

HOSPITALIDADE EM MEIOS DE HOSPEDAGEM: ANÁLISE DE PESQUISAS APRESENTADAS PELOS EVENTOS DA ANPTUR E ANPAD¹

HOSPITALITY IN LODGING FACILITIES: ANALYSIS OF RESEARCH PRESENTED AT ANPTUR AND ANPAD EVENTS

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar publicações referentes a hospitalidade em meios de hospedagem entre os anos de 2016 e 2022, presentes nos anais de dois importantes eventos: o Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD) e o Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR). A pesquisa é classificada como qualitativa, bibliográfica, não probabilística e intencional, utilizando a técnica de análise de conteúdo, conforme Bardin (1977) e o software Iramuteq versão 0.7 *Alpha 2* como recurso. Os resultados indicam que a hospitalidade é um assunto importante na gestão do turismo, exigindo profissionais capacitados. Os temas mais abordados foram atendimento, acolhimento, protocolos, segurança, memória e experiência do consumidor. A perspectiva da Visão Baseada em Recursos (RBV) foi evidenciada nos estudos de administração, considerando a hospitalidade como um recurso estratégico para vantagem competitiva. As contribuições acadêmicas destacam a falta de consenso teórico sólido sobre o tema, o que pode resultar em estudos pulverizados em diferentes áreas. Em termos práticos, é importante discutir a importância da hospitalidade como estratégia empresarial e sua influência na satisfação do cliente em setores além do turismo. Recomenda-se a realização de estudos futuros com gestores de outros setores para identificar o papel da hospitalidade empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: hospitalidade; meios de hospedagem; Administração; Turismo.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze publications regarding hospitality in lodging facilities between the years 2016 and 2022, present in the proceedings of two important events: the Meeting of the National Association of Graduate Studies and Research in Administration (EnANPAD) and the Seminar of the National Association of Research and Graduate Studies in Tourism (ANPTUR). The research is classified as qualitative, bibliographic, non-probabilistic and intentional, using the content analysis technique, according to Bardin (1977), and the software Iramuteq version 0.7 *Alpha 2* as a resource. The results indicate that hospitality is an important topic in tourism management, requiring trained professionals. The most addressed themes were customer service, hospitality, protocols, security, memory, and consumer experience. The Resource-Based View (RBV) perspective was evidenced in management studies, considering hospitality as a strategic resource for competitive advantage. Academic contributions highlight the lack of solid theoretical consensus on the topic, which can result in studies scattered across different areas. In practical terms, it is important to discuss the importance of hospitality as a business strategy and its influence on customer satisfaction in sectors beyond tourism. Future studies with managers from other sectors are recommended to identify the role of corporate hospitality.

KEYWORDS: hospitality; lodging facilities; Administration; Tourism.

1 INTRODUÇÃO

Ser bem recebido em qualquer estabelecimento é o que todo consumidor deseja. Este estudo tem como tema principal a hospitalidade, que envolve os aspectos de recepção e acolhimento em determinado local. Devido à pandemia da doença coronavírus 2019 (covid-19), muitas empresas de diferentes segmentos tiveram sua demanda reduzida, pois tiveram que funcionar com restrições, seja em horários ou dias sem funcionamento. A área de turismo foi apontada como uma das últimas a se recuperar durante a pandemia (Gullo, 2020).

Ao analisar esses acontecimentos e observar que os serviços/produtos estão sendo entregues de forma mais personalizada, com foco no cliente, a pesquisa buscou identificar estudos que abordassem a temática da hospitalidade, que versa sobre os aspectos de recepção, acolhimento e até mesmo encantamento para com o cliente.

Cada vez mais, busca-se a experiência de realizar viagens e, com isso, a procura por meios de hospedagem, como hotéis, pousadas e hostels, seja através dos sites dos estabelecimentos ou de aplicativos. Tornou-se comum a pesquisa por plataformas que possibilitem ao cliente obter informações sobre o estabelecimento que está sendo analisado como uma alternativa para hospedagem, como o Booking ou o TripAdvisor.

Empresas, como hotéis, restaurantes, bares, escritórios, salões de beleza, entre outros, passam por situações em que é necessário a aproximação de grupos e a consolidação de relacionamentos, seja internamente (com os funcionários) ou com os clientes. O Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial (IBHE, 2019) menciona que a hospitalidade se apresenta em cinco pilares: comunicação, pessoas, ambiente, processos e cultura.

Analisando o papel da hospitalidade, este estudo busca analisar publicações entre 2016 e 2022 sobre hospitalidade em meios de hospedagem, presentes nos anais de dois renomados eventos: o Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD) e o Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR). Foram escolhidos esses dois eventos devido à sua consolidação nas áreas de Administração e Turismo, além de disponibilizarem um grande número de trabalhos em seus anais.

A seguir, serão apresentados o referencial teórico, a metodologia do trabalho realizado, os resultados encontrados na pesquisa, bem como as referências utilizadas.

2 HOSPITALIDADE EM MEIOS DE HOSPEDAGEM

A hospitalidade envolve o ato de receber e acolher, sendo compreendida como de grande importância para manter o interesse e a motivação dos clientes em permanecerem em determinado ambiente. Quando se trata de hotéis, a hospitalidade é responsável pela capacidade de fazer o hóspede sentir-se em um ambiente acolhedor (Wada & Camargo, 2006).

Camargo (2010) destaca que a hospitalidade está muito relacionada ao turismo, frequentemente considerado sinônimo, remetendo à receptividade. Já Cruz (2003) menciona que a hospitalidade é um dos temas mais discutidos nas abordagens culturais do fenômeno do turismo. O turismo, por sua vez, consiste no deslocamento temporário de pessoas por um período inferior a 1 ano e superior a 24 horas, para um ambiente diferente de sua residência habitual, com o objetivo de conhecer novos costumes e culturas (OMT, 2001; Beni, 2003; Lohmann; Panosso Netto, 2012; Ignarra, 2013).

Sobre a hospitalidade, Lashley e Morrison (2004) mencionam as principais vertentes do conceito, sendo elas: alimentação, abrigo e deslocamento. Com relação aos processos da hospitalidade, Castelli (2003) aponta o recebimento, a alimentação, a hospedagem, o entretenimento e a despedida. O autor ainda corrobora ao mencionar que a hospitalidade compreende o conjunto dessas ações. Percebe-se que, com o avanço dos estudos, o conceito de hospitalidade evoluiu.

Cada vez mais, há um número crescente de pessoas que buscam sair do seu ambiente natural em busca de novas experiências, e o turismo envolve uma ampla gama de serviços que são interdependentes (Panosso Netto, 2011), estando diretamente ligado e envolvendo outras pessoas.

A hospedagem é essencial para o funcionamento do setor de turismo (Lima et al., 2017). O turismo é considerado um setor importante da economia em muitos países. Teixeira e Morrison (2004) comentam que a maioria das empresas no setor turístico é de pequeno porte, devido a três fatores: a baixa necessidade de capital inicial para iniciar os negócios, a falta de exigência de conhecimentos especializados e as barreiras de entrada no setor consideradas baixas em comparação a outras indústrias.

O turismo pode ser caracterizado como um serviço oferecido (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004). Kotler e Keller (2012) mencionam que o serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra. Entender a forma como o cliente se comporta é um diferencial.

