

PRODUÇÃO DE SERVIÇO NO TRADE TURÍSTICO PORTOVELHENSE

Brenda Gonçalves Rocha¹,

João Vitor Ferreira Machado²

Flávio de São Pedro Filho³

RESUMO

O presente trabalho apresenta elementos do Trade Turístico do Município de Porto Velho situado no estado de Rondônia. É uma pesquisa de natureza, se norteia em busca bibliográfica utilizando livros e artigos disponibilizados em base de dados relevantes e documentos disponibilizados na página da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio, Turismo e Trabalho - SEMDESTUR do município investigado. A análise dos resultados de forma a identificar os pontos positivos e negativos da temática abordada. O objetivo geral desta pesquisa é o estudo da produção dos principais serviços no trade turístico portovelhense. Como resultado, caracterizou-se os componentes do trade turístico tornando possível identificar quais os serviços turísticos que são ofertados na cidade, bem como a realização da análise das principais organizações do trade com foco em suas respectivas ofertas de serviços, além de utilizar o modelo SWOT considerando a estratégia de excelência esperada por um trade para a identificação dos pontos a serem otimizados. Com base nos resultados tornou-se possível elaborar um framework para a produção dos serviços turísticos em face do Sistema de Turismo - SISTUR.

Palavras-chaves:

Administração. Gestão. Produção. Trade turístico Turismo. Serviços. Sistema de Turismo.

1. INTRODUÇÃO

Este estudo trata sobre a produção de serviço no trade turístico portovelhense considerando a importância desses elementos para a formatação da indústria de turismo na Capital de Rondônia. A pergunta de pesquisa a ser considerada é: como se caracteriza o trade turístico no cenário pesquisado? Para responder a essa indagação ingressam como objetivo geral estudar a produção dos principais serviços no trade turístico portovelhense. E para a produção de resultados traz como objetivos específicos identificar as organizações do trade turístico portovelhense com foco nas suas respectivas ofertas de serviços produzidos (1), efetuar a Análise SWOT considerando a estratégia de excelência esperada por um trade especializado no cenário investigado (2) e ofertar um framework válido para a produção de serviços turísticos em face do SISTUR (3). Justifica-se estudos como esse a própria realidade estrutural de um

¹Discente da disciplina Administração da Produção, no Curso de Administração da UNIR. E-mail: brenadagon.rocha@gmail.com

² Discente da disciplina Administração da Produção, no Curso de Administração da UNIR. E-mail: joaopvh@gmail.com

³ Pós-Doutor em Gestão e Economia. Docente da Disciplina Administração da Produção, no Curso de Administração da UNIR. Email: flavio1954@gmail.com

jovem estado como Rondônia, ainda pendente de uma formatação da sua produção turística, enquanto se revela diversos atributos de bióticos, abióticos, estéticos e culturais que podem revelar significativos para um trade turístico de excelência na Amazônia. Este documento é estruturado em tópicos e subtópicos, nos quais se apresenta, após esta introdução, um corpo teórico e conceitual, a metodologia do preparo, os resultados em conformidade com os objetivos propostos, e a referência indicando as publicações que serviram na construção deste resumo expandido.

2. REVISÃO TEÓRICA E CONCEITUAL

Segundo Vieira et al, (2005) a Teoria Geral dos Sistemas é conceituada como uma forma de organizar sistemas considerado complexos que podem ser retratados com uma base unificada dos conhecimentos. Ademais, visa identificar as propriedades, princípios e as leis que são características dos sistemas de modo geral, independentemente de sua natureza e elementos que o compõem. De acordo com Beni (1990), a partir da Teoria de Sistemas, tornou-se possível desenvolver um estudo minucioso sobre o turismo, no sentido de identificar os elementos e seus respectivos atributos e as relações de causa e efeito, visando delinear com precisão a extensão abrangida pelo Sistema de Turismo – SISTUR. Dessa forma, a Teoria de Sistemas é utilizada como um quadro referencial dinâmico, flexível, adaptável, de fácil leitura e compreensão que integra a complexidade do turismo e representa as suas combinações.

