

## Gestão da Hospitalidade e Vantagem Competitiva: Um Estudo de Caso de um *Coworking* da Cidade do Recife

Denise Maria da Silva<sup>1</sup>  
Simone de Lira Almeida<sup>2</sup>  
Viviane Santos Salazar<sup>3</sup>  
José Roberto Ferreira Guerra<sup>4</sup>

### Resumo

O termo *coworking* – em tradução livre, do inglês, “escritório compartilhado” – refere-se a um novo modelo de negócio que propõe um ambiente de trabalho para profissionais liberais, não necessariamente da mesma área de atuação, que possam compartilhar o espaço físico, os recursos, as experiências e os conhecimentos, proporcionando assim, a redução de despesas com os escritórios convencionais, além de desenvolver relações profissionais com os demais integrantes, e tão logo podendo inclusive favorecer o nascimento e amadurecimento de ideias e projetos em conjunto. A identificação de traços de hospitalidade em espaços de *coworking*, juntamente com a crescente oferta desse tipo de negócio na cidade do Recife, despertou o interesse dos autores desse artigo em analisar a relação existente entre a hospitalidade e a vantagem competitiva. Especificamente, porque partimos do princípio que a gestão de uma empresa prestadora de serviços fundamentada nos princípios da hospitalidade, pode conquistar mais facilmente o reconhecimento e a valorização por parte de seus clientes, visto que o bem acolher não costuma ser uma preocupação da maioria das empresas que ainda atuam norteadas apenas pela administração clássica (planejar, organizar, executar e controlar), sem a sensibilidade que a hospitalidade representa. Diante desse contexto, o estudo teve o objetivo de identificar quais os recursos usados para gerenciar a hospitalidade geram vantagem competitiva a um espaço de *Coworking* da cidade do Recife. Para fins conceituais, a hospitalidade foi abordada pela perspectiva comercial – que diz respeito ao atendimento das necessidades e satisfação do indivíduo por meio de troca monetária – devido ao fato de o espaço de *Coworking* ser um negócio e, assim, demandar análise à luz dos aspectos de mercado/comércio. Em termo metodológico, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa-descritiva em forma de estudo de caso realizado em um espaço de *Coworking* da cidade do Recife. As técnicas de coleta de dados utilizadas foram a entrevista e observação. A análise dos dados foi realizada com auxílio do modelo VRIO (Valor, Raridade, Imitabilidade e Organização) adaptado para análise do potencial competitivo de recursos e capacidades do *Coworking* selecionado. O resultado desta aplicação revelou que os recursos que geram vantagem competitiva ao *Coworking* estudado foram: localização, recursos humanos, cultura organizacional e objetivos estratégicos.

**Palavras-chave:** Hospitalidade; Gestão; Vantagem competitiva; *Coworking*.

<sup>1</sup> Bacharela em hotelaria. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da UFPE (PPHTUR/UFPE). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6718590955260917> . dnizms@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Administração. Professora do Departamento de Hotelaria e Turismo da UFPE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4724966662551377> . simoneufpe.almeida@gmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Administração. Professora do PPHTUR/UFPE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0331772105868515> . viviane\_salazar@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Doutor em Administração. Professor da PPHTUR/UFPE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1065501973328121> . j.roberto.guerra@gmail.com