imagens e relatórios das ações como forma de atender às atividades desta pesquisa.

Bibliografia

CRESWELL, John W. (2009). **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Califórnia: SAGE.

LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. J. **Hospitality: A Social Lens**. Oxford: Elsevier, 2007

SCHUMPETER, J. A. 1997. **Teoria do desenvolvimento econômico uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultural.

Agradecimentos

Ao INSTITUTO ANIMA SOCIESC DE INOVAÇÃO, PESQUISA E CULTURA, pela bolsa concedida por meio do certame do Edital N° 60/2024.