

GERENCIAMENTO DA INFORMAÇÃO COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA NO TURISMO: O CASO DOS SUPERANFITRIÕES DO AIRBNB

André Luiz Vieira Soares, Lissa Valéria Fernandes Ferreira

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Membro do Grupo de Estudos em Gestão do Turismo (GESTUR) Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

O Gerenciamento da Informação segue o avanço da tecnologia, que na Era do Conhecimento se completam, sendo utilizado como uma ferramenta de gestão capaz de agregar valor a uma destinação ou empreendimento turístico. Dentro do Airbnb, o usuário que melhor utiliza essas práticas, se destaca, além de obter melhores resultados, obtém reconhecimento dentro do próprio ambiente, recebendo um selo que o certifica como SuperHost/SuperAnfitrião. Ao obter uma cadeia de valor baseada na informação, o Airbnb destacou-se como uma forte tendência no setor de hospedagens. Para o presente estudo, é realizada uma discussão com os conceitos teóricos agregados a dados secundários, compostos por 96 SuperAnfitriões no Airbnb existentes nos destinos Natal, João Pessoa, Fortaleza e Recife, visando um olhar aplicado do assunto discutido. De acordo com os dados, vemos que diferentes utilizações da informação fomentam inúmeras atividades e serviços na comunidade virtual. Ao alinhar sua gestão tomando como base as práticas de TICs, o Airbnb utiliza-se desse recurso para obter um desempenho elevado no mercado (Chen e Wu, 2011). Com isso, esses membros se tornam mais competitivos, por utilizarem as informações disponibilizadas no dispositivo, deixadas por usuários que se hospedaram ou por mensagens enviadas por futuros hóspedes, para que sejam identificados fatores que podem melhorar continuamente seu produto gerando satisfação, além disso, ainda é possível criar novas oportunidades mediante o que foi explicitado. A discussão do Gerenciamento da Informação como uma estratégia para empresas contribui para que essa ferramenta desenvolva o potencial das mesmas. Ao abordar essa modalidade emergente de hospedagem, o estudo contribui para que os aspectos gerenciais que recebem destaque no Airbnb sejam analisados a fim de compreender resultados tão significativos da plataforma na área do turismo.

Palavras-chave: Gerenciamento da Informação; Estratégia Competitiva; Turismo; Airbnb.

Referências: Airbnb. (2016). Acedido em 16 de julho de 2016, em <https://www.airbnb.com.br/> Bizirgianni, I., & Dionysopoulou, P., (2013). The influence of tourist trends of Youth Tourism through Social Media (SM) & Information and Communication Technologies (ICTs). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, pp. 652 - 660. Chen, Y. C. & Wu, J. H. (2011). IT management capability and its impact on the performance of a CIO. *Information & Management*, 48(4), 145-156. Chenhall, R. (2007). Theorising contingencies in management control systems research. En C. Chapman, A. Hopwood, y M. Shields (Eds.), *Handbook of Management Accounting Research* (pp. 163-206). Oxford: Elsevier. Choo, C. W. (2003). A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac São Paulo. Gerdin, J. & Greve, J. (2004). Form of contingency fit in management accounting research — a critical review. *Accounting Organizations and Society*, 29(3), 303-326. Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing*. (10 ed). São Paulo: Prentice Hall. Minghetti, V. & Celotto, E. (2015). Destination Web reputation: Combining explicit and implicit popularity to build an integrated monitoring system. *E-Review of Tourism Research*, (6), 1-5. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press. Ramírez, M. G. (2004). *Desempeño organizacional: retos y enfoques contemporáneos*. México: Universidad de Occidente. Raymond, L., Bergeron, F. & Croteau, A. M. (2013). Innovation capability and performance of manufacturing SMEs: effect of IT integration. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 23(3), 249-272. Senge, P. (1990). *The fifth discipline: the art and practice of learning organization*. NY: Doubleday Swarbrooke, J. & Horner, S. (2002). *O comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo: Aleph