Os serviços possuem quatro características: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade. A qualidade é de crucial importância para a satisfação do consumidor (Swarbrooke & Horner, 2002). A qualidade nos serviços possui papel essencial em empresas de diferentes segmentos, sendo caracterizada como uma ferramenta para todo o processo de serviço ou produto. A qualidade de um produto pode ser ilustrada como um quebra-cabeça, onde há peças de diferentes tamanhos, porém todas devem se encaixar perfeitamente entre si (Swarbrooke & Horner, 2002).

Conforme o artigo 23 da Lei nº 11.771/2008, compreende-se como meio de hospedagem:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária.

O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass, 2011) categorizou os meios de hospedagem em 7 tipos, variando em categorias de 1 a 5 estrelas.

- Hotel - de 1 a 5 estrelas
- Hotel Fazenda - de 1 a 5 estrelas
- Cama & Café - de 1 a 4 estrelas
- Resort - de 4 a 5 estrelas
- Hotel Histórico - de 3 a 5 estrelas
- Pousada - de 1 a 5 estrelas
- Flat/Apart-Hotel - de 3 a 5 estrelas

É importante frisar que além dos meios de hospedagem reconhecidos pelo SBClass, pode-se encontrar outros tipos, como:

- Hostel Ou Albergue
- Casas De Aluguel
- Guest House
- Pensão
- Motel

Conforme apontado por Lopes (2015), a hospedagem refere-se a uma edificação cujo objetivo é realizar o comércio de recepção e alojamento de turistas e visitantes em geral. Essa edificação é constituída por um edifício ou prédio contendo Unidades Habitacionais (UHs), recepção, governança, serviços de alimentos e bebidas, cozinha, adega, restaurante, bar, cantina, despensa, estacionamento externo, garagem interna e área de lazer. A estrutura e os serviços oferecidos podem variar conforme o tipo de hospedagem e a infraestrutura disponível. É necessário que os estabelecimentos de hospedagem estejam registrados nos órgãos competentes do turismo e cumpram as normas estabelecidas por eles.

Ainda conforme Lopes (2015), os meios de hospedagem devem oferecer aos hóspedes, no mínimo, uma recepção para atender e controlar a entrada e a saída, guarda de bagagens e objetos de uso pessoal em local apropriado, além de conservação, manutenção, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos, em conformidade com a Deliberação Normativa nº 433, de 30 de janeiro de 2002, expedida pela Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR).

É importante destacar a relevância de se oferecer serviços com qualidade para satisfazer o usuário, incluindo um atendimento rápido, correto, simpático e atencioso, além de uma infraestrutura adequada, tanto em termos de equipamentos (como ar-condicionado, estética do estabelecimento ou instalações de lazer) quanto de segurança (principalmente pós-pandemia da Covid-19, no qual os estabelecimentos devem cumprir as exigências do Ministério da Saúde).

Freitas e Almeida (2013, p. 366) em um novo estudo considera:

Um estabelecimento de hospedagem pode ser objeto de avaliação de um cliente em três vertentes principais:

(i) Antes da hospedagem: o provável cliente (hóspede) entra em contato com o estabelecimento em busca de informações a respeito deste e, de acordo com as informações recebidas e com a qualidade no atendimento, a reserva pode ser ou não solicitada.

(ii) Durante a hospedagem: o hóspede avalia o estabelecimento, mesmo que inconscientemente, em diversos momentos durante a sua estada e, a partir do resultado desta experiência, formará a sua opinião sobre a qualidade do estabelecimento.

(iii) Após a hospedagem: também por meio do acesso a sites específicos para reservas em hotéis, os clientes avaliam o desempenho do estabelecimento nos quais se hospedaram recentemente, à luz de vários critérios (Hotel Rating). Tal informação é disponibilizada na Internet para auxiliar futuros hóspedes na escolha do estabelecimento.

Observa-se que o consumidor de um meio de hospedagem está constantemente avaliando o serviço prestado, seja antes mesmo de chegar ao estabelecimento, por meio de diferentes pesquisas, tais como a leitura de comentários, análise das notas atribuídas por clientes anteriores e observação das fotos do empreendimento (infraestrutura e alimentação). Somente ao final de sua hospedagem é que o hóspede poderá, de fato, expressar sua opinião sobre sua experiência e, quem sabe, contribuir com suas percepções nas plataformas que analisou anteriormente.

A hospitalidade é uma forma de demonstrar ao cliente um sentimento de acolhimento, com o intuito de gerar um encantamento por meio dos serviços oferecidos. O resultado desse processo, além do marketing boca a boca, é o envolvimento do cliente com a empresa, gerando um valor de sentimento de pertencimento a um local que prestou um serviço tão bem que poderá ser recomendado para amigos e familiares.

O aspecto mais importante da estratégia de negócio de uma empresa é sua forma de competir no mercado. É fundamental que a estratégia fortaleça sua posição competitiva em longo prazo e permita que ela obtenha uma vantagem competitiva durável sobre os concorrentes (Gamble & Thompson Júnior, 2012, p.4).

Um dos recursos estratégicos mais significativos sob as condições competitivas atuais é a abordagem da estratégia baseada nos recursos empresariais, a *Resource Based View* (Visão Baseada em Recurso - RBV). A RBV avalia os recursos valiosos, raros, difíceis de imitar e explorados pela organização. Bujdosó et al. (2023) ressaltam que a RBV enfatiza o papel dos recursos físicos e intangíveis na determinação da competitividade de uma organização, que procura adquirir recursos raros e difíceis de replicar (Souza, 2003; Bittencourt & Kliemann Neto, 2003). A RBV avalia a vantagem competitiva por meio de recursos e competências internas (Barney & Hesterly, 2011). O conceito de RBV é “baseado na premissa de que recursos heterogêneos, recursos inimitáveis e capacidades fornecem a base para uma vantagem estratégica e uma performance superior” (Tiergarten & Alves, 2008, p. 67).

Com isso entende-se que pela teoria da RBV a hospitalidade é obtida como um recurso estratégico para obtenção da vantagem competitiva. O conceito de vantagem competitiva assume muitas interpretações e é o principal objetivo da gestão estratégica (Powell, 2001). Está claramente posicionado como um “antecedente do desempenho, podendo trazer diferentes resultados dependendo da estratégia de apropriação de valor das empresas” (Brito & Brito, 2012, p. 369).

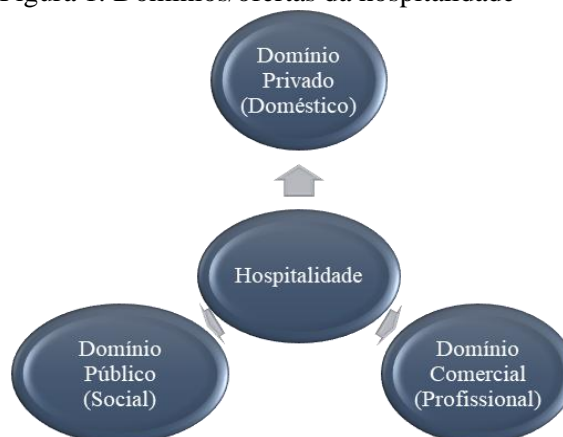
Pode-se analisar que a prática da hospitalidade pode ser considerada uma vantagem competitiva, sendo uma ação de estratégia humana dentro do cenário de competitividade entre os serviços oferecidos em diferentes setores. É importante ressaltar que, devido ao “dinamismo acelerado e alta competitividade no setor, os hotéis já adotam, de forma central, a estratégia de aprimoramento constante da hospitalidade” (Rocha, Gimenez & Vieira, 2019, p. 27).

