**HOSPITALIDADE, CAPITAL SOCIAL E VANTAGEM COMPETITIVA**

Dra. Roseane Barcellos Marques [[1]](#footnote-1)

**RESUMO:**

A relação entre as dimensões do capital social estrutural, relacional e cognitiva e o desempenho das empresas na área do turismo e da hospitalidade vem conquistando maior espaço na literatura da área como consequência de um fenômeno profissional que associa os resultados da empresa à forma como cada indivíduo desempenha suas funções e como as relações que se estabelecem no âmbito da empresa produzem as condições favoráveis para potencializar esta participação e este resultado. O objetivo deste artigo é analisar sistematicamente a literatura sobre o termo “capital social” aplicado nos estudos do turismo e hospitalidade na tentativa de revelar como essa literatura foi estruturada em termos de frequência de publicação ao longo dos anos, características dos periódicos nos quais os artigos foram publicados, abordagem da pesquisa empregada nos artigos com a respectiva capacidade explicativa dos objetos estudados e as palavras-chave mais frequentes.

**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.

**PALAVRAS-CHAVE:**

Hospitalidade, Turismo, Capital Social.

**MÉTODO:**

A revisão sistemática da literatura a respeito do capital social no turismo e na hospitalidade incidiu sobre os artigos publicados desde 1 janeiro de 1999 a 9 de abril de 2022, data da realização da pesquisa. 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). O modelo da pesquisa a partir do protocolo adaptado de revisão sistemática da literatura consta na Figura 1:

Figura 1: Etapas do processo de revisão sistemática de literatura

Fonte: Adaptado de Gough et al., 2012.

**RESULTADOS E DISCUSSÕES:**

A pesquisa não tem recorte temporal, mas o resultado da coleta de dados apresentou conteúdos entre 1999 e 2022. As publicações se comportaram de forma pouco representativa entre 1999 e 2010 e iniciou uma elevação superior a unidade a partir de 2011, alcançando quantidades como 7 (2017), 5 (2018), 3 (2019), 9 (2020) e 7 (2021) o que sinaliza que o ano de 2022, ano corrente, está inserido no período de pico das publicações relacionados ao tema.

No que se refere ao método de pesquisa quanto às abordagens quantitativas, qualitativas e mistas (Sampieri, Fernandez-Collado, Lucio, 2006; Creswell, 2009) dentre os 55 artigos avaliados, 26 empregaram estratégias de pesquisa qualitativa, 21 quantitativa e 8 aplicaram estratégias de métodos mistos.

Os 26 artigos que aplicaram os procedimentos qualitativos em suas pesquisas empregaram análise de discurso, entrevistas, ensaio teórico, análise de conteúdo, review of frameworks, revisão da literatura, estudo de caso, observação, grupo focal, análise documental e fenomenologia de forma combinada ou única. Dentre os 21 artigos com emprego de estratégias quantitativas os instrumentos foram constatados o uso da pesquisa por amostragem em quase todos os trabalhos que culminaram em análise de modelo de equações estruturais, um artigo realizou a pesquisa experimental e um artigo adotou a análise de regressão a partir de dados secundários. Os 8 artigos de método mistos empregaram análise de rede com entrevista e mensuração do capital social, dados secundários com análise observacional, síntese teórica com análise de dados secundários, *survey* com entrevista, estudo de caso com dados estatísticos e entrevistas, entrevista com análise de conteúdo codificado, observações transversais com tratamento estatístico de dados secundários.

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.

Os achados do estudo, portanto, ficaram na descoberta plausível dos termos: conhecimento/capital intelectual (3,57%), rede/mídia social (3,57%) e recursos naturais (5,71%) que embora não constem no cerne do objetivo do estudo, estão inseridos direta ou indiretamente na teoria do capital social, do turismo e da hospitalidade.

**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.

**REFERÊNCIAS:**

Aron, R. and Bath, S. (2008) As etapas do pensamento sociológico. Martins Fontes.

Becker, G. S. (1994). Human capital revisited. In Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education, Third Edition (pp. 15-28). The University of Chicago Press.

Bertero, Carlos. (1975). Influências sociológicas em teoria organizacional. Rev. adm. empres. 15 (6), Dez.

Boullón, R. C. (1985) Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas.

Burgess, John. (1982). Perspectives on gift exchange and hospitable behaviour. Int. J. Hospitality Management Vol. 1 No. 1 pp. 49-57.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. American journal of sociology, 94, S95-S120.

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.

Nunez, Theron. Touristic Studies in Anthropological Perspective. In Smith, V. L. (Ed.). (2012). Hosts and guests: The anthropology of tourism. University of Pennsylvania Press.

Putnam, R. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. The american prospect, 13(Spring), Vol. 4.

Sampieri, R.; Collado, C.; Lucio, P.. (2006). Metodologia de la investigación. México: McGraw-Hill.

Stabler, M., Papatheodorou, A. and Sinclair, M. T. (2010) The Economics of Tourism, Routledge. Routledge.

Tricco AC, Lillie E, Zarin W, O'Brien KK, Colquhoun H, Levac D, et al. (2018). PRISMA Extension for Scoping Reviews (PRISMA-ScR): Checklist and Explanation. Ann Intern Med.169:467–473.

**FOMENTO**

A pesquisa recebeu a concessão de bolsa pelo INSTITUTO ANIMA SOCIESC DE INOVAÇÃO, PESQUISA E CULTURA, certame do Edital Nº 13/2022.

1. 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@animaedeucacao.com.br [↑](#footnote-ref-1)