



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO E HOTELARIA

DIANA PAIXÃO DE OLIVEIRA MARQUES

**PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR
TURÍSTICO DO PÓLO SALVADOR E ENTORNO**

Salvador

2011

DIANA PAIXÃO DE OLIVEIRA MARQUES

**PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR
TURÍSTICO DO PÓLO SALVADOR E ENTORNO**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Turismo e Hotelaria,
Departamento de Ciências Humanas da UNEB, como requisito parcial
para a obtenção do grau de Bacharel Turismo e Hotelaria.

Orientador: Professor Tadeu Bello dos Santos

Salvador

2011

DIANA PAIXÃO DE OLIVEIRA MARQUES

**PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR
TURÍSTICO DO PÓLO SALVADOR E ENTORNO**

Trabalho de conclusão do curso apresentado à Universidade do Estado da Bahia - UNEB, como pré-requisito para a obtenção do título de bacharel em Turismo e Hotelaria.

APROVADO EM ___/___/2011

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Tadeu Bello dos Santos - UNEB
Especialista em Turismo / Orientador

Profª. Aliger Pereira dos Santos
Mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social

Profª. Sofia Souza Rodrigues - UFEBA
Doutoranda em Administração

Dedico este trabalho a todos aqueles que sempre acreditaram em mim, especialmente ao meu pai, pela compreensão e incentivo ao longo de minha trajetória, a minha mãe pelo apoio, a João que não poupou esforços para me ajudar nesta caminhada e ao meu querido irmão Leonardo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por ter-me dado forças nas horas mais difíceis, ajudando-me a não desistir.

Aos meus pais, Rosângela e Edson, e meu irmão Leonardo, por terem me dado a oportunidade de estar aqui e por acreditarem que eu era capaz.

Agradeço ao professor e orientador Tadeu Bello, pelos ensinamentos e eficiente orientação em todas as etapas deste trabalho.

Agradeço aos meus familiares, tios e tias, avós, primos e primas pelos votos de confiança.

Agradeço aos meus queridos e verdadeiros amigos, pela compaixão, amor e respeito, em especial Mariana, Manoela, Fernanda, Ananda e Larissa.

Aos meus amigos e colegas da UNEB por terem compartilhado tantos momentos felizes na incessante transformação do saber, em especial Carla Daiane, Walesca, Elaine, Maria Auxiliadora e Rejane Carla.

Aos funcionários do Departamento de Ciências Humanas, em especial à Rafaela do colegiado do curso por tanta dedicação e disponibilidade.

Aos Professores da Banca pelas valiosas contribuições

A todos aqueles que de uma forma ou de outra, contribuíram para a realização deste trabalho.

“De tudo ficaram três coisas:
a certeza de que estava sempre começando,
a certeza de que Ra preciso continuar e
a certeza de que seria interrompido antes de terminar
fazer da interrupção um caminho novo,
da queda em passo da dança,
do medo uma escada, do sonho uma ponte,
da procura um encontro.”

Fernando Sabino

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de analisar o Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico do Polo Salvador e Entorno. Foi adotada neste trabalho uma pesquisa do tipo exploratória através de pesquisas de levantamento e bibliográficas. Quanto à abordagem de pesquisas foram aplicados questionários de perguntas fechadas e abertas. Os entrevistados foram Profissionais e turistas que estão concentrados no território a ser pesquisado. Do universo de 481 Hotéis, 216 restaurantes e 294 atrações, segundo pesquisas realizadas pela autora do trabalho, foram entrevistadas 100 profissionais da área. Como hipótese a autora do projeto estabelece que a implantação do Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno foi muito importante para desenvolver a capacidade hoteleira e a gestão dos empresários ligados ao setor turístico nas regiões de Salvador e entorno, influenciando de forma positiva e significativa no desenvolvimento econômico e social das regiões abrangentes pelo programa. O presente estudo apresenta como objetivo geral a Análise do Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico do Polo Salvador e Entorno para o desenvolvimento do setor turístico. Os objetivos específicos que norteia a pesquisa são: identificar e avaliar as ações e instrumentos utilizados pelo Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno para promover a capacitação dos gestores participantes do programa, destacando a contribuição do Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno para o desenvolvimento do setor turístico. O objetivo sugerido deste trabalho foi alcançado após a coleta, descrição e análise dos dados. Constatou que o crescimento na qualificação turística tem tido um crescimento não só para visita de turistas, mas principalmente pela necessidade de ocupação profissional e aumento da renda familiar.

Palavras - chave: Qualificação empresarial; Polo Turísticos; Ocupação profissional; Renda familiar.

ABSTRACT

This work aims to analyze the Qualification Program Business Sector Tourism Pole Salvador and surroundings. It was adopted in this work a kind of exploratory research through surveys and bibliographical survey. The approach to the research questionnaires were applied to closed and open questions. The respondents were professionals and tourists are concentrated in the territory will be searched. The universe of 481 hotels, 216 restaurants and 294 attractions, according to surveys conducted by the author's work have been entrevistadas100 professionals. As a hypothesis the author of the bill establishes that the implementation of the Programme of Business in Tourism Sector Qualification - Pole Salvador and surrounding areas was very important to develop the capacity and management of hospitality businesses related to tourism industry in the areas of Salvador and surrounding areas, influencing positively and significant economic and social development of regions by comprehensive program. The present study has the general objective of the Qualification Program Review of the Business tourism Sector Pole Salvador and surrounding areas for the development of tourism. The specific objectives that guided the research are to identify and evaluate the actions and instruments used by the Enterprise Qualification Program in Tourism Sector - Pole Salvador and surrounding areas to promote the training of managers participating in the program, highlighting the contribution of the Qualification Program Business Sector tourism - Pole Salvador and surrounding areas for the development of the sector touristic. O suggested goal of this work was obtained after the collection, description and analysis of data. Found that growth in tourism qualifications has grown not only for visiting tourists, but mainly by the need to increase occupation and family income.

Key - words: Qualifying Business; Pole Rental; Professional Occupation; Family Income.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 TURISMO: LEVANTAMENTOS CONCEITUAIS SOBRE O OBJETO EM ESTUDO	20
1.1.1 Turismo: Sustentabilidade e Desenvolvimento	22
1.1.2 Serviços: sua relação direta com os clientes	24
1.1.3 Qualidade: gestão em destinos turísticos	26
2. A IMPORTÂNCIA DA QUALIFICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR TURÍSTICO	30
2.1 ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS	30
2.2 QUALIFICAÇÃO: UM FATOR COMPETITIVO	33
2.3 A COMPETITIVIDADE NO SISTEMA TURÍSTICO	35
2.3.1 Desenvolvimento Econômico do Setor Turístico	37
3. PROGRAMAS DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO	39
3.1 PROGRAMA PRODETUR	39
3.2 PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE CAPACITAÇÃO UTILIZADOS PELO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO	43
3.2.1 Clube da Excelência no Turismo	43
3.2.2 Programa EMPRETEC	45
3.2.3 Atendimento Individualizado	49
3.2.4 Central de Negócios	49
3.2.5 Cooperar para competir	52
3.2.6 Seminário Turismo e Qualidade	52
3.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS: PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO	52
CONCLUSÃO	60

REFERÊNCIAS	62
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS	64
APÊNDICE	
APÊNDICE A – FOTOS DOS PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS DE SALVADOR E ENTORNO	65
APÊNDICE B – FOTOS DO PROGRAMA DE ENCERRAMENTO DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESÁRIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO	67
ANEXOS	
ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESÁRIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO	70

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Enfoque Econômico de Oferta	32
Tabela 2: Produtos e Serviços	55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Receitas de Fluxos Turísticos Internacionais	37
Figura2: Mapa Turístico de Salvador e Entorno	42
Figura 3: Baía de Todos os Santos	64
Figura 4: Baía de Todos os Santos	64
Figura 5: Farol da Barra	65
Figura 6: Cidade Histórica de Cachoeira – Bahia	65
Figura 7: Seminário Turismo com Qualidade	66
Figura 8: Seminário Turismo com Qualidade	66
Figura 9: Seminário Turismo com Qualidade	67
Figura 10: Seminário Turismo com Qualidade	67
Figura 11: Seminário Turismo com Qualidade	68
Figura 12: Seminário Turismo com Qualidade	68

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Serviços a serem prestados pelo Turismo local	21
Gráfico 2: Controle de Qualidade	31
Gráfico 3: Destaque das Atividades dos Turismólogos	34
Gráfico 4: Participantes do Empretec	46
Gráfico 5: Sexo	53
Gráfico 6: Escolaridade	54
Gráfico 7: Empreendimento	54
Gráfico 8: PRODETUR	55
Gráfico 9: Influência do PRODETUR	56
Gráfico 10: Formação Profissional	57
Gráfico 11: Ações realizadas pelo Programa	57
Gráfico 12: Benefícios do Programa de Qualificação	59

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

PDITS – Planos de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável

PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo

SEBRAE – Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresas do Estado da Bahia

SETUR – Secretária de Turismo do Estado da Bahia

UEES – Unidade Executora Estadual

UFBA – Universidade do Estado da Bahia

UNEB – Universidade do Estado da Bahia

1 INTRODUÇÃO

Este projeto pretende realizar estudos na melhoria das condições institucionais e de infraestrutura para a expansão e a qualificação da atividade turística no Estado da Bahia, o projeto no qual estar sendo explanado tem como objetivo geral, analisar o Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno. Programa este que tem como intuito promover o desenvolvimento social da atividade turística desenvolvida pelas regiões abrangentes, por meio de qualificar esses empresários, para melhor atender os turistas e desenvolver seu empreendimento, através da qualificação profissional.

O Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno foi desenvolvido pelo Ministério do Turismo em parceria com a Secretaria Estadual de Turismo do Estado da Bahia (SETUR), executado pelo Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas do Estado da Bahia (SEBRAE), no período de dois anos (janeiro de 2009 a dezembro de 2010). O programa surge da visão do Governo do Estado da Bahia e do Ministério do Turismo quanto à importância da capacitação como fator competitivo para o turismo na atual conjuntura.

O turismo é uma atividade do setor terciário, num mundo contemporâneo, que vem crescendo, se desenvolvendo e ganhando, cada vez mais, uma grande importância na economia mundial. Como uma atividade complexa, o turismo é um grande gerador de serviço, de oportunidades que promove o desenvolvimento socioeconômico de regiões e países. A atividade turística tem grande potencial de desenvolvimento sustentável, na medida em que propicia a criação de oportunidades relacionadas aos atrativos do lugar e é conhecida por ser um setor com elevada capacidade de geração de emprego e renda.

Diante disso, a autora busca identificar, quais os benefícios do Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno proporciona aos empresários e gestores que prestam serviços para o setor turístico?

Para a promoção desse desenvolvimento é pertinente à observação e a contribuição para que os processos estruturais sejam realizados e voltados para o desenvolvimento do turismo, seja na área cultural, social, econômica ou ambiental, através do planejamento, no qual permite uma gestão empreendedora, com permanente monitoramento do meio e instrumentos para manutenção da qualidade do sistema turístico. No processo de construção do desenvolvimento sustentável destacam-se as práticas de qualificação com o intuito de atingir melhoria no setor turístico, visando crescimento da atividade e uma melhor qualidade de vida para comunidade local.

A qualificação empresarial das organizações permite obter resultados para os indivíduos, para suas equipes e também para as instituições, proporcionando o desenvolvimento de negócios ligados ao turismo. Dessa forma contribui para tornar o destino mais competitivo, diferenciado e propulsor de desenvolvimento econômico e social.

Como hipótese a autora do projeto estabelece que a implantação do Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno foi muito importante para desenvolver a capacidade hoteleira e a gestão dos empresários ligados ao setor turístico nas regiões de Salvador e entorno, influenciando de forma positiva e significativa no desenvolvimento econômico e social das regiões abrangentes pelo programa.

O presente estudo apresenta como objetivo geral a Análise do Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico do Polo Salvador e Entorno para o desenvolvimento do setor turístico. Os objetivos específicos que norteia a pesquisa são: identificar e avaliar as ações e instrumentos utilizados pelo Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno para promover a capacitação dos gestores participantes do programa, destacando a contribuição do Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno para o desenvolvimento do setor turístico.

Após o recolhimento de informações os dados serão tratados de forma que norteia a análise, a crítica e a interpretação dos resultados obtidos através da compreensão dos variados aspectos e observações acerca do tema.

Segundo Richard Alves, coordenador responsável do SEBRAE pelos projetos da Carteira Regional Metropolitana, o empresário está cada vez mais profissional e preocupado em se alinhar com a política estadual de turismo. “O sucesso não acontece somente com esforço individual, é preciso estar integrado às ações desenvolvidas pelos governos estaduais e federais, pelos parceiros e ser também um agente de integração social e econômica”, a crescente competitividade entre os destinos turísticos brasileiros exige cada vez mais profissionalização e qualificação dos empresários do setor.

Suas ações de qualificação valorizam as capacitações de empresários, de forma a contribuir para sensibilizá-los no engajamento do seu empreendimento e dos seus profissionais, levando os estabelecimentos a empreender esforços de qualificação em conjunto, dentro do espírito do associativismo, visando a excelência em serviços. Esses esforços, se bem direcionados, acabarão por formar uma rede de organizações que aprendem o espírito de responsabilidade social empresarial necessário à efetividade dos programas de qualificação, cujo sucesso depende do apoio que precisa ser dado ao resgate da escolaridade dos profissionais.

Esta monografia se justifica a importância de se entender aspectos da qualificação, ou capacitação, para o desenvolvimento da atividade turística. Podendo conscientizar empresários do setor turístico, que não tem sua formação na área, a importância de se qualificar para melhor entender como funciona, de forma sustentável, a atividade turística e suas consequências quando não são bem geridas. O trabalho também poderá ajudar estudantes e profissionais de turismo a entenderem a necessidade de sistematizar o conhecimento para poder criar experiências inovadoras.

A concepção de qualificação surge da necessidade de planejar e racionalizar os investimentos. A qualificação expressa a importância da instrução e do progresso de conhecimento como ingrediente fundamental para alcançar o desenvolvimento, seja qual for a área. O processo de qualificação surgiu com a modernização capitalista, através da industrialização e do estabelecimento do padrão fordista de organização e gestão. O modelo fordista apresenta a concepção de qualificação através do surgimento de uma série de políticas educacionais voltadas para a criação de sistema de formação profissional estreitamente vinculada às demandas e necessidades técnico-organizativas dos setores mais organizados do capital. Dentro dessa lógica, a qualificação entendida como preparação de mão-de-obra especializada, para fazer frente às demandas técnicas organizativas do mercado de trabalho formal.

