

# Turismo de negócios: Uma atividade económica ofertante de produtos/serviços de alta performance

ANTONIO OSCAR GOES \* [ oscargoes11@hotmail.com ]

CARLA REGINA FERREIRA FREIRE GUIMARÃES \*\* [ carlafreire@hotmail.com ]

GILBERTO DE SOUZA GUIMARÃES JÚNIOR \*\*\* [ guimaraes.gilbertos@hotmail.com ]

**Palavras-chave** | Qualidade, Percepção, Ilhéus.

**Objetivos** | Esta pesquisa tem como objetivo geral avaliar uma atividade econômica ligada ao setor de turismo de Ilhéus, Bahia, Brasil. Especificamente, pretende-se: identificar os serviços ofertados aos clientes pelo negócio em análise; analisar os produtos/serviços demandados pelos usuários permanentes e flutuantes desse tipo de comércio; sugerir ações de melhoria (em todas as funções administrativas) para o empreendimento analisado objetivando o alcance de melhores resultados (lucro e sobrevivência).

**Metodologia** | Foi aplicada uma pesquisa qualitativa e quantitativa. Ao nível da qualitativa, utilizou-se um estudo de caso de um empreendimento do setor de turismo situada no município de Ilhéus – Bahia – Brasil; na parte quantitativa, analisou-se a percepção dos clientes desse tipo de comércio quanto à qualidade dos produtos/serviços prestados. O município de Ilhéus possui 93 km de praias exuberantes numa vasta área de Mata Atlântica e inúmeras barracas de praia ao longo do litoral. Em Ilhéus, esses tipos de empreendimentos estão situados na área norte, no sul da cidade. Esta pesquisa adotou o estudo bibliográfico, para dar embasamento teórico e tratamento aos dados coletados no referido trabalho. Foi utilizado também o método de observação direta e contou com dados primários, coletados através de questionários aplicados aos clientes do empreendimento, através do processo não probabilístico simples, ou seja, o critério de exaustão para amostragem. A pesquisa abordou temas como prestação de serviços, benefícios e qualidade que foram analisados quantitativamente. Os dados não mensuráveis, como a motivação e percepção, foram analisados qualitativamente. Utilizou-se o método estatístico-descritivo e comparativo que apresenta características úteis para atingir os objetivos propostos.

**Principais resultados e contributos** | O empreendimento turístico analisado situa-se na rodovia Ilhéus-Olivença Km 5,3, na Praia do Sul no município de Ilhéus, Estado da Bahia. Começou a funcionar no mês de maio de 2000, prestando serviço no segmento de entretenimento e gastronomia, possui 6 (seis) funcionários: 01 (um) assistente, 01 (uma) cozinheira, 03 (três) garçons e 01 (um) administrador.

\* **Mestre em Administração** pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), **Doutorando em Sociologia Económica e das Organizações** no ISEG/UTL, **Professor Assistente** do Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis (DCAC), da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).

\*\* **Mestre em Economia Aplicada** pela Universidade de São Paulo (USP), **Doutoranda em Economia** no ISEG/UTL. **Professora Assistente** do Departamento de Ciências Económicas (DCEC), da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).

\*\*\* **Licenciado em Administração** pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), **Mestrando em Gestão de Empresas** na Universidade Lusófona.

A estrutura física é pequena e uma das metas é exatamente aumentar para que possa atrair mais clientes e proporcionar um melhor atendimento, satisfazendo assim o cliente, mas isto requer um planeamento financeiro, pois esta ampliação deve ser feita com recursos próprios. Por ser uma empresa pequena, as decisões relacionadas às áreas de produção, marketing, finanças e recursos humanos são tomadas pelo proprietário. Entretanto, o empresário alarga para o direito a cada funcionário de opinar e apresentar sugestões que vislumbrem a melhoria dos processos nas referidas áreas de atuação.

Tem como pontos fortes: Boa localização, espaço infantil e boa culinária. Como pontos fracos, destacam-se: infraestrutura sanitária inadequada, rotatividade na mão-de-obra e *layout* interno do empreendimento.

**Limitações** | O setor de serviços se encontra em constante evolução e deve ser sempre avaliado.

**Conclusões** | Conclui-se que o empreendimento analisado possui muitas fraquezas em relação a sua gestão de qualidade, principalmente no quesito instalações sanitárias e limpeza. Portanto, sugere-se que a direção tome algumas medidas para melhorar sua qualidade no atendimento por isso é importante ter um foco no cliente porque é óbvio que todas as organizações tem prioridade em seus clientes e, por conseguinte, deve-se compreender ou se possível antever as suas necessidades, atender seus requisitos e esforçar-se para ultrapassar, superando assim as suas expectativas. A política de qualidade deve ser pensada nas necessidades e desejos dos seus demandantes.

É importante criar e manter serviços de atendimento com qualidade seja nas partes técnica, funcional, operacional e visual. Além disso, é necessário que a direção do empreendimento trabalhe no envolvimento dos funcionários porque fomentar a motivação nas pessoas, em todos os níveis hierárquicos é imprescindível para que fique perceptível a importância do seu envolvimento possibilitando assim o uso eficiente das suas habilidades, e que as mesmas sejam usadas para o benefício da organização.

Por fim, trabalhar para a melhoria do marketing é importante para qualquer organização, ter uma política agressiva na divulgação do seu produto ou serviço, para fazer chegar a seus consumidores alvos, e deixar explícito quais os benefícios que eles terão em procurar sua organização. É de suma relevância uma maior preocupação com os clientes que vão ao estabelecimento pela primeira vez, procurar oferecer um serviço de qualidade para tornar o visitante em cliente, estar sempre atento para atender as expectativas desse cliente.