2.1 Conceitos sobre organização de serviços, produção de serviços turísticos e de trade turístico

O serviço para Chark e Johnston *apud* Gonzaga e Junior (2011) corresponde ao “modo como a organização gostaria de ter seus serviços percebidos por seus clientes, funcionários, acionistas e financiadores”, ou seja, a proposta de seu negócio. Dessa maneira, o cliente percebe quais são os serviços da organização, além de considerar quais os benefícios e o que lhe agrega valor.

Ademais, o turismo possui contribuições significativas no crescimento e desenvolvimento do setor de serviços, por este motivo, a qualidade na prestação do mesmo é um fator crucial para que o empreendimento turístico possua sucesso. Para Congro *apud* Santana *et al* (2020), “a qualidade de serviços turísticos precisa ser operacionalizada de forma

integral e sistemática, de modo que os mecanismos de avaliação sejam aplicados e utilizados para melhor as estratégias e formas de oferecer os respectivos serviços”.

De acordo com Mota *apud* Santos *et al* (2012) o trade turístico pode ser conceituado como as áreas envolvidas na prestação de serviços para atender às necessidades comuns de todos os turistas, sendo também o conjunto de empresas que oferecem os serviços aos turistas.

Para o Glossário do Turismo o trade turístico é definido como organizações privadas e governamentais que atuam no setor de turismo, de eventos, além dos hotéis, transportadoras aéreas, terrestres e marítimas, agências de viagens, promotores de feiras e outros serviços auxiliares.

2.2 Conceitos sobre Análise SWOT e sobre estratégia de produção

A análise SWOT é um sistema utilizado para realizar o monitoramento do ambiente interno e externo, para verificar a posição estratégica da organização. É uma sigla originada do inglês, representando um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Ademais, esta metodologia tornou-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo conforme tratam Dantas e Melo (2008).

De acordo com Santos *apud* Silveira (2016), a economia do lazer e do turismo são estratégias que permitem a presença no mercado global, onde a oferta necessita de uma imagem eficaz de um posicionamento competitivo de primeira linha. Levando em consideração o cenário, pode ocorrer a utilização de duas estratégias, a de diversificação de produtos ou de concentração.

A estratégia de diversificação proporciona aumento da competitividade entre os destinos oferecidos, visando uma maior possibilidade de escolha ao turista. Já a concentração de produtos turísticos nos destinos em um ou poucos mais produtos, também pode apresentar vantagens para a competitividade e para o desenvolvimento dos destinos conforme apresentado por Silveira (2016).

Ademais, podemos citar como estratégia a coopetição, sendo a cooperação entre as organizações concorrentes, visando que as empresas de pequena dimensão, associadas ao desenvolvimento de produtos para nichos turísticos possam possuir vantagens, como o

partilhamento de recursos, disseminação de conhecimento entre os colaboradores e desenvolvimento de tecnologias para negócio, conforme apontado por Silveira (2016).

2.3 Conceitos sobre serviços turísticos e SISTUR

Serviços Turísticos são aqueles prestados por organizações ou agências turísticas, ou por profissionais autônomos como guias, e outros que de alguma forma contribui para a operação em turismo e hospitalidade. Podem ser incluídos nestes serviços a hospedagem, passeios e atividades de lazer e entretenimento, o serviço de transporte, além de informações e outros serviços típicos da região, conforme tratam Silva *et al.* (2021). Os serviços de apoio que favorecem a sociedade local, têm o potencial para ser usados pelos turistas, como assistência médica, serviços mecânicos, entre outros serviços.

Ademais, podemos citar também outros componentes importantes do turismo, como a infraestrutura e os equipamentos turísticos. O primeiro caracteriza-se como o conjunto de obras e instalações de estrutura física e de serviços urbanos básicos utilizados para prestar suporte ao desenvolvimento da atividade turística em determinada localidade. Neste componente estão presentes os serviços: transporte, comunicação e serviços básicos (abastecimento de água, luz e limpeza pública). Sem esses serviços as atividades turísticas são afetadas, por não poderem oferecer uma boa impressão sobre a cidade. Já os equipamentos turísticos são as instalações básicas do turismo, pois sem elas o mesmo não existe. As instalações que se destacam são: hotéis, restaurantes, equipamentos de apoio como postos de gasolina, hospitais, farmácias, igrejas, bancos, casas de câmbio, comércio em geral, serviços mecânicos e de socorro, expedição de documentos, bombeiros, telefones, rádio, entre outros, como apontam Silva *et al.* (2021).