O esforço para a qualificação de empresários do setor de turismo, valorizando a capacitação, contribuiu para sensibilizá-los no engajamento do seu empreendimento, levando os estabelecimentos a empreenderem esforços de qualificação em conjunto, dentro do espírito do associativismo, visando a excelência em serviços, ou seja, contribuiu de forma positiva para o desenvolvimento do setor.

A metodologia desenvolvida contempla o aporte teórico sobre estratégias empresariais para a qualificação, com o intuito de atingir a qualidade das empresas do setor turístico. A pesquisa, de abordagem qualitativa e quantitativa, norteia a análise, a crítica e a interpretação dos resultados obtidos através da compreensão dos variados aspectos e observações acerca do tema.

A realidade abrangida faz com que através do uso dos formulários (apêndice A) aplicados, permitindo uma melhor compreensão no que se refere à análise dos resultados, através da pesquisa quantitativa. O estudo realizado de acordo com a pesquisa qualitativa, irá analisar as ações de capacitação do Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno, atribuindo significados ao estudo apresentado, no qual será a fonte direta para coleta de dados.

Para a elaboração desse trabalho, definiram-se para o levantamento dos dados, as pesquisas exploratórias e bibliográficas, e a documental. A pesquisa documental, englobando todo material

iconográfico, fotográfico, além dos arquivos do próprio Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos foi feita uma pesquisa bibliográfica de obras já publicadas, trazendo discussões e conceitos na qual se objetiva a pesquisa, fazendo assim levantamentos de estudos sobre capacitação, qualificação, turismo e desenvolvimento. A pesquisa bibliográfica tem o objetivo à exploração da bibliografia publicada acerca do tema e do objeto estudado, nas bibliotecas da Universidade do Estado da Bahia – UNEB e da Universidade Federal da Bahia – UFBA; em documentos disponíveis na internet e na imprensa escrita. Após a leitura e a análise deste material foi empregada a técnica do fichamento possibilitando a organização lógica do assunto.

A pesquisa de campo foi realizada através da aplicação de formulários e questionários com os gestores participantes do Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno, pois esses se caracterizam como uma grande parte dos principais agentes do desenvolvimento dos serviços turísticos da região. Foram aplicados 100 questionários, no mês de novembro de 2010, considerando o final do programa para o mês de dezembro 2010.

A preocupação geral é levar a equipe de trabalho a se comprometer e a se envolver com a empresa gerando satisfação para todos, pois a incidência do consumo turístico no crescimento do consumo nos lugares de destino se materializa ao incorporar-se uma demanda adicional à demanda dos residentes, de acordo com a teoria tradicional com enfoque de demanda.

O documento está organizado de forma a possibilitar a compreensão geral sobre o Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno os caminhos adotados pelo seu agente executor para alcançar seus objetivos, no que se refere à capacitação, assim como uma análise dos resultados obtidos.

Destacando também os resultados esperados pelo Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno: qualificar 660 (seiscentos e sessenta) empreendedores e/ou gestores de empresas turísticas dos segmentos de alimentos e bebidas, meios de hospedagem, agências e operadoras de turismo, locadoras de veículos e transportadoras turísticas localizadas em Salvador, Lauro de Freitas, Camaçari, Mata de São João, Itaparica, Vera Cruz e Cachoeira nas áreas de gestão empresarial, empreendedorismo, marketing, cooperação e responsabilidade social empresarial; melhorar o faturamento das empresas participantes do programa; promover a geração de novos postos de trabalho, a partir da profissionalização dos empreendimentos contemplados pelo programa; aumentar o índice de satisfação dos turistas e clientes dos empreendimentos-alvo.

Segundo, Estudo da Demanda Turística Internacional (2000) – EMBRATUR, o importante acervo histórico-cultural e natural reúne uma diversidade de oferta turística de alta qualidade que, a partir do trabalho que já vem sendo desempenhado pelos órgãos públicos e privados em conjunto com os diversos atores da cadeia produtiva do turismo, credencia a cidade de Salvador e seu entorno, como sendo a 4ª cidade mais visitada pelos turistas estrangeiros no ranking de 2001, detendo 13,5% dos visitantes que se dirigiram para o País, ficando atrás somente do Rio de Janeiro (34,1%), São Paulo (19,7%) e Florianópolis (18,7%).

A parte prática de coleta de dados abrangerá a observação direta intensiva, onde será feita entrevista padronizada com o universo de aproximadamente 50 participantes do Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno para obter dados sobre a percepção dos participantes sobre os resultados das ações desenvolvidas.

A realidade abrangida faz com que através do uso dos formulários e dos questionários aplicados, a amostra qualitativa permita a análise das atitudes, motivações, valores e demais opiniões, cujo, dados coletados, mostram que 78% dos entrevistados estão satisfeitos e se sentem qualificados, prontos para serem inseridos no campo de atuação do programa, 65% afirmam que o Programa de Qualificação Empresarial do Turismo Polo Salvador e Entorno incentivaram os mesmo a realização de parcerias estratégicas para o desenvolvimento turístico regional e um avanço no envolvimento empresarial nos problemas sócio – ambientais 22 % afirmaram que aumentaram a demanda, quanto que 13 % dos entrevistados dizem que a consolidação da cultura de aprendizado é contínua.

Esse trabalho está organizado em quatro partes, de forma a possibilitar a compreensão sobre a Análise do Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno seus conceitos e a importância da capacitação empresarial.

O primeiro capítulo está diluído nessa introdução, portando informações relevantes sobre o planejamento da pesquisa, sobre a realização e a obtenção dos resultados contemplados no desenvolvimento. Além de trazer elementos conceituais e históricos sobre turismo, serviço e qualidade.

O segundo capítulo apresenta a Importância da Qualificação para o Desenvolvimento do Setor Turístico, sua origem, as concepções existente sobre a pratica de qualificar ou capacitar, como fator competitivo.

O terceiro a Análise do Programa de Qualificação Empresarial do Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno, assim como sua origem, suas principais ações e instrumentos de capacitação.

Ao final, algumas considerações sobre a pesquisa, o entendimento sobre o tema e argumentação sobre os resultados da pesquisa.

1.1 TURISMO: LEVANAMENTOS CONCEITUAIS SOBRE O OBJETO EM ESTUDO

Conceituando Turismo, Pereira (2002, p 27), é uma atividade que envolve o deslocamento de pessoas de um lugar para o outro. É uma mistura complexa de elementos materiais, que são os transportes, os alojamentos, as atrações e as diversões disponíveis, e dos fatores psicológicos, que seriam desde uma simples fuga, passando pela concretização de um sonho ou fantasia, até simplesmente a recreação, o descanso e incluindo ainda inúmeros interesses sociais, históricos, culturais e econômicos.

O turismo é um setor que envolve vários ramos de atividades da economia. A capacidade geradora de emprego e renda e a capacidade de inclusão social dessa atividade ganharam destaque.

O crescimento acelerado dos grandes centros transforma a vida dos cidadãos num caos urbano, forçando-os a se adequarem às mudanças, abandonando a sua história e vivendo num mundo tumultuado de informações, sentindo a necessidade de buscar locais tranquilos que ofereçam atrativos naturais, prazer, descanso em busca da qualidade de vida, através da prática de viajar e conhecer novos lugares, novas culturas. Um dos motivos pelo qual o turismo tem se expandido tanto, é por causa da globalização, já que para ela as fronteiras são quase inexistentes. Também isso se deve ao aumento de tempo livre devido às reformas trabalhistas, que reduziram as jornadas de trabalho, promovendo uma melhoria na qualidade de vida da população.

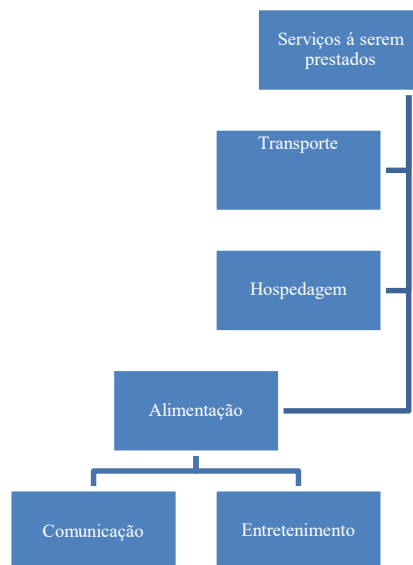
As cidades que possuem recursos naturais, históricos e culturais, ganham destaque para prática do turismo e tornam-se focos das atenções e dos esforços dos poderes públicos e privados, no sentido de desenvolver a atividade. Até recentemente, a participação no turismo estava restrita a uma elite que dispunha de tempo e de dinheiro, para realizar suas viagens. Atualmente, a maioria das pessoas tem realizado viagens turísticas, uma vez que os serviços encontram-se mais acessíveis. Assim o turismo deixou de ser um privilégio de uma minoria detentora de poder, sua existência é aceita faz parte, hoje do estilo de vida para um número crescente de pessoas em todo o mundo, passando a ser um referencial de qualidade de vida.

Para entendermos o que seria a atividade turista, segue uma idéia do conceito de turismo:

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/ subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico (MOESH, 2002, p. 9).

O turismo em suas características atuais é uma atividade econômica constituída pelo conjunto de transações que se realizam entre agentes envolvidos na prestação dos serviços de transporte, hospedagem, alimentação, comunicação, entretenimento e demais necessidades ligadas à permanência de uma pessoa deslocada do local onde reside. Por isso a indústria do turismo é multissetorial.

Gráfico 1: Serviços a serem prestados ao turismo local.



Fonte:

Editora Abril, 2011 p. 81

Embora o turismo seja uma atividade atrelada especialmente aos grandes capitais, tem efeito multiplicador e pode oferecer oportunidades também para pequenos comércios, empresas, e negócios mais participativos, como bares, restaurantes e pousadas, com as mais diversas prestações de serviços, que se espalham por todos os espaços turísticos. No entanto, de modo geral e na perspectiva do desenvolvimento, a promoção do turismo tem sido feita sem planejamento sustentável e integrado à comunidade local, possibilitando a participação e a

inclusão desta, tanto no que diz respeito ao seu planejamento quanto ao desfrute dos resultados obtidos com esta atividade.

1.1.1 Turismo: Sustentabilidade e Desenvolvimento

Discutir sobre a atividade turística e desenvolvimento implicam em refletir nos termos de sustentabilidade e planejamento. O primeiro, segundo Oliveira (2003, p. 41) tem sido usado para expressar a relação entre as ações antrópicas e a capacidade da natureza em suportá-las, sem prejuízo para a mesma. Isto implica na elaboração do segundo, o planejamento, que deve nortear a não exceder a capacidade do ambiente, para não esgotá-lo ou destruí-lo. Assim posto, em dois movimentos, a atividade turística pode contribuir com o desenvolvimento regional/local.

Faz-se necessário o desenvolvimento turístico sustentável planejado, estimulando, qualificando e conscientizando os recursos e a oferta, visando maximizar os aspectos positivos e minimizar os negativos no crescimento da atividade turística, procurando gerar emprego e renda aos municípios. Crescimento, informação e capacitação dos recursos humanos, tornam-se fatores fundamentais para o desenvolvimento do turismo na região.

O turismo tem uma grande capacidade para dar condições ao desenvolvimento social e econômico nos destinos. Para chegar à compreensão sobre os possíveis impactos positivos gerados pelo turismo é preciso levar em consideração uma série de fatores. Com isso, é preciso entender o sentido da palavra desenvolvimento.

Por muito tempo, se pensava em desenvolvimento, avaliando somente a o crescimento econômico e a riqueza material, esquecendo que o mesmo, tem que provocar mudanças que não sejam somente superficiais, mas que perpassem questões sociais de maneira profunda, pois para que ele ocorra, é preciso que, também seja feita distribuição de riquezas nas diversas áreas, como saúde, educação, cultura, habitação, infraestrutura e transporte. O desenvolvimento não deve somente estar ligado à economia, mas deve abranger aspectos qualitativos de forma a ser distribuída para todos. O Estado deve ser o principal promotor desse processo.

Segundo Coriolano (2003) para que o desenvolvimento tenha um caráter mais abrangente, e de sentido social, é preciso que se mensurem questões como: índice de realização dos desejos, educação, solidariedade, realização humana, muito embora essa seja uma tarefa difícil, pelo fato do método científico clássico não considerar a subjetividade.

É evidente que a atividade turística tem uma importância econômica muito grande, mas deixar de pensar no turismo como algo que faz parte de um fenômeno social, político e ambiental é esquecer a sua multisetorialidade o que pode causar sérios problemas para articulação dessa atividade de extrema complexidade. Por isso, para que o turismo possa proporcionar impactos positivos expressivos, é importante que haja um olhar voltado para os territórios aonde essa atividade vai ser desenvolvida, e que dentro desses espaços a população pobre seja beneficiada.

O turismo com ênfase no desenvolvimento local, precisa estar voltado para as peculiaridades do território e da comunidade. Buarque salienta que:

O desenvolvimento local é um processo endógeno de mudanças, que leva ao dinamismo econômico e a melhoria de qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos. Para ser consistente e sustentável, o desenvolvimento local deve mobilizar e explorar as potencialidades locais, contribuindo para elevar as oportunidades sociais e a viabilidade competitiva da economia local; ao mesmo tempo deve assegurar a conservação dos recursos naturais locais, que são a base das suas potencialidades e condições para a qualidade de vida local. Esse empreendimento endógeno normalmente demanda um movimento de organização e mobilização da sociedade local, explorando as suas capacidades e potencialidade própria, de modo a criar raízes efetivas na matriz socio-econômica e cultural da localidade. (BUARQUE, 2002, p. 25).

O desenvolvimento do turismo sustentável pode ser visto como o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a atividade das gerações futuras para satisfazer suas próprias demandas. Deve respeitar a legislação vigente, garantir os direitos das populações locais, conservarem o ambiente natural e sua biodiversidade, considerar o patrimônio cultural e valores locais e estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos.

Para tanto, é fundamental a participação popular, porque um dos fatores de sucesso do turismo sustentável é o comprometimento da população local. A comunidade precisa estar plenamente consciente de que essa atividade é uma forma de desenvolvimento e possibilidade de prosperidade de toda uma região e como um importante elemento de inclusão social com a geração de emprego e renda nas próprias localidades.

1.1.2 Serviços: sua relação direta com os clientes

No setor de serviços são comuns as mudanças, geradas a partir das novas tecnologias de comunicação e informação. O cenário atual, no qual o cliente encontra-se cada vez mais informado demanda um público cada vez mais qualificado.