A hospitalidade está presente em diversas áreas, como em hospitais (hotelaria hospitalar), salões de beleza, lojas de roupas, hotéis e até mesmo em universidades (Lohmann & Panosso Netto, 2012). Segundo Camargo (2005, p. 52), a hospitalidade é definida como um "ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural".

Pode-se observar, por meio dos autores mencionados anteriormente, que a hospitalidade está presente em diferentes contextos comerciais e pode ser desenvolvida por meio da criação de uma cultura organizacional que proporcione ao consumidor uma sensação ou sentimento positivo em relação ao estabelecimento.

Camargo (2002) realiza uma análise criando dois eixos teóricos sobre a hospitalidade. No primeiro eixo o autor aborda os tempos sociais da hospitalidade humana, que se referem ao ato de bem receber, acolher, hospedar, alimentar e entreter pessoas. Já no segundo eixo teórico, ele remete aos espaços sociais nos quais o processo se desenrola: o doméstico (recebimento de pessoas em casa), o público (recepção em espaços e órgãos públicos), o comercial (serviços profissionais de recepção) e o virtual (folders, cartazes, internet, e-mail e telefone). Castelli (2016) corrobora com o segundo eixo, mencionado por Camargo (2002) como os domínios da hospitalidade (Figura 1).

Figura 1. Domínios/ofertas da hospitalidade



Fonte: adaptado a partir de Castelli (2016, p. 4)

Almeida (2009) menciona que a hospitalidade está inserida em quatro palavras-chave: acolher, alimentar, entreter e hospedar. Já Camargo (2011) comenta sobre as três principais abordagens da hospitalidade na contemporaneidade, que têm inspirado estudiosos do tema:

- Hospitalidade como dádiva: gratuita, com foco nas migrações. Tem na França seus principais representantes.
- Hospitalidade como mercado: estudando as atividades de turismo, hotelaria, alimentação, eventos, etc.
- A hospitalidade se posicionando de forma paralela das duas anteriores, considerando a abordagem socioantropológica e a mercadológica.

Com isso, pode-se verificar que a hospitalidade é algo realmente esperado pelo cliente ou visitante em determinado ambiente, seja no âmbito dos serviços oferecidos nos domínios social, doméstico ou profissional. Telfer (2000) sugere que a verdadeira hospitalidade é motivada por um desejo sincero de agradar e cuidar dos hóspedes. Hemmington (2007) descreve a hospitalidade com base em cinco conceitos: generosidade, pequenas surpresas, o relacionamento entre anfitrião e hóspede, o cenário e a performance e a segurança.

3 MÉTODO

A pesquisa se classifica como abordagem qualitativa e descritiva, que não utiliza dados estatísticos (Richardson, 1999; Flick, 2009). Nos estudos qualitativos, os dados são tratados de forma interpretativa, com uma maior interferência da subjetividade do pesquisador, sendo uma abordagem mais reflexiva (Alyrio, 2009).

A pesquisa se classifica ainda como exploratória, bibliográfica, com uma amostragem não probabilística intencional. De acordo com Alyrio (2009), a pesquisa exploratória é caracterizada pela escassez de dados disponíveis, sendo utilizada para aprofundar ideias e construir hipóteses. Dencker (1998) menciona que a pesquisa exploratória descritiva envolve, em geral, o levantamento bibliográfico e a análise de exemplos similares e descritivos. As pesquisas descritivas, conforme apontado por Gil (2002), têm como objetivo principal descrever as características de um

determinado fenômeno ou população, identificando o comportamento de um grupo específico ou estabelecendo relações entre variáveis.

Conforme apontado por Martins e Theóphilo (2009, p. 54), a pesquisa bibliográfica "trata-se de uma estratégia de pesquisa necessária para a condução de qualquer pesquisa científica". É necessário resgatar o que foi mencionado e estudado sobre a temática que se pretende investigar. O estudo se classifica como intencional, que é o tipo de amostragem que apresenta "certas características tidas como relevantes pelos pesquisadores, mostrando-se mais adequada para a obtenção de dados de natureza qualitativa" (Gil, 2002, p. 145).

A pesquisa foi iniciada com a leitura de estudos que abordavam a temática da hospitalidade como tema central. Em seguida, realizou-se o levantamento dos estudos que compõem a amostra desta pesquisa, incluindo informações sobre o número de trabalhos apresentados em dois eventos nacionais, ANPAD e ANPTUR, bem como a seleção dos trabalhos a serem utilizados.

A escolha desses dois eventos ocorreu por serem eventos consolidados nas áreas de Administração e Turismo, apresentando uma grande quantidade de trabalhos disponíveis em seus anais. A coleta de dados secundários foi realizada em artigos, livros, dissertações, teses, além de sites especializados na temática da hospitalidade. Os estudos selecionados para análise nesta pesquisa foram obtidos por meio dos sites oficiais dos anais dos eventos da ANPAD e ANPTUR.

Foram investigados estudos publicados no período de 2016 a 2022, utilizando a palavra-chave "hospitalidade" como filtro de pesquisa. Foram encontrados 1.601 estudos apresentados no Seminário da ANPTUR durante este período. Por meio do mesmo recurso de busca, foram localizados 184 trabalhos com a temática de hospitalidade. Dentre esses estudos, foram selecionadas 17 pesquisas que tinham como objeto de análise os meios de hospedagem.

A pesquisa nos anais do evento da ANPAD ocorreu de maneira similar. Foram selecionados apenas dois trabalhos que abordavam a temática da hospitalidade dentro do recorte estabelecido, totalizando 19 pesquisas validadas para este estudo.

O procedimento de busca desses estudos foi baseado, primeiramente, na análise dos títulos. Em seguida, foi realizada a leitura dos resumos dos trabalhos para filtrar o contexto de hospedagem, identificando os estudos que seriam validados para esta pesquisa. A busca dos trabalhos ocorreu no período de novembro de 2022 a fevereiro de 2023.

A técnica empregada no estudo foi a análise de conteúdo, seguindo a metodologia proposta por Bardin (1977, p. 65), que consiste em uma análise interpretativa dos estudos selecionados. De acordo com o autor, "a análise de conteúdo parte de um material dito qualitativo [...] e é frequentemente utilizada em estudos de motivação, entrevistas clínicas (recrutamento, diagnóstico, aconselhamento, psicoterapia) ou pesquisa fundamental".

Os resumos dos artigos selecionados foram analisados por meio do programa Iramuteq versão 0.7 Alpha 2, com o objetivo de aumentar a confiabilidade nos resultados. Foram realizadas análises de similitude e nuvem de palavras. Para a elaboração do *corpus* textual, algumas palavras foram reescritas para que o programa pudesse interpretá-las corretamente, utilizando o "underline" (_) para combinar palavras e formar termos únicos, como nos casos de covid_19, meios_de_hospedagem, ambiente_hospitalar, Rio_de_Janeiro e google_forms.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Os eventos da ANPAD e da ANPTUR

A Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) foi criada em 1976, por iniciativa dos oito programas de pós-graduação existentes no Brasil na época. Atualmente, a ANPAD é o principal órgão de interação entre os programas associados, grupos de pesquisa da área e a comunidade internacional¹. Ela reúne mais de 100 programas associados, formando uma comunidade acadêmica internacionalmente reconhecida.