O SISTUR (Sistema de Turismo) estabelece abordagens sistêmicas ligadas às atividades turísticas. Segundo Reis (2016) “quem trabalha com o turismo deve conhecer os fatores que estão direta ou indiretamente ligados a ele.” Dessa forma, o SISTUR é dividido em subsistemas, sendo eles, CRA (conjunto das relações ambientais) composto pelos subsistemas ecológico, social, econômico e ambiental; o CRO (conjunto das relações operacionais) responsável pelos subsistemas que operacionalizam o turismo (mercado, oferta, demanda, consumo, distribuição);

e o CRE (Conjunto das relações estruturais), composto pelo subsistema da infraestrutura (básica e turística) e da superestrutura.

De acordo com Binfaré e Sonaglio (2015) a “superestrutura é o subsistema responsável pela organização do turismo e consequentemente pelo planejamento da atividade”. Ou seja, esse subsistema se refere à complexa organização pública e privada que permite a harmonização da produção e venda de diferentes serviços do Sistema de Turismo.

3. METODOLOGIA DO PREPARO

O presente estudo se qualifica em pesquisa qualitativa, tendo em vista que esta abordagem entende que a realidade é subjetiva e múltipla, podendo ser construída de modo diferente por cada indivíduo. Além disso, esse tipo de pesquisa é considerado como um "guarda-chuva", ou seja, reúne diversas formas de investigação que auxiliam no entendimento do cenário estudado, com definição adequada no que se refere à medida que é desenvolvido, como prescreve Chueke e Lima (2013).

3.1 Quanto ao Método da Análise de Conteúdo

O método de Análise de Conteúdo pode ser determinado como o conjunto de instrumentos metodológicos que estão se aperfeiçoando constantemente, utilizados para tratar diferentes fontes de conteúdo coletado, conforme prescrevem os autores Silva e Fossá (2013). Essa técnica escolhida para a realização desta tarefa é bem descrita por Laurence Bardin, como afirmam estes referidos autores. O método envolve fases; sendo a primeira a pré-análise; aqui utiliza-se a sistematização de ideias iniciais presentes no referencial teórico; então ocorre o estabelecimento de indicadores visando a interpretação das informações coletadas. Primeiramente, ocorre a leitura flutuante, sendo o primeiro contato com os documentos. Posteriormente, há a escolha dos documentos, seguido da formulação das hipóteses e objetivos e por fim, a elaboração dos indicadores para interpretar o material de estudo. A segunda fase é caracterizada pela exploração do material, realizando os recortes dos textos, ou seja, realizando a separação dos parágrafos e elaborando para caracterizá-los. São divididos em categorias iniciais, intermediárias e finais, já a terceira fase compreende a forma de tratamento dos resultados, realizando a inferência e interpretação, como apontados por Silva e Fossá (2013).

3.2 Quanto aos procedimentos adotados

Inicialmente para a coleta de dados bibliográficos utilizou-se livros, artigos científicos disponibilizados em plataformas de base de dados. Ademais, utilizou-se documentos online disponíveis na página do Organismo Municipal de Turismo. Para os procedimentos, adotou-se a leitura do Plano Municipal de Turismo da Cidade de Porto Velho, bem atualizado servindo de referência neste preparo. Após a leitura deste Plano, diversos outros materiais puderam ser reunidos, por meio de buscas na internet, tendo o cuidado de catalogar as respectivas fontes; assim, os documentos selecionados deveriam ser homogêneos ao objeto da investigação, de modo a estabelecer critérios pré-estabelecidos no âmbito da singularidade procedimental no preparo desta tarefa. Considerou-se, ainda, a pertinência, as fontes e a narrativa a ser considerada, mantendo correspondência ao objeto investigado, como prescrevem Silva e Fossá (2013).

3.3 Quanto à ferramenta aplicada

A ferramenta escolhida para a aplicação deste estudo é o modelo SWOT, sendo utilizado para identificar os pontos positivos e negativos do trade turístico, verificando quais são as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades presentes neste cenário.