O setor de serviços ou setor terciário abrange todas aquelas atividades econômicas que não produzem bens materiais de forma direta, senão serviços que oferecem para satisfazer as necessidades da população. Na indústria de serviços o consumidor participa em tempo integral da produção dos serviços, acompanhamento cada passo de sua execução e o usuário tem que estar presente para receber o que está comprando.

Segundo, Grönroos (1995, p. 38), o setor de serviços vem desempenhando um importante e crescente papel no emprego e nas transações econômicas gerais. Para melhor evidenciar as diferenças entre um bem físico e um serviço (tangível, homogêneo, produção e distribuição separadas do consumo, valor principal, valor produzido em fábricas, poder mantido em estoque, clientes, transferência de propriedade).

A importância das atividades de serviços na sociedade pode ser demonstrada pela posição que ocupa na economia, seja através do Produto Interno Bruto seja na geração de empregos, e pela análise das tendências e transformações que a economia mundial está experimentando. Os serviços estão no centro da atividade econômica de qualquer sociedade. Muitas definições de serviços são encontradas, mas todas contêm um tema comum de intangibilidade e consumo simultâneo.

Segundo Petrocchi (2004, p. 21), “o serviço é uma ação de trabalho ou um desempenho que não produz um bem tangível e não resulta na posse de qualquer objeto pelo cliente”.

Atualmente, os serviços estão passando por uma transformação do conceito tradicional de uma transação de serviços para uma transação de experiência. As experiências criam valores agregado ao se envolver e estabelecer uma relação com o consumidor de uma maneira pessoal e memorável, cuja inovação e as tendências sociais baseada nas transformações demográficas criam uma demanda para novos serviços e estimulam o crescimento dos mesmos. A economia da experiência é um estágio da evolução econômica ao qual um valor se agrega é criado quando os serviços se envolvem e estabelecem uma relação como consumidor de maneira pessoal e memorável.

Segundo Jensen, “os produtos e serviços tendem a adaptar-se às demandas provenientes dos desejos do coração, e não mais às demandas dos pensamentos racionais, sendo chegado o momento de ofertar acontecimentos exclusivos e eternamente memoráveis pela sua forma, seu sentido e emoção vivenciada” (JESEN, *apud* SEBRAE, 2007, p. 7).

Os serviços apresentam características de simultaneidade, portanto, não podem ser estocados, o que constitui uma particularidade fundamental para sua administração. Esse consumo simultâneo também elimina muitas oportunidades de intervenção no controle da qualidade dos serviços prestado. Outra característica da indústria de serviço é a natureza intangível, o que pode ser considerado um problema para os clientes, devido ao fato de não poder vê-lo ou testá-lo antes da compra, na compra de um serviço, o cliente precisa basear-se na reputação da empresa. Essas são características da indústria de serviço, que são levadas como referência para um dos seus ramos que mais crescem no mundo, o turismo. De natureza terciária, a indústria do turismo, tem como seu principal produto, os serviços.

Os serviços do turismo são constituídos por uma série de processos vivenciados. Tais processos constituem uma rede de serviços complexa e diversificada. Em consequência disso a conquista da qualidade desse conjunto se transforma em algo igualmente complexo. Daí a importância de saber o que o turista procura e o que eles avaliam em um destino.

Segundo, Fitzsimmons (2005, p. 50), as empresas de serviços têm a oportunidade de construir relações de longo prazo porque os clientes conduzem as suas transações diretamente com o fornecedor dos serviços, a maioria das vezes pessoalmente, conhecerem seus clientes é uma vantagem competitiva significativa para uma organização de serviços.

As atividades de serviços exercem papel importante no desempenho de outros setores da economia. As atividades de serviços prestados ao cliente podem ser um diferencial competitivo, as empresas que investem na atuação no sentido de diferenciar o pacote serviço que oferece ao mercado, estão gerando um diferencial competitivo em relação aos concorrentes.

Como qualquer outra indústria de serviços, o turismo se caracteriza pela complexidade de seus produtos finais, que dificulta o trabalho de satisfazer o cliente e de avaliar essa satisfação em comparação as indústrias manufatureiras e seus produtos de consumo. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO, 2001, p. 346).

De acordo com as características atuais, o turismo é uma atividade econômica constituída pelo conjunto de transações que se realizam entre agentes envolvidos na prestação dos serviços de transporte, hospedagem, alimentação, comunicação, entretenimento e demais necessidade ligadas à permanência de uma pessoa deslocada do local onde mora.

1.1.3 Qualidade: gestão em destinos turísticos

O segmento de serviços, no tocante à qualidade, tem se apresentado como alvo em constante movimento. Quem nunca vivenciou um caso de mau atendimento? Casos que variam desde situações envolvendo vendedores indiferentes, atendentes mal humorados ou informações desconcentradas. A impressão que se tem é que as pessoas não se esforçam para transmitir as respostas certas ou em valorizar seus clientes. A qualidade nos serviços prossegue como um desafio para as empresas que desejam permanecer no mercado. Os clientes mostram-se cada vez mais informados e conscientes do seu poder de compra.

A busca da qualidade nos serviços turísticos pressupõe o conhecimento do seu conceito genérico e sua aplicação ao setor de serviços. Por isso, destaca-se então o seguinte conceito de qualidade:

Qualidade é qualquer coisa que pode ser melhorada. Nesse contexto, a qualidade pode ser associada não apenas aos produtos e serviços, mas também a maneira como as pessoas trabalham, como máquinas são operadas e como os sistemas e procedimentos são abordados. (IMAI, *apud* CASTELLI, 2000, p. 19).

Portanto, a qualidade nas organizações passou a ser um diferencial na medida em que possibilita lidar com a dispersão, rapidez e mobilidade de produtos, demandas, capitais etc. A qualidade, a partir do aumento da competitividade, é determinada, também, pelo acesso, controle, análise das informações e pela tecnologia adotada. Somente assim é possível coordenar, de maneira centralizada, atividades descentralizadas.

Segundo, Teixeira (2002, p. 75), tradicionalmente se considera a qualidade como o atendimento aos padrões internos definidos pela organização para o produto ou serviço. A partir dessa concepção, o desempenho organizacional é avaliado em função do consenso entre o que é produzido e suas especificações. Hoje a qualidade dos bens e serviços gerados não é mais apenas

aquela definida pela ótica de quem produz, mas fundamentalmente determinada pela percepção do cliente.

O elemento comum a essas definições de qualidade é o atendimento das exigências do cliente. E para que a qualidade realmente aconteça é necessário o envolvimento de toda organização, desde a presidente da organização ou dono, até a linha de frente. Dessa forma a qualidade dependerá também da integração entre as pessoas e do investimento na criação de um ambiente com cultura e clima organizacional favorável. Outro aspecto importante na relação entre integrantes de uma organização, ao se tratar de qualidade, é a melhoria constante, para tanto, as pessoas precisam se sentir à vontade para expressarem seus pontos de vista, críticas e sugestões.

Empresas de serviços tendem a ser intensivas em termos de personalidade na produção diária de qualidade. O desempenho positivo ou negativo por indivíduos pode ter um impacto forte e imediato sobre como os clientes percebem a qualidade do que compram. A qualidade de uma empresa de serviços tem implicações em longo prazo e sistemático esforço por parte de seus integrantes. A imagem vencedora de qualidade pode ser facilmente destruída, quando esse esforço não for exercido.

Já o termo de qualidade, segundo Petrocchi (2004, p.65), a conquista da qualidade por um destino turístico deve ser perseguida por todas as organizações componentes desse destino, públicas ou privadas. O sucesso do lugar está atrelada a montagem de uma rede de qualidade compartilhada por todos os que direta ou indiretamente – se envolvem na prestação de serviços aos visitantes.

Gestão da Qualidade Total é uma abordagem de gerenciamento para uma organização, centralizada na qualidade, que se baseia na participação de todos os seus membros, visando o sucesso em longo prazo por meio da satisfação do cliente e benefícios para os membros da organização e para a sociedade. O fato da atividade turística desenvolver expectativas para quem está viajando, destaca-se a importância na qualidade do atendimento dos serviços prestados, percebida pelos clientes de uma empresa, com o seguimento voltado para o turismo é altamente influenciada pela qualidade dos atendimentos demonstrados.

A moral e a segurança dos clientes internos de uma organização (funcionários) são fatores decisivos na prestação de serviços de excelência: funcionários desmotivados, mal treinados, inconscientes da importância de seus papéis na organização não conseguem produzir adequadamente. A segurança dos clientes externos de qualquer organização, em um sentido restrito, tem a ver com a segurança física desses clientes e, em um sentido mais amplo, com o

impacto do serviço prestado ou da sua provisão no meio ambiente. Hoje em dia, pode-se dizer que o foco no cliente tem primazia absoluta em todas as organizações.

Tanto quanto numa empresa, um destino que elege o turismo como prioridade de desenvolvimento, para ter sucesso na captação e atendimento dos turistas, necessita ter suas ações respaldadas numa cultura comunitária que torne desejável a presença dos visitantes e mobilize os cidadãos para o seu melhor atendimento, criando oportunidades de consumo e tornando agradável sua presença. (TEXEIRA, 2002, p. 95).

Da gestão da qualidade total depende a sobrevivência das organizações que precisam garantir aos seus clientes a total satisfação com os bens e serviços produzidos, contendo características intrínsecas de qualidade, a preços que os clientes possam pagar, e entregues dentro do prazo esperado. É fundamental atender e, preferencialmente, exceder às expectativas dos clientes. A obtenção da qualidade total parte de ouvir e entender o que o cliente realmente deseja e necessita, para que o bem ou serviço possa ser concebido, realizado e prestado com excelência.

O planejamento permite uma gestão empreendedora, com permanente monitoramento do meio e instrumentos para manutenção da qualidade do sistema turístico. É imprescindível destacar a importância da qualidade no turismo que resulta nas vantagens substanciais que revertem para as organizações e os locais, reforçando sua competitividade no mercado.

Um bem de serviço é utilizado pelo consumidor em determinado momento, e o leva apenas na lembrança. Assim, as empresas prestadoras de serviço devem apostar principalmente na qualidade do elemento humano, já que a excelência do serviço, condição da competitividade e sobrevivência das organizações, atualmente, depende de como este elemento humano está interagindo com os clientes ou hóspedes. Essa qualidade obtém-se por meio da educação e do treinamento.

2. A IMPORTÂNCIA DA QUALIFICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR TURÍSTICO

2.1 ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS

O fenômeno da qualificação surge com a compreensão da divisão do trabalho, o termo nasce a partir da preocupação de designar diferentes formas de trabalho da sociedade que se industrializou, a sociedade capitalista, com o desenvolvimento da divisão técnica do trabalho.

Segundo, Alves (2005, p. 26) no final da década de 80, destacam-se as aplicações de Programa de Qualidade Total e o Controle Estatístico de Processo. Portanto a “cultura da qualidade” passa a fazer parte do cotidiano das empresas, surgindo assim uma nova cultura organizacional. Os programas de qualidade total começaram então a desenvolver-se no início dos anos 90, com o discurso hegemônico de inaugurando a década da qualidade.

A concepção de qualificação surge da necessidade de planejar e racionalizar os investimentos. A qualificação expressa a importância da instrução e do progresso de conhecimento como ingrediente fundamental para alcançar o desenvolvimento, seja qual for a área. O processo de qualificação surgiu com a modernização capitalista, através da industrialização e do estabelecimento do padrão fordista de organização e gestão. O modelo fordista apresenta a concepção de qualificação através do surgimento de uma série de políticas educacionais voltadas para a criação de sistema de formação profissional estreitamente vinculada às demandas e necessidades técnico-organizativas dos setores mais organizados do capital. Dentro dessa lógica, a qualificação entendida como preparação de mão-de-obra especializada, para fazer frente às demandas técnicas organizativas do mercado de trabalho formal.

Mas não só provedora de preparação de mão-de-obra, o processo de qualificação, surgiu também com intuito de atingir desenvolvimento, através da qualidade, pode acarretar em implicações da reestrutura socioeconômica. O processo de reestruturação das empresas brasileiras inicia no início da década de 70, quando se observa um acelerado processo de modernização tecnológica e organizacional nos setores mais dinâmicos das atividades econômicas. O processo de reestruturação começou a ficar mais evidente no final da década de 80, quando as empresas enxugam o quadro de empregados e reduzem os níveis hierárquicos, buscando novas formas para se tornarem mais flexíveis e competitivas.

A conceituação de treinamento apresenta significados diferentes. Antigamente alguns especialistas em RH consideravam o treinamento um

meio para adequar cada pessoa ao seu cargo e desenvolver a força de trabalho da organização a partir dos cargos ocupados. Mais recentemente passou-se a ampliar o conceito, considerando o treinamento um meio para alavancar o desempenho no cargo. Quase sempre o treinamento tem sido estendido como o processo pelo qual a pessoa é preparada para desempenhar de maneira excelente as tarefas específicas do cargo que deve ocupar. Modernamente, o treinamento é considerado um meio de desenvolver competências nas pessoas para que elas tornem-se mais produtivas, criativas e inovadoras, a fim de contribuir melhor para os objetivos organizacionais, e cada vez mais valiosos. Assim o treinamento é uma fonte de lucratividade ao permitir que as pessoas contribuam efetivamente para os resultados do negócio (CHIAVENATO, 1999a, p.294).

Nesse contexto, o treinamento é uma maneira eficaz de agregar valor às pessoas, à organização e aos clientes. Ele enriquece o patrimônio humano das organizações e responsabiliza-se pelo capital intelectual das mesmas.

Pode-se entender que treinamento tem como finalidade melhorar o desenvolvimento profissional do ser humano na sua organização, e no desempenho das suas funções além de ser o processo que visa à preparação e ao aperfeiçoamento das habilidades e dos conhecimentos dos funcionários de uma organização.

Os diversos tipos de treinamento poderão ser oferecidos abrangendo quatro áreas:

- Treinamento para o serviço – consiste na capacitação voltada para as competências dos diversos cargos e ambientes organizacionais que compõem o quadro, visando suprir carências nos conhecimentos e nas habilidades;
- Informática – capacitação que atende às necessidades de utilização de ferramentas de informática em diversos níveis de complexidade;
- Desenvolvimento humano – visa a potencialização das habilidades e atitudes para um melhor desempenho de suas competências pessoais e profissionais;
- Gerencial – objetiva aprimorar os conhecimentos, habilidades e atitudes na área gerencial, visando à atualização permanente e incorporação de novas tendências de gestão.