A ANPAD promove anualmente quatro eventos: o Encontro da ANPAD (EnANPAD), o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA), o Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica e o Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (ENEPEQ). Em 2023 o EnANPAD estará em sua 47ª edição².

A Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR) foi fundada em 2002 durante um encontro na Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), em Balneário Camboriú (SC), que reuniu docentes e pesquisadores de universidades com programas de pós-graduação *stricto sensu* na área. A edição de 2023 do seminário da ANPTUR será a sua 20ª³. O Quadro 1 apresenta as linhas de pesquisa oferecidas pelos eventos para submissão de trabalhos.

Quadro 1. Divisões científicas dos eventos

EnANPAD	Seminário da ANPTUR
Administração da Informação	I - Destinos Turísticos
Administração Pública	II - Gestão em Turismo
Contabilidade	III - Sociedade e Cultura
Estudos Organizacionais	IV - Hospitalidade
Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade	V - Formação e Pesquisa Científica
Estratégia em Organizações	
Finanças	
Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo	
Gestão de Operações e Logística	
Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho	
Marketing	

Fonte: dados da pesquisa a partir dos sites dos eventos (2023).

Destaca-se que trabalhos com a temática de hospitalidade no EnANPAD podem ser submetidos nas seguintes divisões: Estudos Organizacionais, Estratégia em Organizações, Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho e Marketing, dependendo do objeto de estudo. No evento de

¹ Apresentação da ANPAD. Recuperado de <http://anpad.org.br/sobre.php>

² XLVII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2023. Recuperado de http://anpad.com.br/pt_br/event/details/125

³ XX Seminário da ANPTUR. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/seminario/2023/>

Turismo, há uma divisão científica específica para a temática da hospitalidade. Pode-se observar que o evento de Administração possui uma duração maior do que o de Turismo e, por isso, apresenta mais temas nas divisões científicas para os grupos temáticos dos trabalhos.

4.2 Avaliação dos estudos sobre hospitalidade em meios de hospedagem nos anais dos eventos da ANPTUR e ANPAD: objetivos e metodologia

Foram encontrados 2 trabalhos que foram publicados no EnANPAD, entre os anos de 2016 a 2022 relacionados a temática deste estudo. O quadro 02 apresenta as pesquisas selecionadas.

Quadro 02. Estudos sobre hospitalidade em meios de hospedagem no EnANPAD

AUTORES/ANO		TÍTULO
1	Barakat e Wada (2019)	A Hospitalidade sob a Ótica da Teoria dos Stakeholders: uma Proposta de Fundamentação
2	Andrade e Polo (2016)	Hospitalidade como Recurso Estratégico na Hotelaria: Proposição de um Modelo Conceitual

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Apesar de o EnANPAD ter mais edições que o Seminário da ANPTUR, pode-se observar que a temática da hospitalidade é pouco apresentada entre os trabalhos aprovados no evento de Administração. Lashley, Lynch e Morrison (2006) ressaltaram que a temática da hospitalidade está deixando de ter apenas o domínio de hotéis e restaurantes e está ganhando uma visão mais abrangente. Verifica-se, portanto, que esse campo está inserido em qualquer segmento, pois a sensação de ser bem recebido e atendido traz resultados positivos para qualquer área. Destaca-se, como ponto de discussão, a hospitalidade empresarial, que deveria ser abordada no evento da área de Administração.

Observa-se ainda que ambos os trabalhos tratam da perspectiva teórica e conceitual sobre a hospitalidade. Em 2022, foi apresentada uma pesquisa que analisou a perspectiva do idioma como uma barreira para a hospitalidade (Peres, Ficagna & Luz, 2022).

Camargo (2021, p. 4) critica a temática da hospitalidade, mencionando uma "hospitalidade encenada, em especial no acolhimento ao grande público". Ele destaca que há protocolos criados para o bom atendimento, traduzido em gestos, frases, posturas e riso comercial, que são agora abominados. O autor destaca uma realidade que pode ser observada em algumas condutas empresariais, em que há uma hospitalidade "forçada" e atitudes que os clientes percebem terem sido realizadas com "má vontade". Dessa forma, "o bem-receber torna-se mesmo um diferencial de competitividade" (Camargo, 2021, p. 5).

O número de trabalhos apresentados sobre a temática da hospitalidade foi significativamente inferior ao esperado. Mesmo que o escopo de análise fosse ampliado, não haveria muitos trabalhos selecionados, o que corrobora com as observações dos autores que mencionaram a escassez de estudos que consideram a hospitalidade como uma estratégia nas organizações (Camargo, 2004; Lovelock et al., 2005; Ariffin & Maghzi, 2012; Andrade & Polo, 2016a). O Quadro 3 apresenta os estudos selecionados para o evento da ANPTUR.

Quadro 3. Estudos sobre hospitalidade em meios de hospedagem no evento ANPTUR – evento Seminário da ANPTUR de 2016 a 2022

	AUTORES (ano)	TÍTULO
1	Pereira e Gomes (2022)	Tramas da hospitalidade hoteleira: dádiva ou exercício cênico?
2	Gama e Baraka (2022)	Os atributos da hospitalidade em restaurantes de hotéis em tempos de pandemia de covid-19
3	Valduga e Oliveira (2022)	Monitoria em hospitalidade e meios de hospedagem em tempos de pandemia: desafios do ensino remoto
4	Lopes, Wada, Amorim e Saito (2021)	Hospitalidade em tempos de covid-19 na perspectiva de hotéis e restaurantes
5	Ricci-Cagnacci, Usui-Napoli, Rossi e Freire (2021)	Os efeitos da Covid-19 na rede hoteleira: uma análise bibliométrica dos artigos científicos sobre hospitalidade durante a pandemia
6	Gusmão, Ribeiro, Wada e Boeger (2021)	Hospitalidade e hotelaria hospitalar em tempos de pandemia: o cuidado com pacientes com covid-19 em São Luís – Maranhão – Brasil
7	Crotti, Silva, Antunes e Oliveira (2021)	Hospitalidade e Protocolos: a experiência do hóspede na hotelaria durante a pandemia
8	Crotti, Silva, Gouvêa e Wada (2020)	Hotelaria e hospitalidade: uma análise dos protocolos de retomada de atividades durante a pandemia da Covid-19
9	Antunes, Silva, Santos e Crotti (2019)	Estudo da influência da hospitalidade na percepção da qualidade do serviço no setor hoteleiro? modelagem de Equações Estruturais com Smart PLS
10	Araújo e Barreto (2018)	Hospitalidade e gestão de pessoas: estudo de caso em hotéis de Natal/RN
11	Carvalho e Silva (2018)	A dinâmica da hospitalidade nas chácaras de aluguel
12	Crotti, Moretti e Polazzo (2017)	A hospitalidade e a hotelaria de luxo no Brasil: proposta de um modelo de pesquisa
13	Silva, Moretti e Crotti (2016)	As relações entre hospitalidade, diretrizes empresariais e atendimento na hotelaria: um estudo com modelagem de equações estruturais
14	Rodrigues, Brito e Pozo (2016)	Hospitalidade em um contexto virtual possível: análise de sites de reservas de meio de hospedagem
15	Andrade e Polo (2016)	A hospitalidade na hotelaria à luz da teoria da <i>Resource-Based View</i> : dimensões e variáveis para a pesquisa empírica
16	Perazzolo, Santos e Ferreira (2016)	Turismo e o acolhimento do desejo na construção da hospitalidade
17	Spolon (2016)	Hotelaria, hospitalidade e justiça espacial: a conversão de edifícios hoteleiros em habitação de interesse social

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Dos 19 estudos da amostra desta pesquisa, 15 foram apontados como qualitativos e 4 como quali-quantitativos. Já em relação aos 17 trabalhos apresentados na ANPTUR, dois são projetos de pesquisa que abordam a hotelaria de luxo (Crotti et al., 2017) e o atendimento e a hotelaria (Silva et al., 2016).