3.4 Quanto à análise

A análise dos resultados levará em consideração a Teoria da Ação Comunicativa desenvolvida pelo filósofo Jürgen Habermas. O mesmo afirma que a busca pelo consenso(provisório) origina-se de uma base argumentativa da comunidade comunicacional. Na teoria habermasiana, o consenso é qualificado, ou seja, depende do apelo à situação ideal de fala. Somente nesse contexto de forma intersubjetiva, que o consenso poderá ser concebido, conforme descrito por Foletto(2014). O autor o caracteriza como intersubjetivo pois é fundamentado em meio a discursos argumentativos que estão livres de coação; provisórios pois é aberto a novos níveis de compreensão e entendimento. Posteriormente, Habermas apresenta que nas práticas cotidianas ainda sobrevive a razão comunicativa.

“Ergue-se em meio à lógica pragmática argumentativa, expressa pela compreensão descentralizada do mundo. A ideia da razão instrumental (clássica) é reformulada em termos da razão comunicacional, através de relações intersubjetivas, nas quais pela interação de dois ou mais sujeitos, os mesmos buscam entender-se

sobredeterminado assunto ou objeto, a fim de compreendê-lo” (FOLETTTO, 2014).

A partir das relações intersubjetivas é que se permite fazer a distinção os interesses em uma discussão. É neste ponto, que a fundamentação da ética da discussão exige a reconstrução de um ambiente pluralista, crítico. Partindo dessa ideia, Habermas afirma que o conhecimento não é construído pelo indivíduo solitário, por isso a realização da análise e desenvolvimento desta pesquisa ocorre em grupo. Ademais, a teoria contribui para o entendimento de que trabalhar em grupo é um desafio, devido a necessidade de articulação dos envolvidos quanto ao desempenho da ação em conjunto, além de ressaltar que durante o processo poderá ocorrer discordância quanto aos resultados e outros aspectos do trabalho, tendo em vista que cada integrante a partir de suas pesquisas possui uma interpretação própria do conteúdo estudado. Dessa forma, utilizamos como referência esta teoria para analisar a pesquisa em grupo de maneira satisfatória e com foco em evitar conflitos e solucionar as divergências.

4. RESULTADOS DO ESTUDO SOBRE A PRODUÇÃO DOS PRINCIPAIS SERVIÇOS DO TRADE TURÍSTICO PORTOVELHENSE

O município de Porto Velho, assim como o Estado de Rondônia, é jovem, tendo sido oficialmente confirmado como capital no ano de 1982, com uma população de 539.354 habitantes conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE/2020). Quanto ao turismo, segundo um estudo recente realizado pelo Organismo Municipal de Turismo, a capital ocupa o 8º lugar de visitação da Região Norte, estando na 5º posição dos destino de empresários vindos da Bolívia para participar de eventos e negócios. O município possui diversos atrativos turísticos que serão mencionados adiante, ressaltando que há um potencial significativo de crescimento do fluxo de turistas, entretanto, há relatos de que o Governo do Estado realiza investimentos para incentivar a visitação dos cidadãos residentes no município a conhecerem seus pontos turísticos. Tal situação reflete na precariedade da disseminação do trade turístico portovelhense, tendo em vista que os próprios moradores não demonstram tanto interesse para conhecer a cidade. O trade municipal de Porto Velho pode estar delineado na Figura 1 a seguir.

Figura 3: Três Caixas D'Águas



Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g737097-d2406610-i193139855-As_Tres_Caixas_D_Agua-Porto_Velho_State_of_Rondonia.html

Prosseguindo com os serviços oferecidos, a cidade possui os componentes relacionados a infraestrutura, como o Terminal Rodoviário, o Aeroporto Internacional Governador Jorge Teixeira (FIGURA 4), e o Porto Cai N'água que serve como um escoadouro de produtos para o abastecimento da capital, e transbordo para viajantes que ali aportam.

Figura 4: Aeroporto Internacional Governador Jorge Teixeira



Fonte: <https://www.rondoniagora.com/nacional/grupo-frances-vence-leilao-e-vai-administrar-aeroporto-de-porto-velho>

Os serviços de transporte são compostos pelas companhias de táxis e outros aplicativos de mobilidade urbana, conectando o motorista aos passageiros. Há também o transporte de ônibus, possuindo também um aplicativo que informa em tempo real a localização do itinerário e da linha de interesse do passageiro.