O processo de capacitação permanente e deliberado de aprendizagem, que utiliza ações de aperfeiçoamento e qualificação, com o propósito de contribuir para o desenvolvimento de competências institucionais, por meio do desenvolvimento de competências individuais.

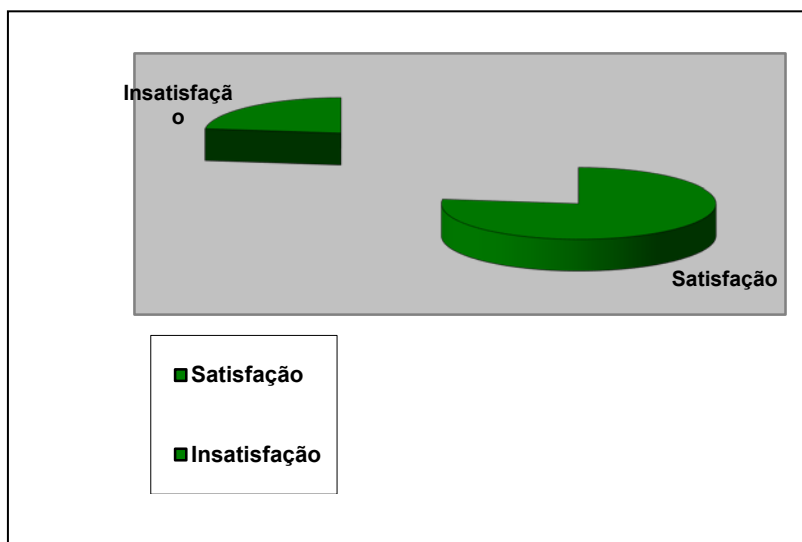
Segundo, Saul (2007, p. 32), desde os anos 1950 e 1960 a noção de qualificação têm sido atribuídas de diversas conotações. As diferentes conotações de qualificação são construídas

mantendo vínculo com as noções de trabalho, produção social, desenvolvimento socioeconômico, educação e formação profissional.

A cultura da qualidade é sustentada por conceitos que atuam no controle do processo de trabalho e responsabilizam o trabalhador pelo alcance da qualidade, apoiado nos conceitos de responsabilidade, honestidade e cooperação.

As incertezas geradas pelas mudanças do ambiente externo e a necessidade de preparação da organização para o futuro, determinam a necessidade de previsão e projeção do rumo da empresa, para alcançar vantagens competitivas defensíveis e sustentáveis no tempo. A estratégia empresarial, elemento que aglutina a cultura da empresa, suas políticas, em seu processo de criação de valores. Com o desenvolvimento do mercado, através da atual fase da globalização, com o avanço das tecnologias da informação e comunicação, os empresários são obrigados a revisar seu ponto de vista, no que se refere ao pensamento estratégico como fator de competitividade.

Gráfico 2: Controle de Qualidade



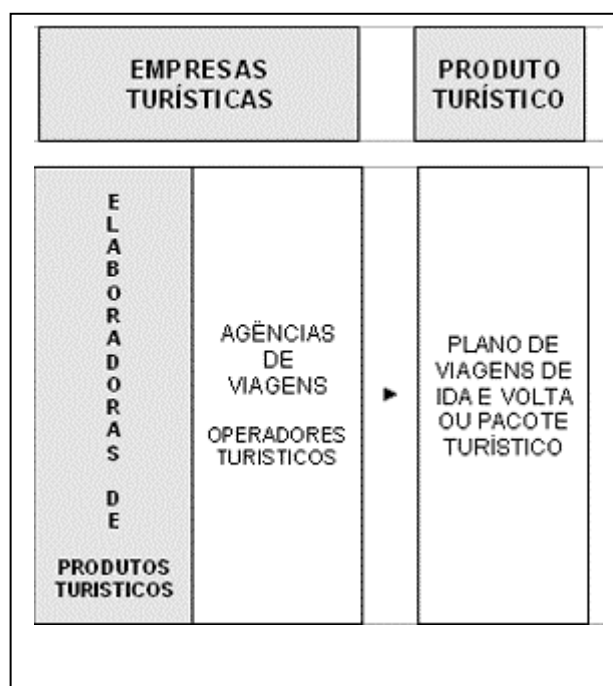
Fonte: PRODETUR, 2010.

A preocupação geral é levar a equipe de trabalho a se comprometer e a se envolver com a empresa gerando satisfação para todos. Tomando o turismo sob o enfoque clássico ou de demanda, Jaén Ávila (1999) analisa as definições próprias desta abordagem, nas quais, em primeiro lugar o turismo se confunde com os deslocamentos de turistas e com os efeitos

socioeconômicos que estes deslocamentos provocam nos núcleos receptores; um segundo aspecto é o entendimento do setor turístico, pois se entende o turismo como o conjunto de relações e efeitos derivados das viagens e estadas temporárias dos turistas fora de seu entorno habitual de residência, os efeitos econômicos do turismo se darão simultaneamente em todos os setores da economia receptora e não exclusivamente em um dado setor.

Este componente está desenhado para assegurar que os Estados tenham a capacidade de planejamento e funcionamento para realização das atividades turísticas a seu cargo, assim como possam dispor da infraestrutura necessária ao desenvolvimento do setor turismo no estado.

Tabela 1: Enfoque Econômico de Oferta



Fonte: Jaén Ávila, 2009, p. 25.

A incidência do consumo turístico no crescimento do consumo nos lugares de destino se materializa ao incorporar-se uma demanda adicional à demanda dos residentes, de acordo com a teoria tradicional com enfoque de demanda.

O turismo se preocupa com a produção e distribuição de bens e serviços que tornam possíveis os benefícios esperados pelos turistas em viagem. O tratamento econômico do turismo

requer, no entanto, uma abordagem que contemple ao lado da análise científica, a consideração do elemento humano que é fundamental em sua manifestação.

Os principais objetivos econômicos gerais do turismo são: maximização da quantidade de experiência psicológica para os turistas [da utilidade dos bens e serviços]; maximização dos lucros das firmas que produzem bens para os turistas; maximização dos impactos primários e secundários dos gastos turísticos sobre uma determinada comunidade, região ou país (HAVAS, 1981, p. 6).

2.2 QUALIFICAÇÃO: UM FATOR COMPETITIVO

O desenvolvimento do turismo em todos os níveis existe poucos estudos a respeito de modelos de avaliação do impacto do turismo no desenvolvimento local. Os mais conhecidos modelos de mensuração do impacto são aqueles que avaliam o impacto sobre o emprego e renda; mas são poucos que avaliam, de forma sistêmica, a influência positiva e negativa que o turismo tem sobre uma região e sua população, em termos econômicos, socioculturais e ambientais.

Enquanto a indústria destrói para produzir, o turismo deve preservar para produzir. “A harmonização do turismo com o ambiente é uma mudança na forma de pensar, uma inovação conceitual para superar uma contradição que facilmente acontece entre o turismo destrutivo e a proteção de um turismo que deve ser preservado” (RUSCHMANN, 2001, p. 69).

Portanto, planejar e organizar, locais e áreas de interesse turístico, visando o adequado aproveitamento dos recursos naturais e culturais, de acordo com sua natureza geográfica, artística e cultural, bem como realizar estudos de viabilidade econômica ou técnica; atuando como responsável técnico em empreendimentos que tenham o turismo e o lazer como seu objetivo, visando às potencialidades e as deficiências para o desenvolvimento do turismo nos municípios, regiões e estados; criar e implantar roteiros e rotas turísticas; desenvolver e comercializar novos produtos turísticos; pesquisar, atualizar e divulgar informações sobre a demanda turística; coordenar, orientar e elaborar planos e projetos de marketing turístico; identificar, desenvolver e operacionalizar formas de divulgação dos produtos turísticos existentes; formular programas e projetos que viabilizem a permanência de turistas nos centros receptivos; organizar eventos de âmbito público e privado, em diferentes escalas e tipologias;

coordenar e orientar levantamentos, estudos e pesquisas relativamente a instituições, empresas e estabelecimentos privados que atendam ao setor turístico.

Gráfico 3: Destaque das atividades dos Turismólogos



Fonte: Ruschmann, 2001, p. 69

O fenômeno da qualificação surge com a compreensão da divisão do trabalho, o termo nasce a partir da preocupação de designar diferentes formas de trabalho da sociedade que se industrializou, a sociedade capitalista, com o desenvolvimento da divisão técnica do trabalho. Conforme o Gráfico 3, destaque das atividades dos Turismólogos, o turismólogo deve estar preparado para atuar em qualquer área do turismo, porém a abrangência da atividade requer deste alguma especialização, caso queira se destacar, tais como : Lecionar nas inúmeras instituições,

atender a turistas, fornecedores e consumidores em geral em hotéis, estabelecimentos de A&B e entretenimento, agências e operadoras, aeroportos, bureaux e centro de convenções e eventos diversos; vender produtos e serviços turísticos os mais diversos seja autonomamente ou como encarregado no setor comercial em que esteja empregado; realizar as mais diversas tarefas em qualquer atividade que tenha algum envolvimento com o fluxo de veranistas e a dinâmica multidisciplinar e multidimensional do fenômeno turístico.

O Turismo como atividade econômica tem se mostrado um importante gerador de renda. Porém para que possa gerar seus efeitos positivos deve ser planejado de forma a não acarretar a degradação do meio ambiente ou a concentração dos benefícios gerados por grandes grupos econômicos, daí a importância do planejamento da atividade por um profissional habilitado. A tendência é que com o crescimento da atividade, os turismólogos alcancem posição de destaque e ocupem cargos mais elevados nas organizações às quais pertencem ou seja, proprietários.

2.3 A COMPETITIVIDADE NO SISTEMA TURÍSTICO

A competitividade consiste em um parâmetro comparativo entre destinos e sua capacidade de atrair e de se beneficiar do turismo. Sendo assim, ressalta-se a importância da determinação de indicadores para o estabelecimento de *Benchmarking*.

Nestes termos, a fim de se determinar quais variáveis são relevantes para o controle e identificação de características de competitividade no destino distingue-se seis dimensões de competitividade do turismo: econômica, política, conservação e revitalização do patrimônio histórico e tradicional, sociocultural, tecnológica, e ambiental.

Lista indicativa de potenciais interessados no turismo local:

a) Comunidade

- Nativos e grupos culturais
- Líderes tradicionais
- Empregados
- Proprietários

b) Setor Público

- Autoridades Municipais, Regionais e Nacionais
- Ministros e Agências Nacionais
- Entes relacionados à estruturas específicas como Parques Nacionais

c) Setor Privado

- Operadores e Agentes de Viagens
- Estabelecimentos como hotéis e Restaurantes
- Prestadores de serviços como transporte
- Guias e interpretes
- Fornecedores da indústria do turismo
- Organizadores do turismo e comercio
- ONGs

Grupos de interesses específicos como ambientalistas, pescadores, Turistas Órgãos internacionais e organizações representativas.

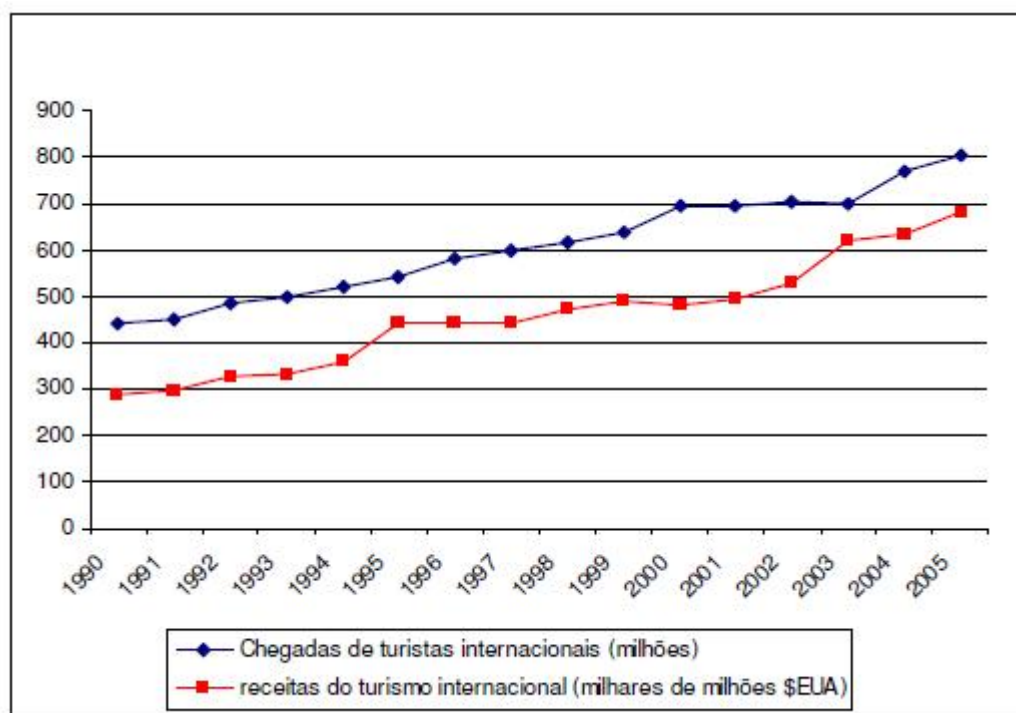
Segundo, Russo e Van Den Borg (2002, p.5), os vários elementos do produto turístico, primário, secundário, eventos, transporte, centros de informação e estacionamentos, devem ser geridos de forma sistemática, integrada e dinâmica, sendo os recursos humanos, pela natureza de trabalho - intensiva da sua atividade, o elemento mais importante.

Os mesmos autores acrescentam que pela importância que o turismo tem adquirido nos últimos anos, assumidamente irá contribuir fortemente para a prosperidade das populações e para a qualidade de vida de muitos lugares do mundo. Se existir um *boom* nas diferentes formas turísticas no futuro, então poderão surgir graves problemas com implicações dramáticas nas características dos destinos e na sua competitividade, assim como no estilo de vida das populações residentes.

2.3.1 Desenvolvimento Econômico do Setor Turístico

Desde os anos 90, o setor turístico tornou-se um das maiores indústrias da economia mundial. De acordo com as estatísticas da Organização Mundial do Turismo (*World Tourism Organization*, 2006), o total mundial de chegadas de turistas internacionais atingiu os 806 milhões em 2005, um acréscimo de mais de 360 milhões relativamente ao ano de 1990. Por outro lado as receitas turísticas cresceram de 2 bilhões de dólares em 1950 para 680 bilhões em 2005.