Ressalta-se a importância e relevância dos estudos qualitativos, que utilizam a aplicação de roteiros de entrevistas estruturados e questionários com perguntas descritivas. Esses métodos permitem uma análise mais aprofundada, uma vez que é possível compreender a perspectiva de um indivíduo e entender o porquê de determinadas ações ou comportamentos.

Nos estudos qualitativos foram utilizadas as seguintes técnicas: análise de conteúdo, análise bibliográfica, estudo de caso, estudo de casos múltiplos e etnográfica. Já as pesquisas quantitativas empregaram o método de modelagem e o software SPSS como recursos⁴.

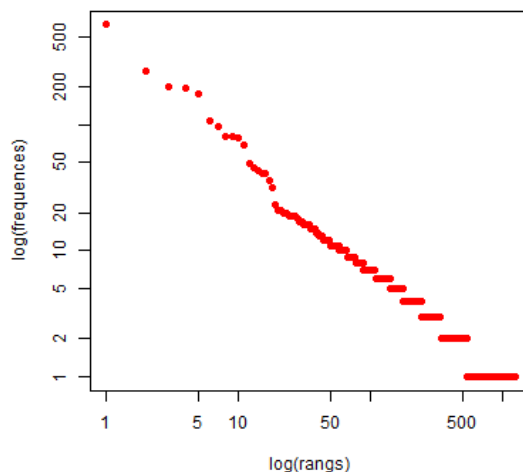
Na pesquisa que utilizou como método de análise documental, o objetivo foi verificar a utilização de protocolos relacionados à Covid-19 (Crotti et al., 2020). Destaca-se que, com a pandemia, o estudo da hospitalidade e sua importância para os diferentes segmentos poderá estar em maior evidência, uma vez que as pessoas, ao viajarem, além de conforto, procurarão segurança e qualidade, tanto em termos de infraestrutura quanto de atendimento.

Foi possível analisar que foram realizados estudos com a temática de hospitalidade utilizando objetos de estudo distintos, tais como: gestores (Araújo & Barreto, 2018), análise do comportamento do consumidor (Rodriguez, Brito & Pozo, 2016), bem como especialistas em língua inglesa e, também, para o campo da hospitalidade (Antunes et al., 2019) e clientes de um tipo de meio de hospedagem (Carvalho & Silva, 2018). É possível apontar que o campo da temática da hospitalidade pode ser investigado de diferentes formas, com metodologias diversificadas, sendo elas qualitativas, quantitativas ou ambas, possuindo um amplo campo de atuação.

4.3 Análise das principais contribuições dos estudos

Ao analisar os resumos dos textos selecionados por meio do programa Iramuteq, foi possível obter os seguintes dados descritivos: foram selecionados 19 textos, totalizando 150 segmentos de texto, 5.264 ocorrências e 1.568 formas de texto. Foram identificadas 696 palavras que aparecem apenas uma vez (denominadas *hapax*), indicando um discurso convencional, conforme demonstrado na Figura 2.

Figura 2. Gráfico de apresentação de discurso normal

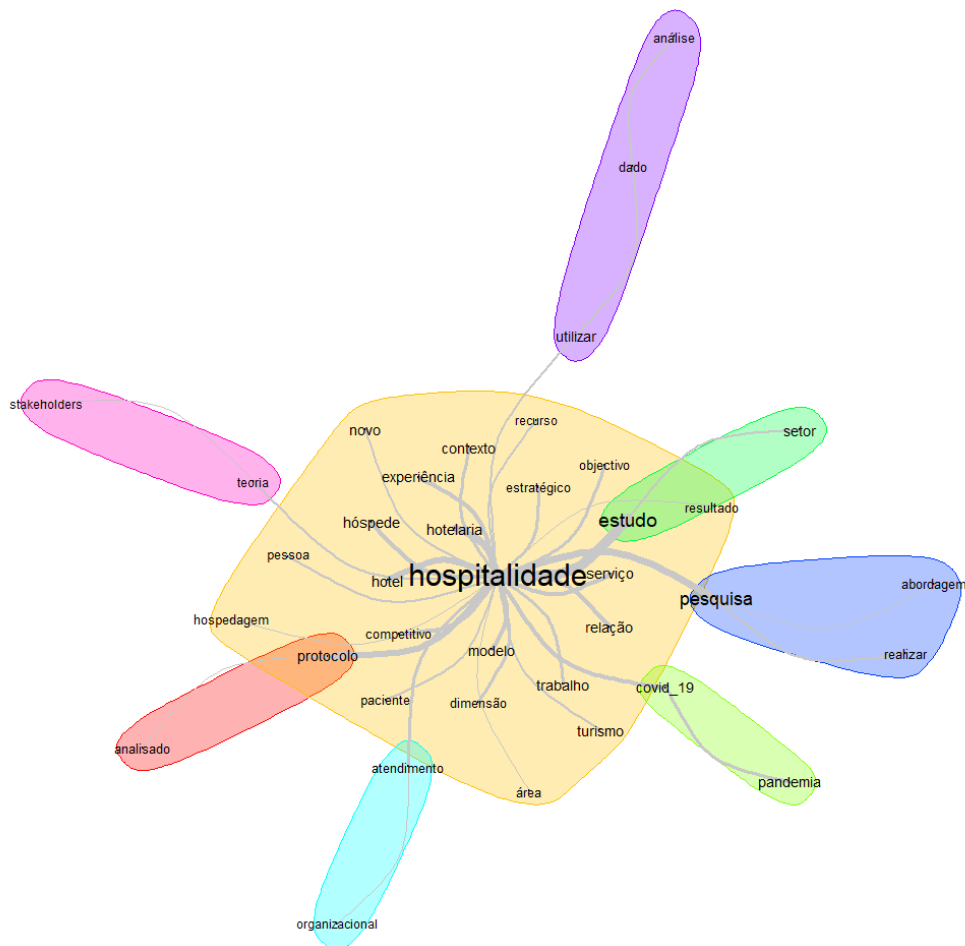


Fonte: dados da pesquisa (2023). Recurso através do Iramuteq versão 0.7 Alpha 2.

Com o objetivo de realizar uma análise de similaridade entre as pesquisas, foi realizada a análise de similitude por meio do programa Iramuteq, utilizando como dados os resumos dos trabalhos (Gráfico 1).

⁴ *Statistical Package for the Social Sciences*. Software de análise estatística no campo das ciências sociais. Recuperado em 11 abril, 2021, de <https://oestatistico.com.br/spss-o-escolhido-para-analises-preditivas/>.

Gráfico 1. Análise de similitude dos estudos selecionados através do programa Iramuteq



Fonte: dados da pesquisa (2023). Recurso através do Iramuteq versão 0.7 Alpha 2.

Pode-se observar que os estudos selecionados sobre hospitalidade estão relacionados a sete áreas, ligadas pelas palavras: pesquisa, estudo, análise (referentes às metodologias dos resumos), stakeholders, protocolo, atendimento e pandemia. Nota-se que a palavra hospitalidade está diretamente associada às ramificações relacionadas a hotel, hóspede, hotelaria, serviço, trabalho, experiência e competitividade.

