XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Recursos Competitivos e Desempenho na Hotelaria do Distrito Federal: uma análise a partir da perspectiva do consumidor

Daniel Pires Vieira[1]
Valmir Emil Hoffmann[2]
Pedro Vicente da Silva Neto[3]
Gabriel de Lacerda Rangel[4]

Resumo
O presente trabalho tem por objetivo avaliar a influência dos recursos estratégicos das empresas de hospedagem sobre seu desempenho, a partir da percepção dos consumidores. Partindo do arcabouço proporcionado pela Visão Baseada em Recursos – VBR, assume-se que as empresas são conjuntos de recursos heterogêneos, o que possibilita que a busca por vantagens competitivas ocorra de maneiras distintas. Adicionalmente, entende-se que recursos diferenciais, que possibilitem a obtenção de desempenhos superiores, são naturalmente escassos. Nesse contexto, a obtenção de vantagens competitivas é derivada de desigualdades entre competidores, devendo essas serem percebidas pelo mercado consumidor. Para consecução do objetivo proposto, foram coletados dados sobre as avaliações dos consumidores sobre aspectos presentes em estabelecimentos de hospedagem do Distrito Federal disponíveis no sítio www.booking.com.br. Os dados foram analisados a partir de regressão simples e múltipla. Os resultados das análises de regressão simples indicaram a influência significativa dos recursos Localização, Limpeza, Funcionários, Conforto, Comodidades e Custo-Benefício sobre o desempenho das empresas. Esse resultado corrobora a perspectiva de que esses recursos são valiosos para as empresas analisadas. Ao analisar os dados de forma conjunta, a partir da regressão múltipla, pode-se observar que somente o recurso Localização manteve a influência significativa sobre o desempenho empresarial. Esse resultado encontrado permite argumentar, no contexto das empresas analisadas, somente a Localização é um recurso estratégico percebido pelos consumidores e capaz de gerar uma vantagem competitiva sustentável. Ainda que o tombamento da área central de Brasília seja um aspecto explicativo do resultado encontrado, a prevalência da Localização enquanto recurso estratégico em detrimento dos demais aspectos analisados coloca em perspectiva o papel da qualidade dos serviços prestados para a competitividade dos estabelecimentos de hospedagem, uma vez que, no contexto analisado, a busca pela qualidade pela hotelaria resulta somente em uma fonte de paridade competitiva. Esse resultado contraintuitivo coloca em perspectiva a compreensão da qualidade do serviço prestado ao turista para o desempenho dos estabelecimentos de hospedagem.

Palavras-chave: Estratégia; Recursos; Hotéis.

[1] Doutor e Mestre em Administração – Universidade de Brasília (UnB). Docente do Mestrado Profissional em Administração – Programa de Pós-graduação em Administração – UnB. Servidor Ministério do Turismo. Lattes: http://lattes.cnpq.br/8479518094057050 . E-mail: vieira.pires@gmail.com.

[2] Doutor em Administração – Universidade de Zaragoza – Espanha. Professor Titular Universidade de Brasília (UnB). Docente do Programa de Pós-graduação em Administração – UnB. Lattes: http://lattes.cnpq.br/0236421856397794. E-mail: ehoffmann@unb.br.

[3] Mestrando pela Universidade Católica de Brasília, Graduado em Estatística pela Universidade Federal de Pernambuco. Servidor Ministério do Turismo. Lattes: http://lattes.cnpq.br/2801132551302588. E-mail: pedropvsn@gmail.com.

[4] Graduando em Turismo – Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília. E-mail: rangel.la.gabriel@gmail.com.