Figura 1: Receitas de Fluxos Turísticos Internacionais



Fonte: World Tourism Organization, 2006.

É importante reconhecer que o desenvolvimento turístico pode ter numa estratégia territorial integrada. Como descreve a Figura 1: Receitas de Fluxos Turísticos Internacionais o turismo tem um impacto sistemático, visto que tende a envolver transversalmente a economia de um território no qual se desenvolve, com impactos também de natureza social, cultural e ambiental. Se for verdade que o turismo é um potencial mecanismo de geração de riqueza para as populações residentes, é também verdade que tem um impacto sobre o território, visto que orienta a atividade econômica local, consome recursos, requer um adequado conjunto de obras

em estruturas e infraestruturas, determina exigências de consumo (energia, água, transportes) desproporcionais em relação às necessidades normais da zona.

3. PROGRAMAS DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO

3.1 PROGRAMA PRODETUR

O Programa de Qualificação Empresarial é um conjunto de diretrizes, referências pedagógicas e planos de cursos para atender as demandas de qualificação empresarial do município e do polo turístico, conforme rege o Regulamento Operacional no âmbito do PRODETUR NE II, Anexo R – Apêndice 1 – Capacitação Empresarial.

O Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste – PRODETUR NE II visa dar continuidade ao processo de desenvolvimento do setor de turismo na região Nordeste do Brasil, iniciado com o PRODETUR NE I, através do financiamento dos investimentos necessários em ações no âmbito estadual e municipal voltados para o desenvolvimento da capacidade de gestão, além da infraestrutura, objetivando compatibilizar a disponibilidade de serviços públicos com o crescimento esperado do turismo, nas áreas de intervenção. (ANEXO E).

O objetivo estratégico do PRODETUR NE II é consolidar, completar e complementar todas as ações necessárias para tornar o turismo sustentável, em benefício da população local, antes de sua expansão a novos polos.

Os investimentos são definidos nos Planos de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável – PDITS elaborados pela Unidade Executora Estadual – UEES para cada um dos polos turísticos beneficiados.

O Anexo R – Apêndice 1 Capacitação Empresarial prevê projetos que atendem a objetivos de capacitação e são dirigidos a uma população específica a ser capacitada de acordo com as carências e demandas identificadas para cada município ou polo turístico.

A partir do Programa Capacitação Empresarial, regido pelo PRODETUR NE II, uma iniciativa do Ministério do Turismo, em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia, tendo como entidade executora o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado da Bahia – SEBRAE/BA, que surge uma implementação através do Programa de Qualificação Empresarial para o Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno.

O Programa de Qualificação Empresarial para o Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno têm como público alvos, empresários e/ou gestores, em especial os proprietários de micro, pequenas e médias empresas turísticas dos segmentos de alimentos e bebidas, meios de hospedagem, agências e operadoras de turismo, locadoras de veículos e empresas de transportes turísticos. O programa surge da visão do Governo do Estado da Bahia e do Ministério do Turismo quanto à importância da capacitação como fator competitivo para o turismo na atual conjuntura.

O programa de qualificação empresarial através da plena execução das atividades propostas tem como objetivo a atingir (SEBRAE, 2009):

- a) Aumento da competitividade da região turística por conta da melhoria na gestão empresarial;
- b) Elevação do nível de cooperação entre as empresas e entidades da região com realização de parcerias estratégicas para o desenvolvimento turístico regional;
- c) Consolidação da cultura de aprendizado contínuo pelas pessoas, empresas e comunidades envolvidas no programa;
- d) Maior envolvimento empresarial nos problemas socioambientais regionais com práticas de ações de responsabilidade social empresarial (RSE).

O turismo é uma atividade com enorme potencial de desenvolvimento sustentável do Polo Salvador e Entorno, na medida em que propicia a criação de oportunidades relacionadas aos atrativos naturais e histórico-culturais, num setor com elevada capacidade de geração de emprego e renda (SEBRAE, 2009).

Apesar do Estado da Bahia ser referência no contexto turístico nacional é notório que ainda existem desafios que precisam ser superados na busca de maior competitividade e atratividade no mercado, dentre os quais se destaca a importância da profissionalização das empresas turísticas, pois estas são as grandes responsáveis pela existência de produtos e serviços de excelência, ou não.

Nesse sentido foi realizada a pesquisa diagnóstica pela Secretaria de Turismo do Estado da Bahia com objetivo de subsidiar o projeto de Capacitação Empresarial para o Polo Turístico Salvador e Entorno, onde foram identificadas as seguintes questões (SEBRAE, 2009):

- a) Baixa capacitação técnica e gerencial nos empreendimentos turísticos, influenciando na qualidade dos serviços e nos resultados para os negócios;
- b) Baixo nível de escolaridade dos empresários;
- c) Crescente fluxo turístico no Polo Salvador;
- d) Acelerado crescimento quantitativo de equipamentos turístico demonstrado das recentes construções e na perspectiva de novos empreendimentos a curto e médio prazo;

A Qualificação Empresarial se caracteriza por sistematizar o conhecimento e criar experiências inovadoras utilizando-se de mecanismos que induzem a recriação dos processos e produtos das empresas. Vale ressaltar que o esforço em prol da qualificação empresarial empreendido na região ainda é incipiente. Os empresários ou gestores dos empreendimentos turísticos são pessoas que não se prepararam adequadamente para administrá-los e desenvolvê-los, tornando-se relevante o esforço no sentido de promover a sua qualificação.

A Educação para o Turismo é uma vertente estratégica e prioritária para tornar a cadeia turística mais estruturada através da melhoria na gestão dos negócios e elevação do nível de cooperação entre as empresas e destas com o setor público. Com as ações propostas no Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno se espera como resultado a elevação do capital humano e social da região, aprimoramento dos conhecimentos, habilidades e atitudes que efetivamente possa profissionalizar os negócios turísticos baianos.

Será estimulada a adoção de práticas voltadas para melhoria da qualidade e excelência dos serviços, e ainda, a adoção de posturas inovadoras e eficazes quanto à transformação das empresas em Organizações de Aprendizagem e negócios com elevado senso de Responsabilidade Social.

Destacando também os resultados esperados pelo Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno: qualificar 660 (seiscentos e sessenta) empreendedores e/ou gestores de empresas turísticas dos segmentos de alimentos e bebidas, meios de hospedagem, agências e operadoras de turismo, locadoras de veículos e transportadoras turísticas localizadas em Salvador, Lauro de Freitas, Camaçari, Mata de São João, Itaparica, Vera Cruz e Cachoeira nas áreas de gestão empresarial, empreendedorismo, marketing, cooperação e responsabilidade social empresarial; Melhorar o faturamento das empresas participantes do programa; Promover a geração de novos postos de trabalho, a partir da profissionalização dos empreendimentos contemplados pelo programa; Aumentar o índice de satisfação dos turistas e clientes dos empreendimentos-alvo.

Figura 2: Mapa Turístico de Salvador e Entorno



Fonte: EMBRATUR, 2000.

Trata-se do principal destino turístico baiano, compreende além da capital Salvador, mais 19 municípios, a saber: Jandaíra, Conde, Esplanada, Entre Rios, Mata de São João, Camaçari, Lauro de Freitas, São Francisco do Conde, Madre de Deus, Santo Amaro, Cachoeira, São Félix, Saubara, Maragogipe, Nazaré, Jaguaripe, Itaparica, Vera Cruz e Salinas da Margarida.

O importante acervo histórico-cultural e natural reúne uma diversidade de oferta turística de alta qualidade que, a partir do trabalho que já vem sendo desempenhado pelos órgãos públicos e privados em conjunto com os diversos atores da cadeia produtiva do turismo.

Segundo EMBRATUR (2000), a mesma credencia a cidade de Salvador e seu entorno, como sendo a 4ª cidade mais visitada pelos turistas estrangeiros no ranking de 2011, detendo 13,5% dos visitantes que se dirigiram para o País, ficando atrás somente do Rio de Janeiro (34,1%), São Paulo (19,7%) e Florianópolis (18,7%). No tocante à infraestrutura turística, cabe destaque para: o Aeroporto Internacional Dep. Luis Eduardo Magalhães, em Salvador com capacidade para receber aeronaves de grande porte; o Aeroporto da Ilha de Itaparica; Rodovias pavimentadas; centro de convenções e feiras em Salvador; Porto marítimo de passageiros; terminais *ferry-bots*; marinas; serviços de saneamento adequados (água potável, energia elétrica, telecomunicações, hospitais e unidades de saúde etc.), configurando o polo como um forte destino gerador de oportunidades para a prática do turismo de sol e mar, cultural e de negócios e atração de investimentos privados.

O Polo do Descobrimento, localizado ao sul da Bahia, contempla 08 municípios, beneficiando 267 mil pessoas, correspondentes à população residente. Este polo compreende duas zonas turísticas: Costa do Descobrimento (Porto Seguro, Santa Cruz Cabrália e Belmonte) e Costa das Baleias (Prado, Alcobaça, Caravelas, Nova Viçosa e Mucuri). A Área de Planejamento consiste dos seguintes municípios: Belmonte, Porto Seguro e Santa Cruz de Cabrália.

O Polo do Descobrimento apresenta hoje oportunidades para investimentos em infraestrutura de apoio, capacitação e equipamentos turísticos e culturais, tais como: terminais rodoviários, redes de água e esgotamento sanitário, energia elétrica, serviços de telefonia, aeroportos, terminais hidroviários, hospitais e unidades de saúde, empreendimentos hoteleiros, centro de convenções, parques temáticos, restaurantes, ações de proteção ao meio ambiente etc.

3.2 PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE CAPACITACAO UTILIZADOS PELO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO

3.2.1 Clube da Excelência no Turismo

O Clube da Excelencia no Turismo tem como objetivo facilitar a formação e manutenção de grupos de empresários por segmento e localidade para aprimoramento e intercâmbio de práticas pela gestão da qualidade, gerando excelência na prestação de serviços.

Os encontros foram realizados quinzenalmente em cada localidade, com duração de quatro horas com intervalo de quinze minutos, para o *coffee break*. O conteúdo é formatado em módulos, os temas foram desenvolvidos em conformidade com os Critérios da Excelência da Qualidade. Os encontros se iniciam com a apresentação e comentários de empresários e gestores que tenham colocado em prática o Plano de Ação.

O controle de frequência se dará através de uma planilha de acompanhamento disponível ao participante a qualquer momento. O repasse do conteúdo técnico por parte do consultor é feito em linguagem acessível utilizando projeções de transparências em Power Point. A aplicação do conteúdo utiliza técnicas modernas de treinamentos com jogos de empresas, atividades ao ar livre com dinâmicas lúdicas e vivenciais, as apostilas são distribuídas em cada encontro, conforme o tema desenvolvido. A finalização do encontro se dará com atividades de aplicação prática para implementação no negócio: Plano de Ação.

As empresas com dificuldades nas implementações do Plano de Ação terão atendimento individualizado conforme agenda prévia. Já as empresas com sucesso na aplicação dos Planos de Ação serão selecionadas para apresentação nos encontros regionais. O formato em que a sala será arrumada nos encontros deverá ser adequado aos temas em desenvolvimento:

- Liderança, Estratégias e Planos, Gestão de Processos e Orientação para Resultados: formato em escama de peixe com mesas forradas e cadeiras confortáveis;
- Gestão de Pessoas, Foco no Cliente, Responsabilidade Social e Organização de Aprendizagem - formato em U com mesas forradas e cadeiras confortáveis;
- No centro da sala deverá ter uma mesa de trabalho, com notebook, data show, caixa de som;
- No canto da sala, deve ter uma mesa de apoio, com os materiais didáticos que serão utilizados, além de uma mesa com água e café;

São disponibilizados cartões de avaliação do encontro. Os Encontros Regionais serão realizados em dois momentos. Serão selecionadas entre os participantes dos eventos, as empresas que adotaram novas práticas de gestão em função do programa. As empresas que demonstrarem melhor desempenho apresentarão seus resultados como estudo de caso.

São 104 (cento e quatro) horas, distribuídos em 26 (vinte e seis) encontros de quatro horas/cada, sendo dois destes encontros regionais com duração de oito horas cada.

3.2.1.1 Conteúdo Programático

- Apresentação da Metodologia do Programa
- Liderança: Fator de Sucesso nas Organizações
- Estratégias e Planos: Metas para o destino turístico.
- Estratégias e Planos: Negócio e Missão
- Estratégias e Planos: Princípios, Valores e Visão
- Estratégias e Planos: Planejamento da Empresa/ Objetivos: Estratégias competitivas
- Gestão de Pessoas: Pessoas, a Maior Vantagem Competitiva
- Gestão de Pessoas: Recrutamento e Seleção
- Gestão de Pessoas: Legislação Trabalhista
- Gestão de Pessoas: Formação de Equipes

- Gestão de Pessoas: Qualificação Profissional
- Encontro Regional: Casos de Sucesso: Liderança, Estratégias e Planos, Gestão de Pessoas e Empreendedorismo
- Gestão de Processos: Qualidade e Produtividade- Mobilização para o atendimento individualizado - 1ª Etapa
- Gestão de Processos: Definição de Processos
- Gestão de Processos: Padronização
- Gestão de Processos: Gerenciamento, Medição e Indicadores
- Foco no Cliente: Cliente, a Razão de Ser da Empresa
- Foco no Cliente: Mercado do Turismo
- Foco no Cliente: Estratégias nos Serviços e Plano de Marketing
- Orientação para Resultados: Organize a estrutura e aumente os lucros
- Orientação para Resultados: Apuração de Resultados
- Responsabilidade Social Empresarial – Sensibilização e conceitos – 2ª Etapa dos Atendimentos Individualizados.
- Responsabilidade Social Empresarial: Implantação do Projeto de RSE.
- Organizações de Aprendizagem: Empresas que Aprendem Lucram Mais
- Organizações de Aprendizagem: Nós Aprendemos, Mudamos e Melhoramos
- Casos de Sucesso: Foco no Cliente, Responsabilidade Social e Organizações de Aprendizagem.
- Proposta para os grupos de encontro de Cooperação