Verificou-se a frequência da palavra "hospitalidade" como uma das palavras-chave, uma vez que essa é a temática presente em todos os trabalhos selecionados. Foi possível também avaliar a frequência do conceito de hospitalidade nos trabalhos. Percebe-se que os resultados das pesquisas, bem como o modelo proposto em alguns estudos (Crotti et al., 2020; Antunes et al., 2019; Silva et al., 2016), podem servir como base para outras pesquisas, especialmente para a área de Administração, que possui poucos estudos sobre a área da hospitalidade.

É possível analisar a gestão estratégica nos meios de hospedagem, considerando a vertente da RBV (Dantas et al., 2018). Pode-se interpretar que a hospitalidade, dentro do contexto da RBV, está associada a um recurso intangível, difícil de imitar, valioso e raro. Isso se deve ao fato de que se trata de um fator interno às organizações, dependente da equipe com a qual se trabalha, e não apenas da infraestrutura do estabelecimento.

Observa-se que os temas de estudo mais recorrentes envolvem as variáveis de atendimento, acolhimento, protocolo, segurança, memória e experiência do consumidor para explicar a

hospitalidade. Além disso, foi gerada uma nuvem de palavras a partir dos resumos dos estudos selecionados pelo Iramuteq (Figura 3).

Figura 3. Nuvem de palavras dos resumos dos estudos selecionados



Fonte: dados da pesquisa (2023). Recurso através do Iramuteq versão 0.7 *Alpha 2*.

Pode-se analisar que o conceito e definições sobre a área de hospitalidade remetem ao atendimento e acolhimento (Camargo, 2021; Freitas & Almeida, 2010; 2013; Miguel; Salomi, 2004). Isso pode indicar uma diversidade de elementos que compõem o conhecimento empírico dessa área de estudo e fragilidade de um consenso teórico, possuindo vários pilares e domínios sobre os quais a hospitalidade é estudada, conforme pode ser analisado pelo IBHE (2019), Castelli (2016), Hemmington (2007), Maia e Guardia (2010) e Camargo (2002). Isso se confirmou na expressão gráfica mostrada na nuvem, mas pode permitir inferir que outras variáveis estão sendo estudadas como parte do construto de hospitalidade, a exemplo de protocolos e segurança que se evidenciaram nas pesquisas recentes, muito provavelmente pelo contexto pandêmico em que os estudos foram realizados.

O termo hotelaria é utilizado de forma genérica para representar o conjunto de serviços aliados ao turismo necessários para o bom funcionamento dos empreendimentos que a compõem. Foi observado que os hotéis são os meios de hospedagem mais pesquisados. Silva (2004) mencionou sobre o quantitativo de unidades habitacionais (UHs), classificando a partir disso se o empreendimento é de pequeno, médio ou grande porte. Teixeira e Morrison (2004) destacaram o fato da maioria dos negócios do setor de turismo serem realizados por empresas de pequeno porte. Pode-se analisar que os estudos, de forma geral, focam em uma das categorias de hotéis, conforme o SBClass (2011).

As classificações dos empreendimentos que compõem os segmentos do setor de turismo, como o de meios de hospedagem, podem ser analisadas sob uma nova perspectiva com o avanço da tecnologia. Cada vez mais surgem novas oportunidades para empreender, como o surgimento de plataformas que permitem ao usuário encontrar uma casa ou apartamento para reserva de dias ou semanas com qualidade, conforto e um custo-benefício comparável ao serviço de um hotel. Tudo isso pode ser realizado via smartphone. Esse tipo de hospedagem pode ser enquadrado na categoria “casa de aluguel” listada pelo SBClass, embora não se trate propriamente de um aluguel, pois se refere a uma reserva semelhante a um hotel. É importante destacar que, embora os hotéis sejam o

meio de hospedagem mais pesquisado, é necessário considerar o surgimento de novas formas de hospedagem como parte da evolução do setor de turismo.

Bastos, Wada, Antunes e Vilkas (2021, p. 77) mencionam a influência da hospitalidade na gestão da crise dos negócios durante o período de isolamento social decorrente da covid-19, identificando que as ações e atitudes hospitaleiras contribuíram para as relações comerciais e a sobrevivência dos negócios durante esse período. As autoras concluíram que a “adoção dos ritos da hospitalidade nos negócios promove boas relações entre a organização e seus stakeholders, possibilitando acordos e parcerias em tempos de crise”. Os autores destacaram ainda que, embora alguns respondentes (empresários) da pesquisa não conhecessem a definição de hospitalidade, relataram que ela seria essencial para dar continuidade aos seus empreendimentos e tentar amenizar os efeitos negativos do período de isolamento. Pode-se analisar que, na verdade, a situação de incerteza predominou nesse cenário de pandemia, em que a hospitalidade colaborou de forma significativa nas relações comerciais e na sobrevivência dos negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa realizada, conclui-se que a temática da hospitalidade é um assunto que deve ser melhor discutido na área de Administração. Foi observada apenas a existência de 14 trabalhos apresentados durante as 44 edições do evento de Administração, o EnANPAD.

Foi possível perceber um número maior de trabalhos sobre a temática da hospitalidade no evento da área de turismo, possivelmente devido à associação dessa temática com esse ramo. Entretanto, foram identificados apenas dois trabalhos no EnANPAD que abordam a importância da análise da hospitalidade pelos estudantes de administração. É importante ressaltar que o evento da ANPTUR, apesar de ser mais recente que o EnANPAD, apresenta um número maior de trabalhos sobre a temática da hospitalidade.

Sobre a metodologia utilizada nas pesquisas selecionadas, a maioria delas utilizou a revisão da literatura, na qual os pesquisadores investigaram os conceitos e a complexidade da temática da hospitalidade. Além disso, foram identificados trabalhos que adotaram perspectivas quantitativas e qualitativas, sendo que algumas pesquisas fizeram análises com consumidores e gestores.

As principais contribuições dos estudos trazem uma reflexão sobre a importância da temática da hospitalidade e sua influência no processo de satisfação do cliente com o serviço prestado, que pode levar à recomendação para outras pessoas. A partir dessa perspectiva, pode-se observar que os temas de estudos envolveram, de forma mais frequente, as variáveis de atendimento, acolhimento, protocolos, segurança, memória e experiência de consumo para explicar a hospitalidade.

Pode-se verificar, ainda, que a temática da hospitalidade está implícita na área de turismo, porém é um conceito presente em qualquer segmento e é importante para o desenvolvimento eficaz de empresas de qualquer setor, com o objetivo de superar as expectativas dos clientes.

Durante todo o trabalho, discutiu-se a existência de pilares e domínios nos quais a hospitalidade é estudada. É evidente a compreensão de que o termo "hospitalidade" deve estar presente nos principais campos dos elementos estruturais, como título, resumo e palavras-chave, nos estudos em que ela é o objeto de estudo principal.

