

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

Dra. Roseane Barcellos Marques <sup>1</sup>

### RESUMO

A hospitalidade é crucial para o desenvolvimento e o desempenho das empresas varejistas e das comunidades em que atuam. A hospitalidade no varejo não apenas influencia a experiência do cliente e a competitividade das empresas, mas também pode impactar diretamente a economia local, a empregabilidade, o desenvolvimento da comunidade e a atração de investimentos e turismo. Empresas varejistas que priorizam a hospitalidade tendem a criar laços mais fortes com sua clientela, contribuindo para uma maior satisfação do cliente, fidelização e consequente impulso nos indicadores de desempenho socioeconômico. Desta forma, a pesquisa se propõe a investigar a presença dos elementos constitutivos de uma relação hospitaleira entre o anfitrião e os clientes na construção dos indicadores socioeconômicos micro e macroeconômicos. Considerando a hospitalidade como uma relação social, a satisfação dos clientes registrada em depoimentos contendo experiências memoráveis e o desempenho econômico e financeiro das empresas aproximam os indicadores sociais e econômicos. A questão de pesquisa orientadora é: Qual é a relação entre hospitalidade, por meio de inovações tecnológicas em plataformas digitais de redes sociais, e o desempenho socioeconômico das empresas? É um estudo de caso único da Associação Brasileira do Comércio de Artigos para Festa e Correlatos (ASBRAFE). Os dados serão coletados por meio de fontes distintas como, por exemplo, documentos, registros em arquivos digitais/impressos e entrevista. Após a coleta de dados, as evidências serão analisadas estabelecendo conexões explícitas entre os questionamentos iniciais, os dados coletados e os resultados esperados.

---

<sup>1</sup> Pós-doutorado em Turismo, Doutorado em Administração Pública e Governo, Docente do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi/Instituto Ânima. E-mail: roseane.marques@animaeeducacao.com.br



## INTRODUÇÃO

A hospitalidade desempenha um papel fundamental na discussão teórica da inovação, pois promove um ambiente propício à criatividade, colaboração e troca de ideias. Os conceitos anfitrião e hóspede/cliente, no contexto comercial da hospitalidade (Lashley; Morrison, 2004) aproximam-se dos conceitos ofertante e demandante nos estudos econômicos cujos agentes estão respaldados pela essência socioeconômica do mercado que tem por objetivo aproximar os agentes econômicos e satisfazer suas necessidades. 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.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. Desempenho da firma. Varejo. Indicadores socioeconômicos.



## MÉTODO

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 E DISCUSSÕES

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. Os seus associados são lojas especializadas em festas, *candies* e confeitaria e as indústrias do setor. Oferece aos associados acesso a todos os serviços e benefícios oferecidos para fortalecer a performance da empresa associada.

Os associados são constituídos de: sócio varejista, sócio apoiador e sócio colaborador. Os sócios varejistas são as lojas especializadas em festas, *candies* e confeitaria que fazem parte da ASBRAFE e utilizam todos os serviços. Os sócios apoiadores 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. Os sócios colaboradores 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?
- A ASBRAFE realizou ou identificou a realização de algum associado a respeito de campanhas de conscientização alertando sobre a importância do planejamento para evitar o desperdício de alimentos em eventos.
- A ASBRAFE realizou ou identificou a realização de algum associado a respeito de 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.
- A ASBRAFE realizou ou identificou a realização de algum associado a respeito da 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.
- A ASBRAFE realizou ou identificou a realização de algum associado a respeito de 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?
- A ASBRAFE realizou ou identificou a realização de algum associado a respeito de 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?



- A ASBRAFE realizou ou identificou a realização de algum associado a respeito de 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.

## **CONCLUSÕES:**

A aplicação eficaz de inovações tecnológicas em plataformas de redes sociais tem uma tendência de não apenas melhorar a comunicação e interação dentro da associação, mas impactar o desempenho socioeconômico das empresas associadas, como aumento da satisfação do cliente, fidelização, melhoria do relacionamento, crescimento das vendas e fortalecimento da reputação no mercado. Espera-se que as ações implementadas gerem impactos positivos nos indicadores socioeconômicos tanto para a ASBRAFE quanto para suas empresas associadas, refletindo em um desenvolvimento mútuo e sustentável. Estes resultados tenderiam a consolidar a ASBRAFE como um agente promotor de desenvolvimento socioeconômico significativo para seus associados e para o setor como um todo.

## **REFERÊNCIAS:**

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

LASHLEY, C. Studying hospitality: Insights from social sciences. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 8, n. 1, p. 69-84, 2008.

LASHLEY, C. Hospitalidade e hospitabilidade. **Jornal de Hospitalidade**, v. 12, n., p. 70-92, 2015.

MARQUES, R. B. (2018). Características hospitaleiras do anfitrião de meios de hospedagem manifestadas nos depoimentos dos hóspedes. **Revista Hospitalidade**, 15(01), 1–13.

O'GORMAN, K. D. Dimensions of Hospitality: Exploring ancient and classical origins. In: Lashley, C., Lynch, P., et al (Ed.). **Hospitality: A Social Lens**. Oxford: Elsevier, 2007, p.17-32.

SCHUMPETER, J. A. 1934. **The theory of economic opment**. Cambridge, MA: Harvard University Press.

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

## **FOMENTO**

A pesquisa recebeu a concessão de bolsa pelo INSTITUTO ANIMA SOCIESC DE INOVAÇÃO, PESQUISA E CULTURA, certame do Edital Nº 60/2024.