3.2.2 Programa EMPRETEC

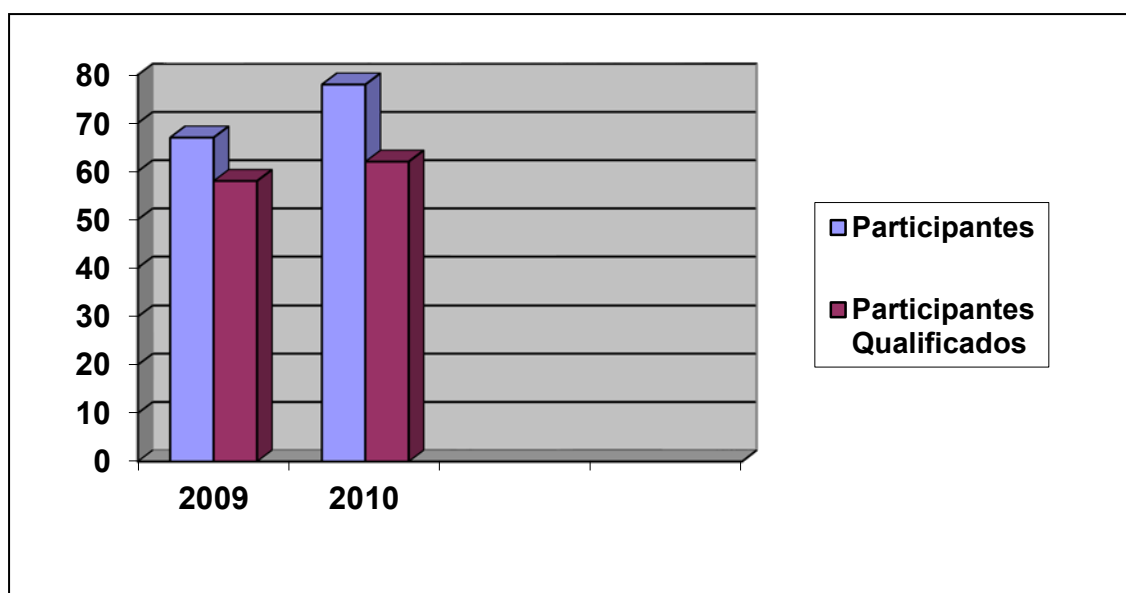
Empretec inspira empreendedores nos países em desenvolvimento e países com economias em transição para iniciar, crescer e desenvolver seus negócios. Os principais beneficiários são aspirantes a empresários, mulheres empresárias, as pequenas empresas, jovens e funcionários de grandes empresas públicas ou privadas. Hoje, o programa Empretec é implementado através de seus centros nacionais, que estão atualmente em operação em 32 países. Desde sua formação em 1988, com sucesso Empretec capacitou mais de 180.000 pessoas. O Empretec contribui para expansão e criação de milhares de novos empregos no processo. (EMPRETEC, 2008).

O Empretec é um programa internacional de consultoria empresarial e tecnológica que reúne a Organização das Nações Unidas – ONU, a Agência Brasileira de Cooperação, Órgão do

Ministério das Relações Exteriores, e o SEBRAE, como responsável pela sua execução no Brasil.

A figura central do programa Empretec é o empreendedor que, ao participar, encontra as condições para aperfeiçoar suas características individuais.

Gráfico 4 : Participantes do Empretec



Fonte:
SEBR
AE-
Bahia
realiz
ou
pesqui
sa
com
partici
pantes
do

Empretecem 2010.

O sucesso do Empretec na Bahia e entorno se deve à maior divulgação do Seminário (folder, cartaz, spot de rádio). Também houve maior investimento em capacitação dos técnicos e proximidade entre coordenação e técnicos na divulgação e realização do Seminário.

O EMPRETEC – Programa para o desenvolvimento de Empreendedores – apresenta um diferencial marcante com relação a outros sistemas de desenvolvimento empresarial. É o único que está voltado para o aproveitamento do potencial de mobilização e do “impulso de melhoria” do próprio empreendedor como um positivo e eficaz elemento de realização empresarial na criação, consolidação e ampliação de negócios.

O programa Empretec destina-se os empresários de micro, pequenas e médias empresas e a futuros empreendedores que possuam ideias claras do que pretendem para suas empresas necessitem de apoio para viabilização de seus negócios.

O principal objetivo do Empretec é promover o desenvolvimento das empresas existentes, bem como o surgimento de novas, treinando-as e prestando a assistência técnica necessária ao seu crescimento e viabilidade econômica e social, de forma a estimular sua competitividade no mercado.

O Programa Empretec é desenvolvido, basicamente, por um intensivo programa de treinamento, combinando aspectos comportamentais do empreendedor e exercícios práticos que visam o aperfeiçoamento das habilidades do empreendedor voltadas para criação e gestão de negócios.

O workshop tem uma carga horária intensiva com duração de nove dias subsequentes e uma carga horária diária de oito horas.

São três as fases por que passam os empresários participantes do Programa: fase 1: Inscrição – Preenchimento da ficha de inscrição com seus dados pessoais e empresarial; fase 2: Entrevista – O candidato será convocado a participar de uma entrevista individual conduzida por selecionadores especializados em horário a ser agendado. A entrevista permitirá avaliar as características empreendedoras do participante e traçar o perfil que subsidiará a coordenação do programa com informações para compor o grupo que participará do workshop; e fase 3: Seminário – O candidato participa do seminário onde combinam-se aspectos comportamentais da direção de uma empresa e outras habilidades necessárias ao planejamento e direção de seu negócio.

No programa, a alteração na conduta empresarial é baseada, sobretudo, em 10 características de comportamento que são vistas como pontos fundamentais na personalidade do empreendedor: a iniciativa e busca de oportunidade, capacidade de correr riscos calculados, persistência, comprometimento, estabelecimento de metas, capacidade de planejar e monitorar ações, capacidade para buscar e utilizar informações, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança e exigência de qualidade e eficiência.

O número de participantes do Empretec fica entre o mínimo de 25 e o máximo de 32 participantes. A participação no Empretec poderá promover aos empresários seguintes aspectos:

- Detectar oportunidades de negócios;
- Estabelecer metas desafiadoras;
- Melhorar sua eficiência;
- Aumentar seus lucros em situações complexas;
- Satisfazer seus clientes;

- Fornecer produtos e serviços de alta qualidade;
- Utilizar múltiplas fontes de informação;
- Desenvolver planos de negócios;
- Tomar e sustentar decisões frente a adversidades;
- Calcular e correr riscos;
- Aumentar seu poder pessoal;
- Busca de oportunidades e iniciativas;
- Fazer as coisas antes de solicitado, ou antes, de forçado pelas circunstâncias;
- Agir para expandir os negócios a novas áreas, produtos ou serviços;
- Avaliar alternativas e calcular riscos deliberadamente;
- Agir para reduzir os riscos ou controlar os resultados;
- Colocar-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados;
- Encontrar maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato;
- Agir de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência;
- Desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que atenda a padrões de qualidade previamente combinado;
- Agir diante de obstáculos significativos;
- Agir repetidamente ou mudar de estratégia, a fim de enfrentar u desafio ou superar um obstáculo;
- Fazem sacrifícios pessoais ou despender um esforço extraordinário para completar a tarefa;
- Atribuir a si mesmo e a seu comportamento as causas de seus sucessos e fracassos e assume a responsabilidade pessoal pelos resultados obtidos;
- Colaborar com os empregados ou colocar-se no lugar deles, se necessário, para terminar uma tarefa;
- Esforçar-se para manter os clientes satisfeitos a colocar a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo.

Os facilitadores estimulam a turma a enfrentar situações que, naturalmente, eles pode errar ou até mesmo planejar pensando pequeno. É exatamente nessas horas que é preciso ser humilde para aceitar o *feedback*.

Infelizmente as atividades que acontecem no programa Empretec não podem ser relatadas, não somente pelo contrato que assinam, mas pela experiência de enfrentar as situações simples,

onde o perfil empreendedor aparece. Por isso é importante que quem for fazer o curso, não saiba o que vai enfrentar.

3.2.3 Atendimentos Individualizados

Os atendimentos individualizados têm como objetivo gerar oportunidades para a melhoria contínua das organizações através de um sistema de diagnóstico e plano de melhoria, com base nos critérios da Qualidade Total.

A metodologia utilizada era através de visitas técnicas individualizadas por participante do Clube da Excelência do Turismo, elaboração de um pre diagnóstico situacional, assistência técnica para a elaboração de plano de trabalho participativo e análise dos resultados.

Esta ação é dividida em dois módulos: Módulo Gerencial (liderança, pessoas, sociedade, qualidade e empreendedorismo) e Módulo Operacional (processos produtivos e de apoio, segurança patrimonial, infraestrutura).

3.2.4 Central de Negócios

A central de negócios é uma entidade de base associativa, formada por empresas ou empreendedores independentes, voltada para a busca de soluções conjuntas de interesse econômico, com foco no mercado em que atuam. É uma ação decorrente de um processo coletivo, com o objetivo de promover e ampliar o acesso a mercados.

Como instituição associativa, a Central de Negócios repete o padrão de outros modelos de mesma base: a união como meio para aumentar a competitividade ou para superar desafios que individualmente seriam mais difíceis de serem superados. Uma de suas principais diferenças com outros modelos é o fato de elas serem organizadas majoritariamente por pessoas jurídicas. (SEBRAE/MG).

São empresários que se unem em uma associação para formarem seus negócios mais competitivos e terem condições de competir com as grandes redes. As Centrais de Negócios são organizadas para viabilizar vários objetivos sendo os mais comuns:

- Compra conjunta
- Planejamento de ações de venda
- Acesso diferenciado à mídia
- Capacitação de equipes
- Plano de marketing conjunto
- Centro de distribuição
- Design de lojas
- Marca padrão
- Melhores condições para linhas de crédito

As Centrais de Negócios assumem os princípios de uma doutrina que se chama associativismo e que expressa a crença de que juntos, pode-se encontrar soluções melhores para os conflitos que a vida em sociedade apresenta. Esses princípios são reconhecidos no mundo todo e embasam as várias formas que as associações podem assumir: oscips, cooperativas, sindicatos, fundações, organizações sociais, clubes. Os princípios gerais são os seguintes

1 - PRINCÍPIO DA ADESÃO VOLUNTÁRIA E LIVRE: As associações são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a usar seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades de sócio, sem discriminação social, racial, política, religiosa e de gênero.

2 – PRINCÍPIO DA GESTÃO DEMOCRÁTICA PELOS SÓCIOS: As associações são organizações democráticas, controladas por seus sócios, que participam ativamente no estabelecimento de suas políticas e na tomada de decisões. Homens e mulheres, eleitos como representantes, são responsáveis para com os sócios.

3 – PRINCÍPIO DA PARTICIPAÇÃO ECONÔMICA DOS SÓCIOS: Os sócios contribuem de forma equitativa e controlam democraticamente as suas associações. Os sócios destinam eventual superávit para os seus objetivos através de deliberação em assembleia geral

4. PRINCÍPIO DA AUTONOMIA E INDEPENDÊNCIA: As associações são organizações autônomas de ajuda mútua, controlada por seus membros. Entrando em acordo operacional com outras entidades, inclusive governamentais, ou recebendo capital de origem externa, devem fazê-lo de forma a preservar seu controle democrático pelos sócios e manter sua autonomia.

5 – PRINCÍPIO DA EDUCAÇÃO, FORMAÇÃO E INFORMAÇÃO: As associações devem proporcionar educação e formação aos sócios, dirigentes eleitos e administradores, de modo a contribuir efetivamente para o seu desenvolvimento. Eles deverão informar o público em geral, particularmente os jovens e os líderes formadores de opinião, sobre a natureza e os benefícios da cooperação.

6- PRINCÍPIO DA INTERAÇÃO: As associações atendem a seus sócios mais efetivamente e fortalecem o movimento associativista trabalhando juntas, através de estruturas locais, nacionais, regionais e internacionais.

7 – INTERESSE PELA COMUNIDADE: As associações trabalham pelo desenvolvimento sustentável de suas comunidades, municípios, regiões, estados e países através de políticas aprovadas por seus membros.

As Centrais de Negócios normalmente reúnem pequenas empresas de qualquer setor que, basicamente, tem baixo poder de barganha com os fornecedores, tanto em relação a preço como em relação a prazo de pagamento das mercadorias. Outros fornecedores muitas vezes não aceitam pedidos de pequenas quantidades ou condicionam melhores formas de pagamentos a um volume maior de compra de produtos, que as pequenas empresas não têm condições de arcar. Esses fatores dificultam o acesso das pequenas empresas a uma série de mercadorias, de serviços, de produtos e ou de insumos.

As pequenas empresas também têm pouco acesso à capacitação de empregados e a modernas técnicas de gestão. Esses fatores somados a um ambiente cada vez mais competitivo, que tem levado empresários a verem na união com seus pares, uma forma viável e relativamente barata para se fortalecerem e competirem em condições mais igualitárias.

3.2.5 Cooperar para Competir

Os seminários, que devem beneficiar cerca de 600 participantes, entre empresários e profissionais autônomos, tem como um dos focos a importância de se constituir e operacionalizar Centrais de Negócios, possibilitando aos empresários do ramo aumentar o faturamento em

parceria com os concorrentes. O trabalho em cooperação é fundamental para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas.

3.2.6 Seminários Turismo com Qualidade

Na oportunidade, serão discutidos os seguintes temas: aproveitando as novas oportunidades no turismo; a importância do Cadastur e de funcionar dentro da legalidade; e como melhorar o desempenho das empresas através das pessoas e o futuro dos estabelecimentos.

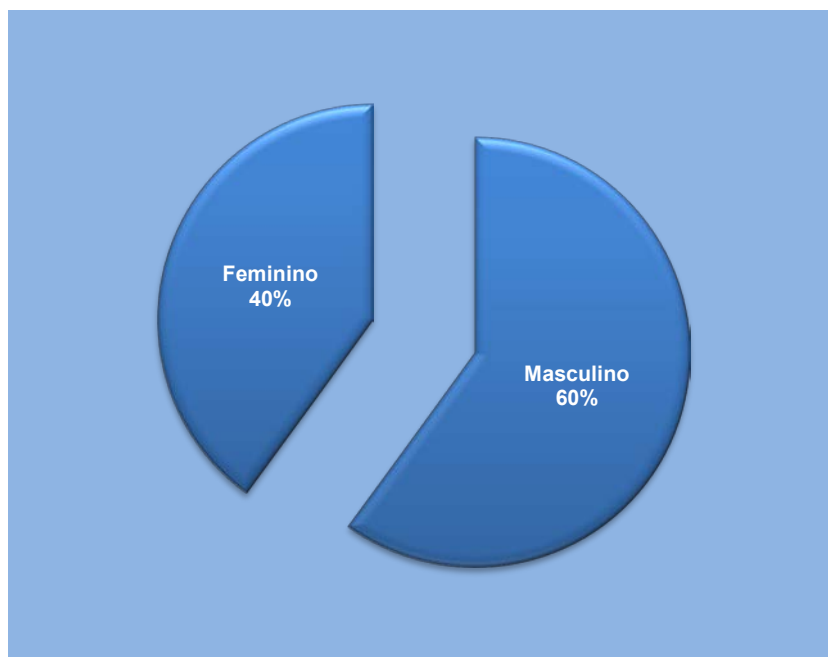
3.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS: PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO

Após a análise dos dados, das informações obtidas por meio da tabulação dos questionários aplicados foi possível identificar o perfil de vários empreendedores de diversos segmentos. Identificando PRODETUR, como base para abrir seu próprio negócio.