Os resultados obtidos levam à reflexão sobre a influência da falta de um consenso teórico sólido, o que pode levar a estudos pulverizados em diversas áreas do conhecimento, não sendo capturados por uma string de busca genérica do termo. Um exemplo é a própria experiência de consumo, que pode estar sendo estudada sob a perspectiva de vários olhares das ciências sociais. A pesquisa limitou-se a estudar trabalhos publicados entre 2016 e 2022, devido à impossibilidade de

análise presencial com gestores. Para estudos futuros, indica-se uma análise com gestores de outras áreas, com o objetivo de identificar o papel da hospitalidade empresarial em outros segmentos.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- Almeida, J. V. (2009). *Uma odisséia em busca de héstia: do turismo à hospitalidade pelos caminhos das representações sociais*. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Educação. Recuperado de https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/14321/1/JulianaVA_TESE.pdf
- Andrade, D. A. C; Polo, E. F. (2016a). Hospitalidade como Recurso Estratégico na Hotelaria: Proposição de um Modelo Conceitual. *Anais do XL Encontro da ANPAD – EnANPAD*. Recuperado de http://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MjE0MDg=
- Andrade, D. A. C; Polo, E. F. (2016b). A hospitalidade na hotelaria à luz da teoria da Resource-Based View: dimensões e variáveis para a pesquisa empírica. *Anais do XIII Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/537.pdf>
- Antunes, A. C. G., Silva, C. C. B., Santos, D. R., & Crotti, M. S. R. (2019). Estudo da influência da hospitalidade na percepção da qualidade do serviço no setor hoteleiro? modelagem de equações estruturais com Smart PLS. *Anais do XVI Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/16/1255.pdf>
- Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração - ANPAD (2023a). *Coordenação e comitê/Temas de interesse da ANPAD*. Recuperado de https://anpad.com.br/pt_br/event/details/114
- Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração - ANPAD (2023b). *Apresentação da ANPAD*. Recuperado de <http://anpad.org.br/sobre.php>
- Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. (2023a). *Divisões científicas e grupos de trabalho da ANPTUR*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/seminario/2021/files/submissao/divisao-cientifica.pdf>

- Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. (2023b). *Sobre o XX Seminário da ANPTUR*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/seminario/2023/>
- Alyrio R. D. (2009). *Métodos e técnicas de pesquisa em administração*. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ.
- Araujo, M. A.; Barreto, L. M. T. S. (2018). Hospitalidade e gestão de pessoas: estudo de caso em hotéis de Natal/RN. *Anais do XV Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/15/955.pdf>
- Ariffin, A. A. M., Maghzi, A. A. A. (2012). preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: influences of personal and hotel factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 191–198. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.012>
- Barakat, S. R., Wada, E. K. (2019). A Hospitalidade sob a Ótica da Teoria dos Stakeholders: uma Proposta de Fundamentação. *Anais do XLIII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2019*. Recuperado de http://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MjY2MDA=
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bastos, V. R., Wada, E. K., Antunes, A. C. G., & Vilkas, A. C. (2021). A influência da hospitalidade na gestão de crise nos negócios durante o isolamento social. *RGO - Revista Gestão Organizacional*, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 77-96, jan./abr. DOI: <https://doi.org/10.22277/rgo.v14i1.5708>
- Beni, M. C. (2003). *Análise estrutural do Turismo*. 8. ed. Atual. São Paulo: Senac, 2003.
- Bittencourt, O. N. S., & Kliemann Neto, F. J. (2003). Um Estudo sobre as Formas de Relacionamento entre Empresas - uma proposta de análise do setor de saúde. In: *XXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, Ouro Preto.
- Bujdosó, Z.; Andrea, B.; Fekete-Farkas, M.; Dávid, L.D. Theoretical Nexus of Knowledge Management and Tourism Business Enterprise Competitiveness: An Integrated Overview. *Sustainability*, 2023, 15, 1948. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15031948>
- Camargo, L.O. L. (2021). As leis da hospitalidade. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 15(2), e-2112, maio/ago. DOI: <https://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.2112>.
- Camargo, L.O. L. (2015). Os interstícios da hospitalidade. *Revista hospitalidade*. Recuperado de <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/574>
- Camargo, L.O. L. (2011). O estudo da hospitalidade. In Montandom, A. (Org.). *O Livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Editora Senac, São Paulo.

- Camargo, L.O. L. (2010). *El paradigma de la hospitalidad como una dádiva: la contribución posible para las ciencias aplicadas al turismo*. In: Nechar, M. C.; Panosso Netto, A. (Orgs.) *Epistemología del turismo: estudios críticos*. México-DF: Trillas.
- Camargo, L.O. L. (2005). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph (Coleção ABC do Turismo).
- Camargo, L.O. L. (2002). Turismo, hotelaria e hospitalidade. In: DIAS, C. M. de M. (org.) *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. São Paulo: Manole.
- Castelli, G. (2003). *Administração hoteleira*. 9. ed. Caxias do Sul: EDUCS.
- Castelli, G. (2010). *Hospitalidade: a inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços*. São Paulo: Saraiva.
- Castelli, G. (2016). *Gestão hoteleira*. 2 ed. São Paulo: Saraiva.
- Carvalho, B. R. S., & Silva, M. H. (2018). A dinâmica da hospitalidade nas chácaras de aluguel. *Anais do XV Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/15/1158.pdf>
- Crotti, M. S. R. Silva, C. C. B., Antunes, A. C. G., & Oliveira, P. S. G. (2021). Hospitalidade e Protocolos: a experiência do hóspede na hotelaria durante a pandemia. *Anais do XVIII Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/18/2227.pdf>
- Crotti, M. S. R., Moretti, S. L. A., & Polazzo, A. A. C. (2017). A hospitalidade e a hotelaria de luxo no brasil: proposta de um modelo de pesquisa. *Anais do XIV Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/14/714.pdf>
- Crotti, M. S. R; Silva, C. C. B., Gouvêa, A. B. C. T., & Wada, E. K. (2020). Hotelaria e hospitalidade: uma análise dos protocolos de retomada de atividades durante a pandemia da COVID-19. *Anais do XVI Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/17/1627.pdf>
- Dantas, M. L. R., Ferreira, L. V. F., Araújo, A. G., & Godeiro, D. P. O. (2018). La implementación estratégica en el área de hospedaje según la perspectiva basada en los recursos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 27, pp.737 – 755
- Dencker, A. F. M. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura.
- Fitzsimmons, J. A; Fitzsimmons, M. J. (2004). *Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação*. São Paulo: Bookman. 4ª ed.
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Artmed, Porto Alegre.

- Freitas, A. L. P., & Almeida, G. M. M. (2010). Avaliação do nível de consciência ambiental em meios de hospedagem: uma abordagem exploratória. *Soc. nat.*, vol. 22, n. 2, p. 405-417. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1982-45132010000200013>
- Freitas, A. L. P., & Almeida, G. M. M. (2013). Classificação da qualidade de serviços em meios de hospedagem: uma abordagem exploratória. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. X, n. 2, p. 363 - 386, dez. Recuperado de <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/528>
- Gama, N. F. P., & Barakat, S. R. (2022). Os atributos da hospitalidade em restaurantes de hotéis em tempos de pandemia de covid-19. *Anais do XV Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/19/2483.pdf>
- Gamble, J. E.; Thompson Junior, A. A. (2012). *Fundamentos da Administração Estratégica: A Busca pela Vantagem Competitiva*. 2ª ed. AMGH.
- Gil, A. C. (2009). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. - 4. ed. - São Paulo: Atlas.
- Gullo, M. C. R. (2020). A economia na pandemia COVID-19: algumas considerações. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 12 (3 – Especial Covid 19), 1-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a05>
- Gusmão, C. S., Ribeiro, R. T., Wada, E. K., & Boeger, M. A. (2021). Hospitalidade e hotelaria hospitalar em tempos de pandemia: o cuidado com pacientes com covid-19 em São Luís – Maranhão – Brasil. *Anais do XVI Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/18/2202.pdf>
- Hemington, N. (2007). From service to experience: understanding and defining the hospitality business. *The Service Industries Journal*, 27 (6), 747-755. DOI: <https://doi.org/10.1080/02642060701453221>
- Ignarra, L. R. (2013). *Fundamentos do turismo*. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning.
- Instituto Brasileiro De Hospitalidade Empresarial (IBHE), 2019. Recuperado de <https://ibhe.com.br/>
- JUS BRASIL. *Artigo 23 da Lei nº 11.771 de 17 de setembro de 2008*. Recuperado de <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10737368/artigo-23-da-lei-n-11771-de-17-de-setembro-de-2008#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20Pol%C3%ADtica%20Nacional,de%201991%3B%20e%20d%C3%A1%20outras>
- Kotler, P.; Keller, K. L. (2012). *Administração de Marketing*. 14ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012.