Prosseguindo, o trade conta com sistema de comunicação, possibilitando que os visitantes possuam serviço de telefonia fixa, móvel, internet banda larga via rádio e fibra óptica. Também possui diversos outros canais de comunicação, como rádio, jornais impressos ou digitais e diversas emissoras de televisão, conforme apresentado pelos autores Silva *et al.* (2021).

Conta com sistema de segurança pública, contendo diversos policiais para garantir a segurança dos turistas. Ademais, conta com diversos equipamentos de apoio, como comércios, agências bancárias, serviços mecânicos, postos de abastecimentos, supermercados, entre outros que se localizam no ambiente urbano.

É notório a presença no trade de serviços gastronômicos, com destaque para os cafés regionais e restaurantes com comidas típicas; eventos como: Flor do Maracujá (FIGURA 5), Exposição Industrial e Comercial de Agropecuária de Porto Velho; meios de hospedagem, fundamentais para proporcionar conforto aos visitantes; e por fim, os serviços prestados pelas agências de viagens e locadoras de veículos.

Figura 5: Evento Flor do Maracujá



Fonte: <https://rondonia.ro.gov.br/primeiro-dia-do-flor-do-maracuja-reuniu-cerca-de-oito-mil-pessoas-governador-destacou-resgate-da-festa-voltada-a-populacao/>

Além dos atrativos culturais, o município possui foco em turismo ecológico e natural, contendo diversos parques e o Rio Madeira como atrativos. Os balneários e parques aquáticos também estão presentes, sendo destaque os que prestam serviços de acomodação, lazer e gastronômicos com comidas típicas. Existem outros tipos de segmentos turísticos no trade que ainda não foram totalmente explorados, como o Turismo de Pesca, Turismo Indígena (Etnoturismo), e Turismo Tecnológico e Ambiental das Usinas Hidrelétricas. Tais segmentos já possuem localidades a serem visitadas, porém, ainda se faz necessário a popularização desses atrativos.

4.1 Identificação das organizações do trade turístico portovelhense com foco nas suas respectivas ofertas de serviços produzidos

Diversas organizações compõem o trade turístico portovelhense com destaque para o órgão municipal de turismo que orienta todas as ações que deveriam otimizar a produção de serviços turísticos no município; esta possui um site que precisaria estar adequadamente configurado com as informações suficientes a serem conhecidas pelos visitantes turistas ou não, de modo a servir de orientação aos desejosos de obter os serviços produzidos em turismo e hospitalidade.

Agências de viagens estão estabelecidas, onde os serviços de passagens e encomendas podem ser obtidos nesse tipo de organização. Tais agências são divididas em três grupos: assessoramento, responsável por informar e assessorar o cliente: organização de viagens; e promoção. De acordo com dados da Associação Brasileira de Agências de Viagem no município de Porto Velho há 27 agências registradas. Tem fundamental significado, requerendo especialização e uma mão de obra que atenda adequadamente os interessados nos serviços ofertados por essas organizações de agenciamento em turismo e hospitalidade. Assim, devem ofertar roteiros turísticos de qualidade, com as suas respectivas descritivas e detalhamentos dos atrativos que disponibilizam, tanto os de natureza histórica como os sítios que constituem o acervo cultural e da história portovelhense, como também os ambientes considerados como atrativos turísticos, de beleza cênica onde possam o visitante coletar imagens para documentar a sua estada no lugar.

A capital é dotada de um serviço de transporte climatizado, tendo ligação com um aeroporto internacional que necessita momentaneamente de uma infraestrutura completa que será possível com voos internacionais, principalmente com os países fronteiriços. O Aeroporto Internacional realizou uma reivindicação, para o seu alfandegamento, através de grande apoio de instituições e dos governos Federal e Estadual que possibilitou a implantação do Sistema ELO, para garantir conforto, segurança e acessibilidade aos passageiros, conforme apresentado pelos autores Silva *et al.*(2021). Além disso, no aeroporto há a atuação de companhias aéreas comercializando passagens, além de estabelecimentos gastronômicos e lojas de presentes. O município conta também com o Porto Cai N'água que é utilizado para transporte de carga e turismo. No local há 4 agências de turismo para a comercialização de passagens regulares. Para os passeios turísticos realizados de barco as passagens são comercializadas pelo próprio proprietário.