Demonstrando serem indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criativa para promoverem mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividades, destacando paixão pelo que faz sinceridade nas relações interpessoais, capacidade de sonhar e habilidade para o improviso e superação nas dificuldades que o cotidiano vem proporcionando aos indivíduos.

A seguir, através de gráficos e tabelas os resultados das pesquisas de campo, com questionário aplicado, tendo como objetivo principal, analisar os instrumentos de capacitação utilizados pelo Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno no intuito de promover o desenvolvimento empresarial do setor turístico.

Gráfico 5: Sexo

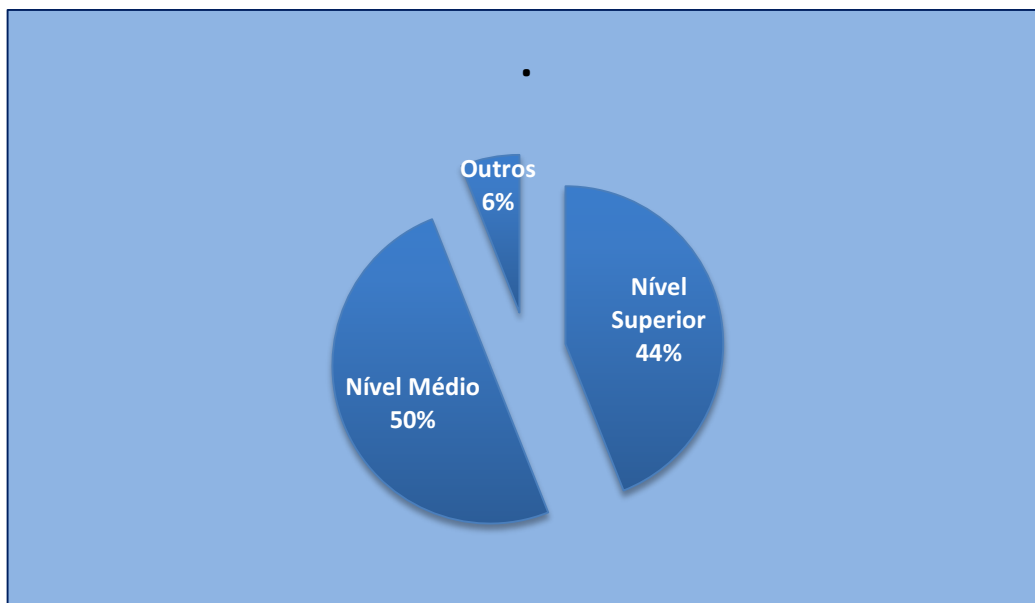


Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Pesquisa mostrou que a maioria dos trabalhadores entrevistados foi do sexo masculino com cerca de 60% do total, enquanto o sexo feminino 40% mulheres estão inseridas no mercado empreendedor.

Como afirma Zamberlam (2003, p.14,) “a mulher tem hoje na sociedade uma participação mais ativa no âmbito fora da família, e desenvolve atividades profissionais que exigem dedicação em turno integral, tanto no lar quanto no trabalho profissional”.

Gráfico 6: Escolaridade

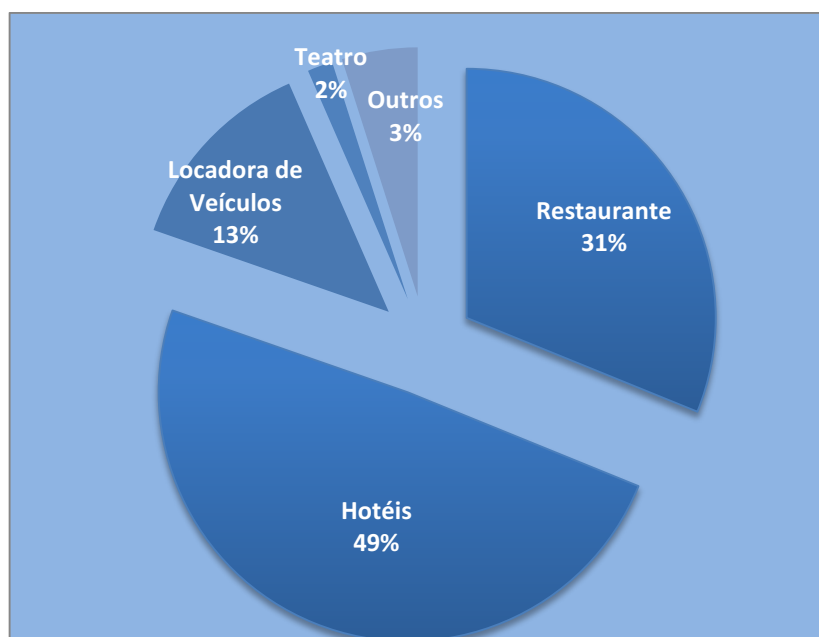


Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Quanto à escolaridade dos trabalhadores pesquisados observou-se que a maioria possui o Nível Médio 50%, enquanto que uma parte tem o Nível Superior 44% e Outras formações 6%, demonstram.

Conforme Braga (2004, p. 12) “a ausência de qualificação da mão-de-obra se apresenta como justificativa para o ingresso de novas pessoas que procuram alocação no mercado de trabalho”.

Gráfico7: Emprendimento



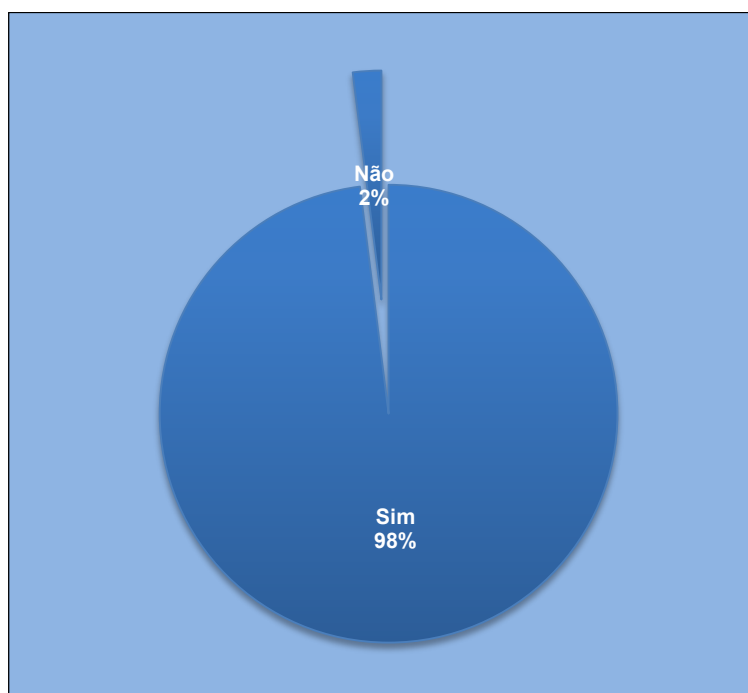
Fonte: Pesquisa de Campo, 2011.

Tabela 2- Produtos e serviços

Indicadores	Amostra	%
Restaurantes	19	31%
Hotéis	30	49%
Locadora de Veículos	8	13%
Outros	3	3%
Oficina de Teatro	1	2%
Total	57	100

Pesquisas mostram que os entrevistados optaram por seguimentos que ofereça aos clientes segurança e eficiência no serviço a ser prestado. Além de proporcionar conforto, bem estar e lazer. Dessa forma cria-se relação de consumo, exigindo responsabilidade dos serviços prestados.

Gráfico 08: PRODETUR

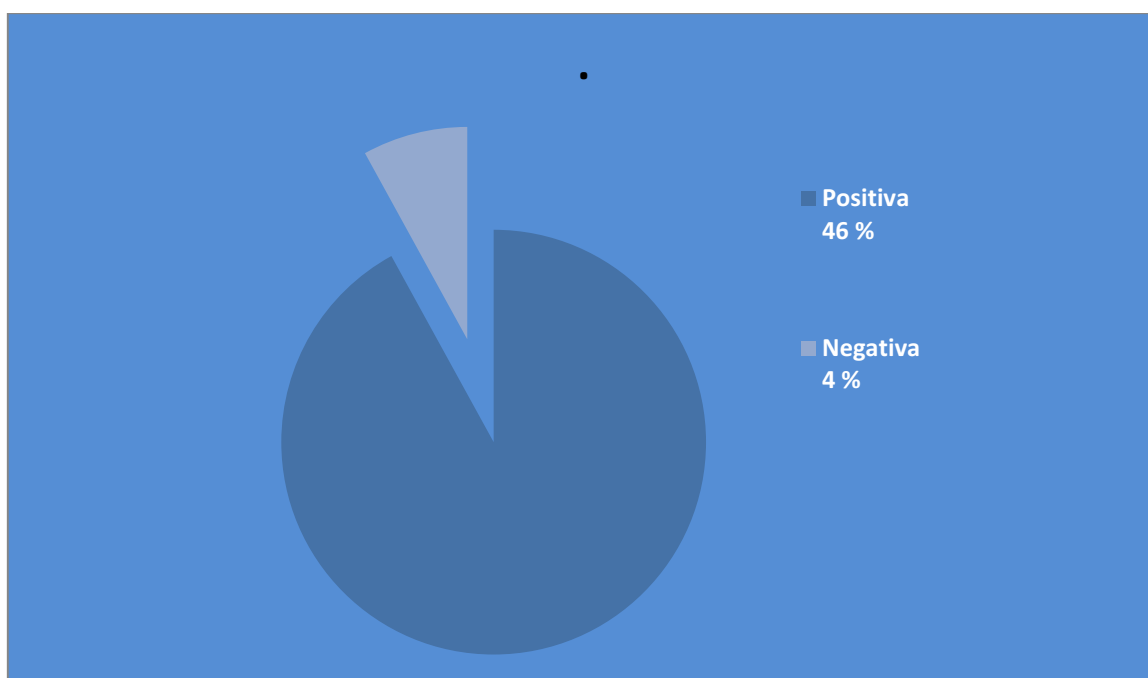


Fonte: Pesquisa de Campo, 2011.

Perguntado pelo Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico, a maioria dos entrevistados afirmaram que o programa influenciou de uma forma positiva na elaboração do Projeto atual dos mesmos.

Como relata Dolabela (1999, p. 39) que “estas pessoas, não conseguindo colocação ou recolocação no mercado, se veem forçadas a criar seu próprio emprego como única fonte de alternativa de sobrevivência”.

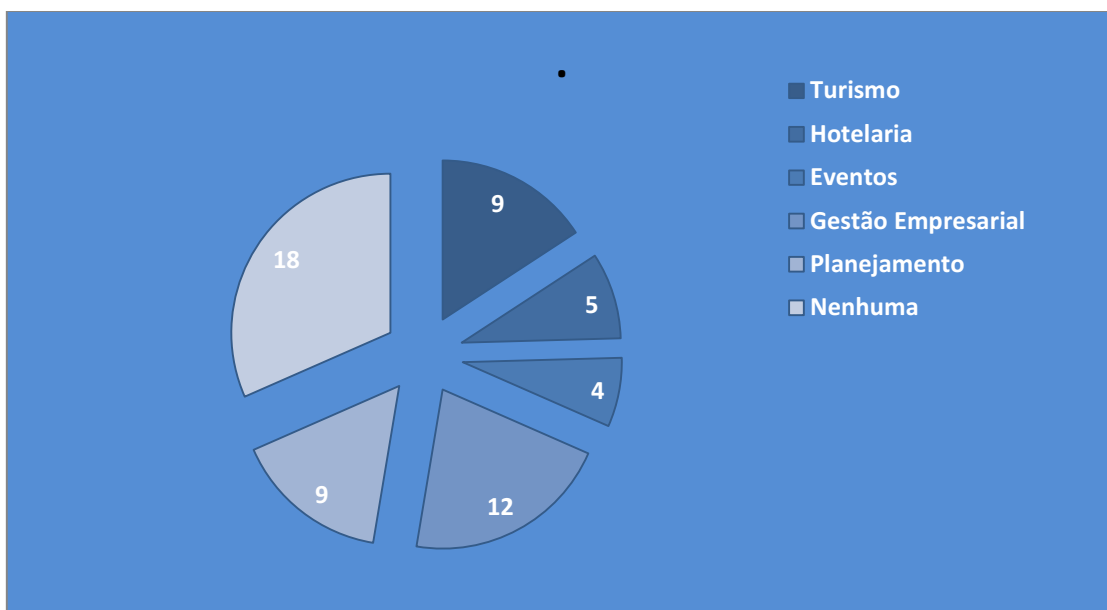
Gráfico 09: Influência do PRODETUR



Fonte: Pesquisa de Campo, 2011.

Dados comprovados com a pesquisa de campo podem observar o quanto o Programa de Qualificação Empresarial do Turismo Polo Salvador e Entorno, foi de grande valia para o empreendedor ter resultados positivos no desenvolvimento do seu próprio negócio.

