

LA INTELIGENCIA COMPETITIVA APLICADA A LAS REDES HOTELERAS BRASILEÑAS

Danielle Faust Cruz
Sara Joana Gadotti dos Anjos
Universidade do Vale do Itajaí
Balneário Camboriú, SC - Brasil

La creciente competencia del mercado turístico y hotelero constituye una de las principales preocupaciones de los gestores. Las fuerzas competitivas, así como la semejanza de equipamientos y servicios ofrecidos por las empresas pueden representar amenazas, principalmente a los emprendimientos que no monitorean los ambientes externo (competitivo) e interno, en busca de ventajas competitivas y mayor seguridad en la toma de decisiones. El presente artículo tiene por objetivo principal analizar las herramientas de la Inteligencia Competitiva utilizadas por las redes hoteleras de gran porte situadas en el sudeste de Brasil, que constituyen el 26,3% del universo poblacional. Este estudio, de carácter exploratorio con abordaje cualitativo y cuantitativo, se valió de una encuesta estructurada, de múltiple elección, con escala de Likert de 5 puntos; que fue realizada a 31 gestores y empresarios de hoteles de gran porte (200 o más U.H.), de acuerdo con la clasificación presentada por Duarte (2005) y Tuch (1999). Para el análisis de los resultados, se utilizaron métodos estadísticos que permitieron realizar las inferencias pertinentes al universo poblacional. Los resultados indican que los gestores tienen poco conocimiento del tema en cuestión (IC); y que las herramientas de la IC y la información son utilizadas con escasa frecuencia, en el sentido de aplicar la inteligencia para ayudar en el proceso de toma de decisiones.

PALABRAS CLAVE: *Inteligencia competitiva, gestión de redes hoteleras, toma de decisiones, Brasil.*