Os serviços de transportes, em especial os de mobilidade urbana e de táxis tradicionais estão disponíveis para a utilização dos turistas, compreendendo cerca de 758 taxistas legalizados, sendo conectados aos passageiros através de telefones das companhias que realizam a abertura de um chamado quando o cliente demonstra interesse em realizar uma viagem, além de possuírem aplicativos para solicitar uma viagem. Em relação aos aplicativos de viagem, estão presentes diversas empresas que atualmente possuem entre 2 e 4 mil motoristas legalizados. É o meio de transporte que vem ganhando espaço e popularidade devido ao fácil acesso, baixo custo e segurança conforme apresentam Silva *et al.* (2021). Tais serviços requerem o treinamento e a capacitação, principalmente para o atendimento a visitantes, incluindo o atendimento básico em inglês e em espanhol.

Variados hotéis estão estabelecidos na capital portovelhense, possui sete subtipos de meios de hospedagem, sendo: Hotel, Hotel de Selva, Pousada, Camping, Hospedaria, Pensão e Motel. Além disso, há cerca de trezentos e vinte e seis hotéis regularizados, o que permite acomodações suficientes para os viajantes em geral e em especial os turistas; requer o preparo do receptivo e da hospitalidade aperfeiçoando a produção dos serviços ofertados por uma rede hoteleira qualificada que evite assim reclames por parte dos consumidores dos seus serviços. Nesta rede hoteleira consta um serviço de alimentos e bebidas muito bem sortidos, revelando o sabor e a culinária portovelhense, muito bem difundida por outros que aqui estiveram antes. Um cardápio rico em proteínas disponíveis na Amazônia é revelado, além dos sabores dos sucos

e demais bebidas preparadas sob o argumento regional, o que encanta significativamente os consumidores em trânsito na capital.

Quanto ao comércio local, há o Porto Velho Shopping é considerado o centro de compras completo da cidade, fornece serviços e lazer, além de possui uma enorme variedade de lojas, cinema, praça de alimentação, entre outros. Há ainda, os estabelecimentos gastronômicos, como os cafés regionais e restaurantes com uma culinária rica em comidas típicas e ambientes aconchegantes.

Inexiste um catálogo de turismo na municipalidade, embora sejam conhecidos pelos residentes os famosos balneários e sítios reconhecidos pela beleza ambiental amazônica, e que se revelam como atrativos fortes para o bem-estar e o lazer do turista; requer o treinamento e a capacitação adequada para que estes produtos turísticos ofertados sejam feitos na qualidade requerida em uma indústria de turismo de excelência.

4.2 Análise SWOT considerando a estratégia de excelência

Utilizou-se a matriz SWOT (QUADRO 1) para analisar o trade turístico além de produzir diagnóstico estratégico, com o intuito de apresentar a situação atual do município em termos de oferta de equipamentos e serviços, além de avaliar os aspectos internos e externos que interferem no trade turístico e no desenvolvimento das atividades turísticas da localidade.

Quadro 1 - Análise SWOT do trade turístico

Análise Interna	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">● Enorme variedade de atrativos turísticos históricos, culturais, ecológicos e naturais.● Diversas opções de serviços, como hospedagem, estabelecimentos gastronômicos, agências de viagem, transporte entre outros.● Variedade de comércios;● Eventos locais tradicionais e populares.● Hospitalidade.	<ul style="list-style-type: none">● Formação técnica para a prestação de serviços turísticos precária.● Ausência de postos de informações turísticas.● Site do órgão Municipal de turismo com carência de informações.● Necessidade de maior divulgação do trade turístico;

Análise Externa	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">● Investimentos realizados pelo Governo de Rondônia a fim de incentivar o turismo.● Crescimento do turismo, sendo considerado tendência de consumo e alternativa para a geração de empregos.● Localização geográfica.● Proximidade com outros estados e com a Bolívia.	<ul style="list-style-type: none">● Falta de planejamento dos serviços.● Falta de apoio à cultura e ao trade turístico.● Infraestrutura da rodoviária e de outros serviços públicos é precária.

