



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022  
ISSN 2177-3866

## **ESTRATÉGIAS IMPLEMENTADAS NAS EMPRESAS HOTELEIRAS LOCALIZADAS NA REGIÃO DE PORTO DE GALINHAS ANTES E DURANTE O DERRAMAMENTO DE ÓLEO E DA COVID-19**

**ADRIANA MIRELLY SILVA SPINDOLA CORREIA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

**YÁKARA VASCONCELOS PEREIRA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

Agradecimento à órgão de fomento:

Os agradecimentos são para a Universidade Federal de Pernambuco pelo apoio financeiro viabilizado pelos editais 05/2021 - EDITAL PIBEXC, Propesqi nº 09/2020 (Edital Qualis A), PROPESQI nº. 10/2020 de Humanidades e PROPG nº. 03/2020 e PROPG nº. 02/2021 - Edital de Apoio ao Pesquisador vinculado aos Programas de Pós-Graduação da UFPE. Ademais, os agradecimentos são estendidos também à Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE) pela concessão de bolsa para a realização desta pesquisa, ao CNPQ Edital Universal 2018 e à CAPES.

## **ESTRATÉGIAS IMPLEMENTADAS NAS EMPRESAS HOTELEIRAS LOCALIZADAS NA REGIÃO DE PORTO DE GALINHAS ANTES E DURANTE O DERRAMAMENTO DE ÓLEO E DA COVID-19**

### **Introdução**

Para a Administração Estratégica, a estratégia não é um tema recente. No entendimento de Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2010) a estratégia é formada por uma série de decisões e ações, sendo considerada dinâmica e segue determinado padrão. A estratégia como instrumento de gestão tem sido utilizada em organizações que buscam alavancar o patamar de desempenho, sendo especialmente importante em ambientes competitivos. O segmento econômico de hospitalidade é reconhecido pela sua competitividade (MARTIN-RIOS; CIOBANUA, 2019).

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Este estudo teórico-empírico tem o objetivo de analisar as ações estratégicas implementadas pelos empreendedores internacionais dos hotéis e pousada localizados em Porto de Galinhas-PE, e no entorno, frente às catástrofes do derramamento de óleo e da Covid-19.

### **Fundamentação Teórica**

Conceitualmente, a estratégia está ligada à ideia de compreender e antever cenários, de modo a estabelecer ações que possam ser executadas neles (SCHNAARS, 1991). Para Porter (1996), posicionar-se estrategicamente é fazer diferente da concorrência ou até investir no mesmo produto ou serviço oferecendo-o distintamente. Antoni, Medeiros e Meurer (2013, p. 448) complementam: “A análise da concorrência evidencia a competitividade do setor”. O desafio é real para qualquer segmento da economia, principalmente os setores que trabalham com serviços, como por exemplo, a hotelaria.

### **Metodologia**

Trata-se de um estudo de múltiplos casos de abordagem qualitativa. A pesquisa qualitativa localiza o observador no mundo, sendo composta por práticas materiais (entrevistas, conversas, fotografias e gravações) e interpretativas que dão visibilidade ao mundo (DENZIN; LINCOLN, 2006). Foram analisados com apoio do software ATLAS.ti documentos e transcrições de entrevistas semiestruturadas realizadas com dirigentes, gestores e colaboradores de hotéis, pousada, Associação dos Hotéis de Porto de Galinhas (AHPG) e Porto de Galinhas Convention & Visitors Bureau (PGACVB).

### **Análise dos Resultados**

Como resultado deste estudo, constatou-se que no tocante às ações estratégicas antes das catástrofes, constata-se que a diferenciação esteve presente nos Hotéis A, B e D e como elementos diferenciadores encontram-se: serviços oferecidos, bebidas personalizadas e regionalizadas, Revenue Management, infraestrutura moderna. Quanto às ações estratégicas no contexto de catástrofes, atesta-se que a diferenciação também está presente no Hotel-A e Hotel-B com a implantação de novos serviços (All inclusive e certificação Bureau Veritas) respectivamente.

### **Conclusão**

Esta investigação revela que diferenciação forma a base essencial para a consolidação do destino turístico no mercado doméstico e internacional. Os meios de hospedagem cooperam de modo a colaborar e ao mesmo tempo competir. Devido a essa parceria existente entre os players, observam-se semelhanças nas características das estratégias dos empreendimentos que conseguiram

sobreviver à crise advinda da pandemia. Portanto, esses resultados indicam que as estratégias empresariais adotadas nos hotéis e pousadas influenciam o fortalecimento do destino turístico.

### **Referências Bibliográficas**

DENZIN, N. K.; LINCOLN, I. O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. Porto Alegre: Artmed, 2006. MARTIN-RIOS, C.; CIOBANUA, T. Hospitality innovation strategies: an analysis of success factors and challenges. *Tourism Management*, v. 70, n. 1, p. 218-229, 2019. MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári de estratégia: um roteiro para selva do planejamento estratégico. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. PORTER, M. E. What is strategy? *Harvard Business Review*, v.74, n. 6, p. 61-78, 1996.