



IMPACTOS DA PESQUISA E DA
PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E
HOSPITALIDADE NA SOCIEDADE

 **XVII Seminário
ANPTUR**
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

02 A 04 DE DEZEMBRO DE 2020
RECIFE - PERNAMBUCO | UFPE
ANAIS ANPTUR | ISSN 2359-6805

Explorando Diferenças Dos Subsetores Do Turismo: Uma Avaliação Da Gestão De Negócios Turísticos

**João Victor de Almeida Silva¹
Mariana de Freitas Coelho²
Thiago Duarte Pimentel³**

Resumo

Apesar de existir algum avanço sobre como a atividade turística funciona de maneira complexa e inter-relacionada, é ainda incomum estudos que comparem a atuação dos setores em um município, o que ocorre, provavelmente, em função de diversos fatores, tais como ausência de dados e estudos sobre o sistema turístico de forma integral, assim como lacunas significativas em termos de subsistemas - como o de ações operacionais -, em particular. O objetivo desse artigo é comparar a atuação de empresas de turismo por setor, de forma a entender as possíveis semelhanças e diferenças de atuação em um mesmo município. Os setores estudados são Hotelaria, Alimentação, Transporte, Agência e Atrativos. Metodologicamente, o estudo teve natureza quantitativa, com abordagem descritiva. Os dados foram coletados por meio de um survey estruturado, aplicado a 85 gestores de empresas do setor turístico na cidade de Juiz de Fora - MG. Observou-se que o setor de alimentação é o que mais necessita de inovação para fazer frente a menor longevidade das empresas. Os gestores que escolherem ingressar nos setores de atrativos, alimentação e agências terão que gerir uma maior diversidade de produtos, o que aumenta a complexidade da gestão. O setor de atrativos se mostrou o setor mais estruturado em relação a previsão de demanda e gestão da qualidade, enquanto o de alimentação falha na previsão de demanda e na coleta de feedback dos clientes. Assim, este estudo contribui para o entendimento do turismo a partir do mapeamento da gestão das empresas que lidam diretamente com produtos do turismo, analisando tópicos como a gestão de produtos e a escolha do cliente enquanto estratégia de negócio. Este trabalho permite avançar no entendimento de como os gestores de negócios relacionados diretamente à atividade turística percebem sua atuação no campo gerencial intra subsetores e, o mais importante, gerando uma visão integrada e comparativa entre os diferentes subsetores da cadeia produtiva. Ademais, uma das contribuições do estudo é auxiliar turismólogos a escolherem seus setores de atuação com base nos resultados apresentados.

Palavras-chave: Turismo; Gestão de Negócios; Setores turísticos; Marketing em Empresas de Turismo.

¹Graduado em Administração. Universidade Federal de Viçosa-MG. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/3080906436185892>. E-mail: Joaovictor20.10.97@gmail.com.

²Pós Doutora em Hospitalidade. Universidade Federal de Viçosa-MG. <http://lattes.cnpq.br/6529509228250270>. marifcoelho@gmail.com.

³Doutor em Ciências Sociais (Sociologia). Universidade Federal de Juiz de Fora-MG. <http://lattes.cnpq.br/9841188234449467>. thiago.pimentel@ich.ufjf.br.