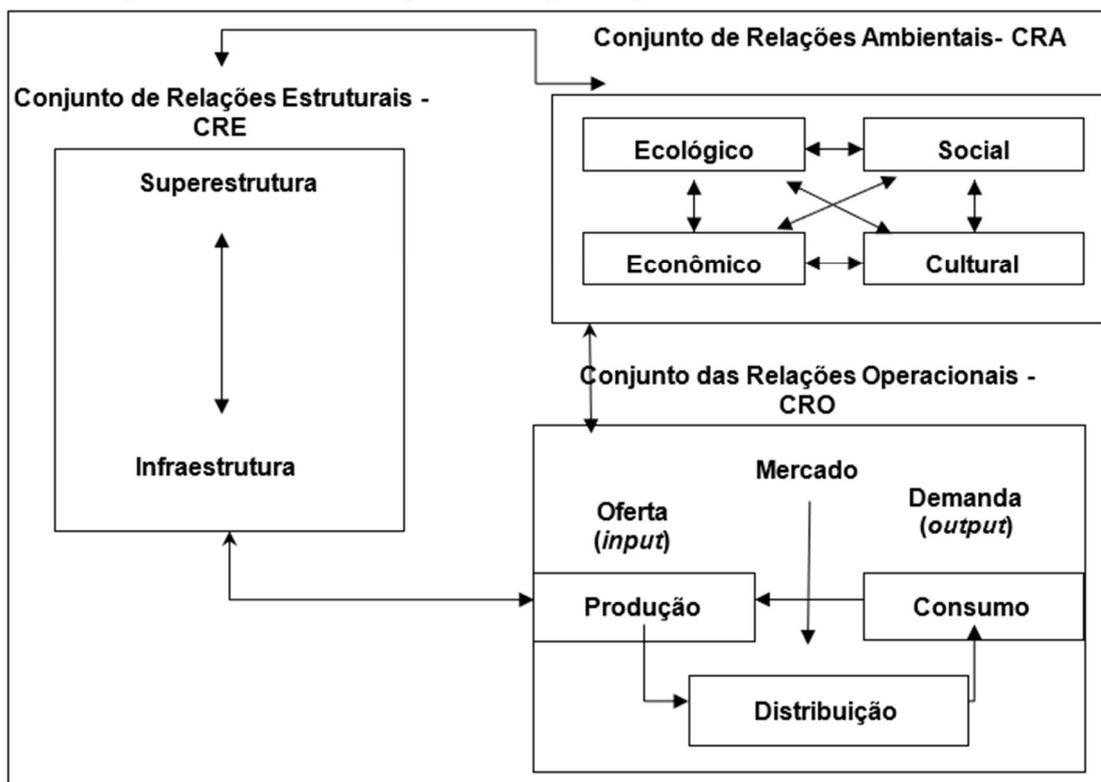
Fonte: Elaborado pelos autores

Com a análise realizada, tornou-se possível identificar que os principais pontos fortes do trade turístico portovelhense são a diversidade de pontos turísticos e serviços ofertados. Além disso, a variedade de comércio e oferta de produtos artesanais e únicos da localidade, eventos tradicionais populares e a hospitalidade. Quanto às fraquezas, a formação técnica para a prestação de serviços turísticos é precária, necessitando que haja incentivos para a capacitação dos mais variados profissionais visando proporcionar qualidade no atendimento aos turistas. É notório a ausência de postos informativos, além do site do órgão municipal de turismo carecer de informações acerca do turismo local. O trade turístico da região é pouco disseminado, sendo necessário que ocorra a implementação de uma estratégia de marketing para induzir os indivíduos a conhecerem os atrativos da região. Quanto às oportunidades pode-se destacar os investimentos realizados pelo Governo de Rondônia a fim de incentivar o turismo. O potencial de crescimento do turismo, sendo considerado como tendência de consumo para a geração de empregos. A localização geográfica e por fim, a proximidade com outros estados e a Bolívia, proporcionando a vinda de turistas destas localidades. As ameaças presentes neste cenário são a falta de planejamento dos serviços, falta de apoio à cultura local e ao trade turístico, além da infraestrutura da rodoviária e de outros serviços prestados ser precária. Diante disso, se faz necessário aplicar estratégias para planejar a prestação dos serviços, promover incentivos de apoio à cultura da cidade e do trade turístico, e buscar junto às entidades competentes maneiras de melhorar a infraestrutura e prestar serviços com qualidade.