- Lashley, C., & Morrison, A. (2004). *Em busca da hospitalidade: Perspectivas para o mundo globalizado*. São Paulo: Manole.
- Lashley, C., Lynch, P., & Morrison, A., (2006). (Eds.). *Hospitality: a social lens*. Londres: Elsevier.
- Lohmann, G., & Panosso Netto, A. (2012). *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. 2 ed. Ampl.e atual. São Paulo: Aleph.
- Lopes, R. B. G. (2015). *Administração nos Meios de Hospedagem*. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica Instituto Federal do Norte de Minas Gerais. Recuperado de <http://ead.ifnmg.edu.br/uploads/documentos/7bAfOZP0xy.pdf>
- Lopes, A. S., Wada, E. K., Amorim, G. S., & Saito, T. S. C. (2021). Hospitalidade em tempos de COVID-19 na perspectiva de hotéis e restaurantes. *Anais do XV Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/18/2088.pdf>
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Keh, H. T. (2005). *Services Marketing in Asia*. 4th ed. Prentice-Hall, Singapore, 2005.
- Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais*. 2a ed. São Paulo: Atlas.
- Maia, J. P. P. L., & Guardia, M. S. de A. B. (2010). Hotelaria competitiva: um estudo da hospitalidade oferecida a turistas estrangeiros em Natal/RN. *Anais do VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/88.pdf>
- Organização Mundial Do Turismo (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.
- Organização Mundial Do Turismo (1998). *Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais*. Brasília: Embratur.
- Panosso Netto, A. (2011). *Filosofia do turismo: teoria e epistemologia*. 2.ed. São Paulo: Aleph.
- Perazzolo, O. A., Santos, M. M. C., & Ferreira, L. T. (2016). Turismo e o acolhimento do desejo na construção da hospitalidade. *Anais do XIII Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/589.pdf>
- Pereira, J. K. C., & Gomes C. L. (2022). Tramas da hospitalidade hoteleira: dádiva ou exercício cênico? *Anais do XV Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/19/2530.pdf>
- Peres, L. B., Ficagna, A. V. O & Luz, A. R. (2022). É possível existir hospitalidade? uma análise do idioma como barreira à hospitalidade de imigrantes haitianos nas universidades brasileiras. *EnANPAD 2022*. Recuperado de

http://anpad.com.br/pt_br/article_search/?search%5Bq%5D=hospitalidade&search%5Bsubmit%5D=

Powell, T. C. (2001). *Competitive Advantage: Logical and Philosophical Considerations*. *Strategic Management Journal*, v. 22, n. 9, p. 875-888. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.173>

Ricci-Cagnacci, R., Usui-Napoli, W. H., Rossi, G. B., & Freire, O. B. L. (2021). Os efeitos da Covid-19 na rede hoteleira: uma análise bibliométrica dos artigos científicos sobre hospitalidade durante a pandemia. *Anais do XVIII Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/18/2219.pdf>

Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas.

Rocha, G. A. P., Gimenez, F. A. P., & Vieira, S. F. A. (2019). Estratégia e hospitalidade em pequenos e médios hotéis: Um estudo no município de Londrina/PR/Brasil. *Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis*. Volume 4 – Número 2 – mai-ago/2019.

Rodrigues, V. B. Brito, C. Q., & Pozo H. (2016). Hospitalidade em um contexto virtual possível: análise de sites de reservas de meio de hospedagem. *Anais do XIII Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/503.pdf>

Seminário da ANPTUR. 2023. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/seminario/2023/>

Silva, C. C. B., Moretti, S. L. A., Crotti, M. S. R. (2016). As relações entre hospitalidade, diretrizes empresariais e atendimento na hotelaria: um estudo com modelagem de equações estruturais. *Anais do XIII Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/398.pdf>

Silva, J. A. S. (2004). *Turismo, crescimento e desenvolvimento: Uma análise urbano-regional baseada em cluster*. Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ECA / USP. Recuperado de <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-02122005-231931/publico/JorgeAntonio.pdf>

Sistema Brasileiro De Classificação De Meios De Hospedagem (SBCLASS). *Cadastur*. Recuperado de https://classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloads/manual_usuario_meio_de_hospedagem.pdf

Souza, F. J. M. (2003). *Estratégia e Tecnologias de Informação: Um estudo de Caso*. Dissertação (Mestrado em Sistemas de Informação), Escola de Engenharia, Universidade do Minho, Braga. Recuperado de http://www3.dsi.uminho.pt/ebeira/setembro_05/pdfs%20e%20outros/Dissert.PDF

Spolon, A. P. G. (2016). Hotelaria, hospitalidade e justiça espacial: a conversão de edifícios hoteleiros em habitação de interesse social. *Anais do XIII Seminário da Associação Nacional*

de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/626.pdf>

SPSS. *Software de análise estatística no campo das ciências sociais*. Recuperado de <https://oestatistico.com.br/spss-o-escolhido-para-analises-preditivas/>

Swarbrooke, J., Horner, S. (2002). *O comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo: Aleph.

Teixeira, R. M.; Morrison, A. (2004). Desenvolvimento de Empresários em Empresas de Pequeno Porte do Setor Hoteleiro: Processo de Aprendizagem, Competências e Redes de Relacionamento. *RAC*, v. 8, n. 1, Jan./Mar. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1415-6552004000100006>

Telfer, E. (2000). The philosophy of hospitableness. In Lashley, C., Morrison, A. (Eds.). *In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates*. Butterworth-Heinemann, Oxford.

Tiergarten, M., Alves, C. A. (2008). A visão baseada em recursos (RBV) como estratégia empresarial: um estudo das principais abordagens a partir de um quadro de referenciais teóricos. *Rev. Universo Administração*, v. 2, ano 2, p. 61-74, jan./jun. Recuperado de <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/ragc/article/view/1852/1195>

Valduga, M. C., & Oliveira, R. L. (2022). Hospitalidade em tempos de COVID-19 na perspectiva de hotéis e restaurantes. *Anais do XV Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo*. Recuperado de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/19/2396.pdf>

Wada, E. K.; Camargo, L. O. de L. (2006). Os Desafios da Hotelaria. *GV-executivo (RAE)*. DOI: <https://doi.org/10.12660/gvexec.v5n1.2006.34371>

ⁱ **Autoria:**

Islaine Cristiane Oliveira Gonçalves da Silva Cavalcante - islaine_cristiane@hotmail.com

Lissa Valéria Fernandes Ferreira - lissaferrreira.iadb@yahoo.es