



COMPETITIVIDADE EM EMPRESAS E DESTINOS: ESTUDOS E PRÁTICAS ADMINISTRATIVAS NAS ATIVIDADES DO TURISMO E HOTEIS.

COMPETITIVENESS IN COMPANIES AND DESTINATIONS: STUDIES AND ADMINISTRATIVE PRACTICES IN TOURISM AND HOTEL ACTIVITIES.

LEANDRO CELESTINO

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

MARIA ADRIANA LEANDRO

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

NAICHE VAN DER POEL

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o IX SINGEP e a 9ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **20, 21 e 22 de outubro de 2021**.

Agradecimento à órgão de fomento:

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



COMPETITIVIDADE EM EMPRESAS E DESTINOS: ESTUDOS E PRÁTICAS ADMINISTRATIVAS NAS ATIVIDADES DO TURISMO E HOTEIS.

Resumo

A cocriação de valor é um tema atual e relevante para as empresas no setor de turismo e hotelaria, pois coloca, cada vez mais, foco nos stakeholders e, em especial, nos consumidores, para criar valor e inovar. A partir de uma revisão de literatura de 91 artigos, selecionados da base SPELL e organizados em uma matriz de amarração, foram extraídos: tema, ano das publicações, autorias, resumo, palavras-chave e objetivos. Os resultados indicam que: i) a cocriação de valor contribui para gestores e administradores nas práticas administrativas das organizações; ii) o engajamento de stakeholders contribui com as práticas administrativas ao incentivar o compartilhamento de experiências para o processo de decisão. Concluiu-se a importância da internet e das mídias sociais para o relacionamento entre stakeholders e a atuação das organizações do setor, com foco não só nas necessidades dos consumidores, mas também na participação ativa no processo de criação de valor.

Palavras-chave: Competitividade, Turismo e hotelaria, Stakeholders, Cocriação



COMPETITIVENESS IN COMPANIES AND DESTINATIONS: STUDIES AND ADMINISTRATIVE PRACTICES IN TOURISM AND HOTEL ACTIVITIES.

Abstract

Value co-creation is a current and relevant theme for companies in the tourism and hospitality sector, as it increasingly focuses on stakeholders and, especially, consumers, to create value and innovate. From a literature review of 91 articles, selected from the SPELL database and organized in a mooring matrix, were extracted: theme, year of publications, authorship, abstract, keywords and objectives. The results indicate that: i) value co-creation contributes to managers and administrators in the administrative practices of organizations; ii) stakeholder engagement contributes to administrative practices by encouraging the sharing of experiences for the decision-making process. It was concluded the importance of the Internet and social media for the relationship between stakeholders and the performance of organizations in the sector, focusing not only on the needs of consumers, but also on active participation in the process of creating value.

Keywords: COMPETITIVENESS, Tourism and hospitality, Stakeholders, Co-creation

COMPETITIVIDADE EM EMPRESAS E DESTINOS: ESTUDOS E PRÁTICAS ADMINISTRATIVAS NAS ATIVIDADES DO TURISMO E HOTEIS.

Contextualização:

No cenário do segmento de turismo e hotelaria, para sobreviver e seguir atuando, com visão de curto médio e longo prazos, as empresas buscam ser competitivas, interagir com consumidores e inovar em produtos e serviços. A cocriação de valor é um tema atual e relevante para a competitividade de uma organização, pois coloca, cada vez mais, foco nos *stakeholders*, com especial participação dos consumidores, e na participação conjunta entre eles para criar valor e inovar.

Objetivos:

Realizar uma revisão de literatura para identificar artigos que abordam as temáticas cocriação de valor, competitividade e práticas administrativas nos campos do turismo e hotelaria. A pesquisa se justifica, pois fornece dados para o avanço teórico sobre os temas e contribui também, para gestores e administradores, enumerando práticas administrativas eficazes para potencializar a competitividade das organizações.

Fundamentação Teórica:

O compartilhamento de experiências pode ser apontado como um dos principais fatores no processo de tomada de decisão (Coelho; Ribeiro; Costa, 2018). Para Porter (1979) e o estudo das cinco forças, a vantagem competitiva é resultante de condições do ambiente externo, como por exemplo, barreiras de entrada para novos players. Barney (1991) defende que a vantagem competitiva é oriunda dos recursos internos que a organização possui.

Metodologia:

A revisão da literatura consistiu na identificação e categorização dos estudos sobre os temas: cocriação de valor, competitividade e práticas administrativas. Foi realizado um levantamento dos artigos da base SPELL, utilizando as palavras-chave “competitividade”, “hotéis” e “hospitalidade”. Após a identificação e seleção dos artigos, foi elaborada uma matriz de amarração, com o objetivo de extrair: tema dos artigos da amostra, ano das publicações, autorias, resumo dos artigos, palavras-chave e objetivos dos estudos.

Resultados e Análises:

A partir das buscas na base de dados, seleção somente de artigos, escritos na língua portuguesa, alcançamos a amostra final de 91 documentos. Os principais resultados indicam que: i) a cocriação de valor contribui para gestores e administradores nas práticas administrativas das organizações; ii) o engajamento de *stakeholders* contribui com as práticas administrativas ao incentivar o compartilhamento de experiências necessárias para o processo de decisão.

Considerações Finais:

O mercado está em constante mutação e as empresas precisam acompanhá-lo para conseguir competir e sobreviver. Os estudos que envolvem cocriação de valor, selecionados a partir da nossa revisão, identificaram a importância da internet e das mídias sociais para o relacionamento entre *stakeholders* e a atuação das organizações com foco não só nas necessidades dos consumidores, como na sua participação ativa no processo de criação de valor, para obtenção de vantagem competitiva sustentável.

Referências:

ALDRIGUE, N. S. O turismo para a comunicação ou a comunicação para o turismo? **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 6, n. 10, p. 73-84, 2018.

BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

COELHO, L. M.; RIBEIRO, T. L. S.; COSTA, B. K. Importância das relações C2C na cocriação de valores em organizações de turismo. **Revista Hospitalidade**, v. 15, n. 2, p. 183-194, 2018.

PORTER, M. E.; The structure within industries and companies' performance. **The review of economics and statistics**, p. 214-227, 1979.

TEECE, J.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic management journal**, v. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.

ZAHRA, A.; GEORGE, G. The net-enabled business innovation cycle and the evolution of dynamic capabilities. **Information systems research**, v. 13, n. 2, p. 147-150, 2002.

Palavras-chave:

Competitividade. Turismo e hotelaria. Cocriação. *Stakeholders*.