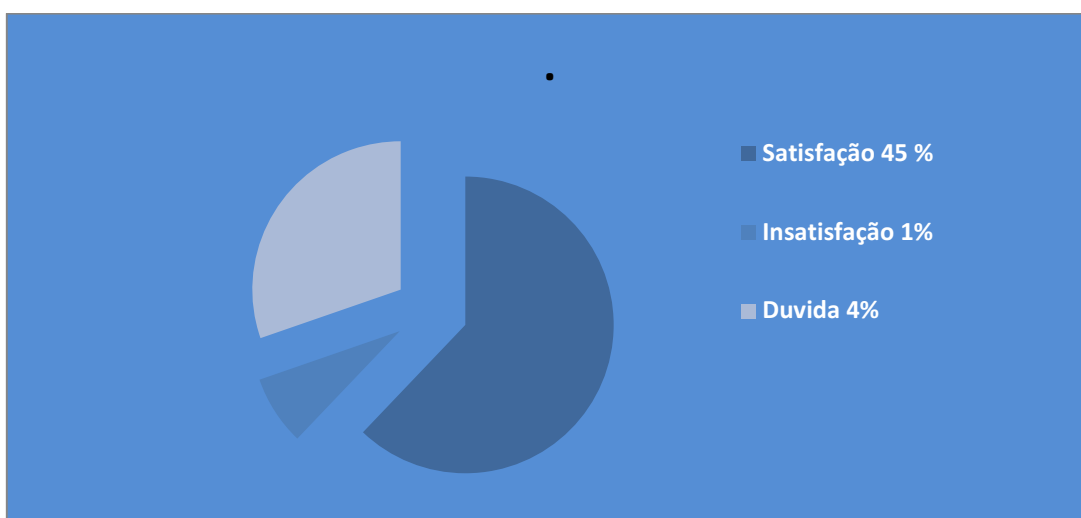
Gráfico10: Formação Profissional



Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

De acordo os resultados obtidos com os entrevistados, 18% abriram seus próprios negócios na área de Ensino Educacional (escolas, creches, cursos preparatórios), ficando com 12 % o Planejamento, bem como o comercio formal (loja de confecções, Sapatarias, dentre outras), afirmando que o Programa influenciou de forma positiva na elaboração do projeto.

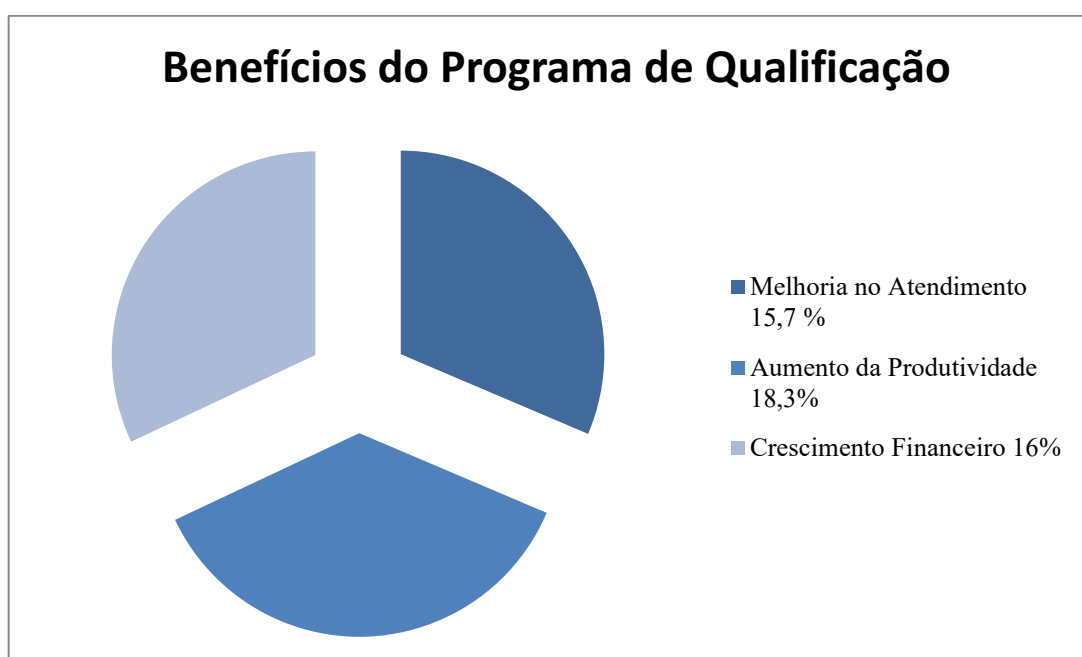
Gráfico 11: Ações realizadas pelo Programa



Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Como já citado neste trabalho pesquisas mostram que o Programa de Qualificação Empresarial do Turismo Polo Salvador e Entorno, amplia a visão da gestão empresarial, através das ferramentas apresentadas, trazendo a motivação para empreender, aumentando a competitividade e trazendo novas parcerias para o crescimento do turismo, certos que as ações trouxeram uma visão melhor de como administrar seu próprio negócio.

Gráfico 12: Benefícios do Programa de Qualificação



Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

O grande investimento a ser considerado e que gera verdadeiramente um diferencial competitivo entre as empresas é a qualidade de sua mão de obra.

A experiência já absorvida pelo empregado, adicionado de um treinamento para deixá-lo mais capacitado, fazem a diferença em empresas que buscam pelos melhores talentos para alavancar seus negócios.

Conforme o gráfico 12, a pesquisa mostra a melhoria de atendimento em 15,7%, aumento da produtividade em 18,3% e o crescimento financeiro em 16%, levando em consideração o conjunto de exigências do mercado, dessa forma, pode destacar uma competência extremamente valorizada nos dias atuais que é o espírito de equipe.

CONCLUSÃO

Com a conclusão deste trabalho pode observar, a importância de se entender aspectos da qualificação, ou capacitação, para o desenvolvimento da atividade turística. Podendo conscientizar empresários do setor turístico, que não tem sua formação na área, a importância de se qualificar para melhor entender como funciona, de forma sustentável, a atividade turística e suas consequências quando não são bem geridas. O trabalho também poderá ajudar estudantes e profissionais de turismo a entenderem a necessidade de sistematizar o conhecimento para poder criar experiências inovadoras.

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integra-se prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade e troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/ subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico.

Embora o turismo seja uma atividade atrelada especialmente aos grandes capitais, tem efeito multiplicador e pode oferecer oportunidades também para pequenos comércios, empresas, e negócios mais participativos, como bares, restaurantes e pousadas, com as mais diversas prestações de serviços, que se espalham por todos os espaços turísticos.

Dentre os pesquisados também pode observar, o Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste – PRODETUR NE II visa dar continuidade ao processo de desenvolvimento do setor de turismo na região Nordeste do Brasil, iniciado com o PRODETUR NE I, através do financiamento dos investimentos necessários em ações no âmbito estadual e municipal voltados para o desenvolvimento da capacidade de gestão, além da infraestrutura, objetivando compatibilizar a disponibilidade de serviços públicos com o crescimento esperado do turismo, nas áreas de intervenção. O programa surge da visão do Governo do Estado da Bahia e do Ministério do Turismo quanto à importância da capacitação como fator competitivo para o turismo na atual conjuntura.

A partir deste trabalho torna-se importante o desenvolvimento de estudos e pesquisas direcionadas para o assunto proposto, desse modo, para que este crescimento e qualificação de programas que venham a capacitar profissionais para o ramo turísticos, sendo de grande valia para todos os envolvidos.

A qualificação empresarial das organizações permite obter resultados para os indivíduos, para suas equipes e também para as instituições, proporcionando o desenvolvimento de negócios ligados ao turismo.

Com a realização da pesquisa percebe-se a importância do PRODETUR, que vem cada dia se desenvolvendo no mundo acadêmico e empresarial turístico, dando resultados positivos na gestão de diversas empresas neste ramo, atendendo as expectativas do profissional agir com, mas profissionalismo, segurança e acima de tudo, obter um lucro no seu empreendimento.

Por fim, cabe ressaltar que, existem ainda pontos a serem mudados, mas no crescimento do programa, a troca de informações trará para os empreendedores, ações positivas a serem colocadas em práticas, com intuito de ter um retorno positivo no desenvolvimento do projeto de cada um.

REFERÊNCIAS

BUARQUE, S.C.. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Gramond, 2004 p. 120.

CASTELLI, G. **Administração Hoteleira**. 7 ed.. Caxias do Sul: EDUCS, 2000, p 37.

CHIAVENATO, I. **Gerenciando Pessoas**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 1994,p.32.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 6ªtiragem. Rio de Janeiro: Campus, 1999, p 294.

Congresso Estadual de Qualificação Profissional: educação profissional, emprego e renda 1999. Salvador. **Anais do 2º Congresso Estadual de Qualificação Profissional: educação profissional, emprego e renda**, 24 a 26 de novembro de 1999. Salvador: SETRAS, Faculdade de Educação da UFBA, 1999, p.165 – 167.

Congresso Estadual de Qualificação Profissional: educação profissional, emprego e renda, 1999. Salvador. **Anais do 2º Congresso Estadual de Qualificação Profissional: educação profissional, emprego e renda**, 24 a 26 de novembro de 1999. Salvador: SETRAS, Faculdade de Educação da UFBA, 1999. 228 p.

CORIOLOANO, Luzia Neide, M.T. Disponível em:
http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Luzia_Neide_Coriolano.htm.
Desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. 2003.

EMPRETEC. Disponível em: <http://www.unctadxi.org/templates/Page___7362.aspx>.
Publicado em: 29 de Maio de 2008. Acesso em 20 de Novembro de 2010.

FITZSIMMONS, James; FITZSIMMONS, Mona. **Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia de informação**. 4ed..Porto Alegre: Bookman, 2005,p 59

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços: a competição de serviços na hora da verdade.** Rio de Janeiro: Campus, 1995, p 21

LONGO, Rose Mary Juliano. **A revolução da qualidade total: histórico e modelo gerencial.** Brasília: IPEA, 1994, p.31.

MOESH, Marutschka M.. **A produção do saber turístico.** 2 ed. São Paulo: Contexto, 2002, p.133.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao Turismo.** Tradução: Dolores Martin Rodriguez Cosner. São Paulo: ROCA, 2001, p.29.

OLIVER, Bertrand. **Avaliação e certificação de competências e qualificação profissional.** Brasília:UNESCO/ IPE, 2005. p. 14,15.

PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de pessoas em turismo: sustentabilidade, qualidade e comunicação.** Campinas, SP: Editora Alínea, 2006. Ed 2,p 25, 27.

PETROCCHI, Mario. **Marketing para destinos turísticos: planejamento e gestão.** São Paulo: Futura, 2004,p 23.

SEBRAE. **Projeto Pedagógico: Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico Pólo Salvador e Entorno.** Salvador, BA, 2009, p 13

SEBRAE. **Disseminação do Conhecimento no Setor do Turismo: Economia da Experiência.** Brasília: SEBRAE, 2007, p 51.

SEBRAE. **Central de Negócios: Série Empreendimentos Coletivos.** Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/F1878A0DA4A130978325766A0055B0EB/\\$File/NT00042C42.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/F1878A0DA4A130978325766A0055B0EB/$File/NT00042C42.pdf)>. Acesso em 20 de Novembro de 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS.

NBR 6023. Informação e documentação: referências: apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

NBR 6024. Informação e documentação: numeração progressiva das seções de um documento escrito: apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

NBR 6027. Informação e documentação: sumário: apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

NBR 6028. Informação e documentação: resumo: apresentação. Rio de Janeiro, 2003.

NBR 10520. Informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

NBR 14724. Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

APÊNDICE A – FOTOS DOS PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS DE SALVADOR E ENTORNO

Figura 3: Baía de Todos os Santos



Fonte: www.bahia.com.br/destinos - foto Rita Barreto/Setur

Figura 4: Baía de Todos os Santos



Fonte: www.bahia.com.br/destinos - foto Rita Barreto/Setur

Figura 5: Farol da Barra



Fonte: <http://arquitetandonanet.blogspot.com/2009/04/farol-da-barra-salvador-bahia-brasil.html>

Figura 6: Cidade Histórica de Cachoeira - Bahia



Fonte: <http://historiaearquitetura.blogspot.com/2011/08/cidade-historica-de-cachoeira-bahia.html>

APÊNDICE B – FOTOS DO PROGRAMA DE ENCERRAMENTO DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESÁRIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO

Figura 7: Seminário Turismo com Qualidade



Fonte: SEBRAE

Figura 8: Seminário Turismo com Qualidade



Fonte: SEBRAE

Figura 9: Seminário Turismo com Qualidade



Fonte: SEBRAE

Figura 10: Seminário Turismo com Qualidade



Fonte: SEBRAE

Figura 11: Seminário Turismo com Qualidade



Fonte: SEBRAE

Figura 12: Seminário Turismo com Qualidade



Fonte: SEBRAE

ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO – PÓLO SALVADOR E ENTORNO

Novembro 2010 – Diana Paixão de O. Marques

Instrumento de coleta de dados de uma pesquisa de Trabalho de Conclusão do Curso de Turismo e Hotelaria, da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, tendo como objetivo principal analisar os instrumentos de capacitação utilizados pelo Programa de Qualificação Empresarial no Setor Turístico – Polo Salvador e Entorno no intuito de promover o desenvolvimento empresarial do setor turístico.

Nome: _____

Empresa: _____

1. Qual é a sua formação?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Ensino Fundamental | <input type="checkbox"/> 4. Ensino Superior Incompleto |
| <input type="checkbox"/> 2. Ensino Médio Incompleto | <input type="checkbox"/> 5. Ensino Superior Completo |
| <input type="checkbox"/> 3. Ensino Médio Completo | <input type="checkbox"/> 6. Outro _____ |

2. Qual o segmento do seu negócio?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Alimentos e bebidas | <input type="checkbox"/> 4. Agência de Turismo (Receptivo) |
| <input type="checkbox"/> 2. Hospedagem | <input type="checkbox"/> 5. Agência de Turismo (Emissivo) |
| <input type="checkbox"/> 3. Operadora de Turismo | <input type="checkbox"/> 6. Outro _____ |

3. Qual o tempo de vida do seu negócio?

4. Qual sua opinião sobre o Programa de Qualificação Empresarial do Turismo Pólo Salvador e Entorno?

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. Boa | <input type="checkbox"/> 2. Ruim | <input type="checkbox"/> 3. Nenhuma |
|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|

5. Você reconhece a importância da qualificação para o aumento da competitividade e qualidade no setor turístico?

1. Sim 2. Não

6. Possui formação em alguma dessas áreas?

1. Turismo 4. Gestão Empresarial

2. Hotelaria 5. Planejamento

3. Eventos 6. Nenhuma

7. Os resultados gerados pelo Programa de Qualificação Empresarial do Turismo Pólo Salvador e Entorno são positivos ou negativos, em sua opinião? *(resposta aberta)*

8. O seu negócio, ou empresa que trabalha, melhorou sua gestão após a participação no Programa de Qualificação Empresarial do Turismo Pólo Salvador e Entorno?

1. Sim 2. Não

9. Caso sim, melhorou em quê?

1. Aumento na demanda

2. Consolidação da cultura de aprendizado contínuo

3. Realização de parcerias estratégicas para o desenvolvimento turístico regional

4. Maior envolvimento empresarial nos problemas sócio – ambientais.

10. As ações realizadas pelo Programa de Qualificação Empresarial do Turismo Pólo Salvador e Entorno atenderam suas expectativas? Justifique.

1. Sim 2. Não