4.3 Framework para a produção de serviços turísticos em face do SISTUR

Para os autores Adom *et al. apud* Lacerda, Machado e Brito (2020), o framework é um quadro composto por ideias ou conceitos escolhidos pelo pesquisador, e suas inter-relações, cuja construção representa as características relevantes de um fenômeno. Além disso, possui como objetivo traduzir temas complexos que possam ser estudados e analisados. Na figura 6 é apresentado o Framework Operacional e posteriormente o Quadro 2 com a descrição detalhada de seus elementos.

Figura 6: Framework Operacional para a produção de serviços turísticos



Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 2 - Especificação do Framework Operacional

Conjunto	Elemento	Descrição
Conjunto de Relações	Superestrutura	Políticas e diretrizes que buscam auxiliar no desenvolvimento da atividade turística. É um Subsistema que se refere à complexa organização

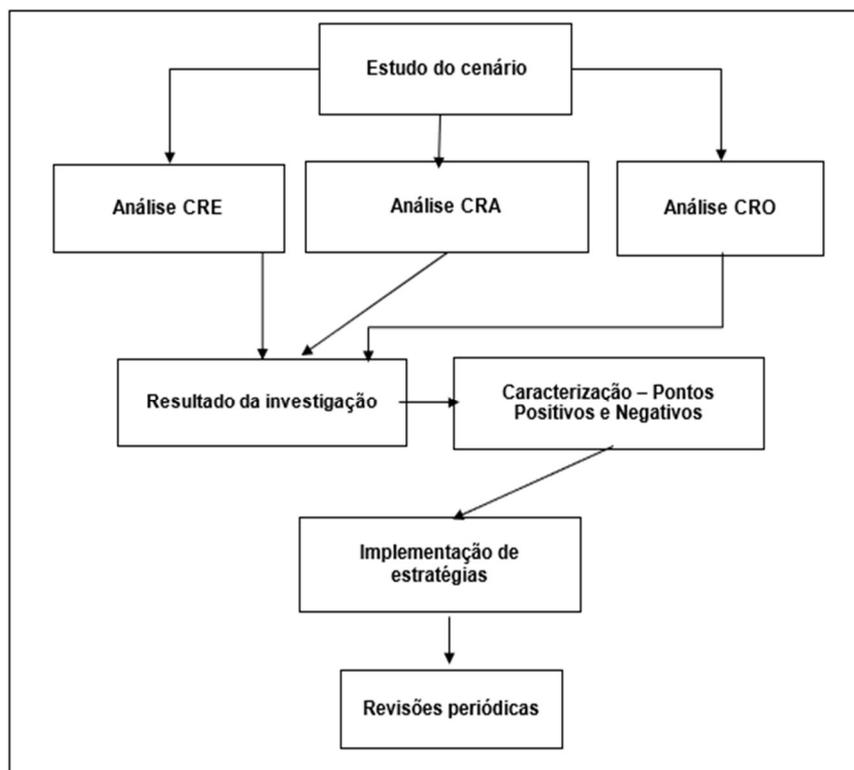
Estruturais (CRE)		tanto pública quanto privada permitindo a harmonização da produção de diversos serviços, como apresentado por Binfaré e Sonaglio (2015).
	Infraestrutura	Considera-se como o conjunto de instalações que auxiliam no desenvolvimento das atividades turísticas do local, sendo os sistemas de transporte, comunicação e serviços básicos urbanos (telefone, água, gás, luz, transporte público em geral, sistema de saneamento, entre outros).
Conjuntos de Relações Ambientais (CRA)	Cultural	Subsistema responsável pela análise e delimitação dos elementos que compõem o patrimônio cultural de cada localidade, permitindo a utilização turística de maneira consciente, conforme o autor Melo (2010).
	Econômico	Subsistema responsável pela análise, distribuição e circulação da renda gerada pelo turismo.
	Ecológico	Relacionado ao ambiente, contato direto com a natureza, levando em considerações os seguintes fatores: espaço turístico, natural e urbano e seu planejamento territorial, atrativos turísticos, entre outros como descrito por Melo (2010).
	Social	Subsistema responsável pelo estudo das implicações psicossociais do fenômeno turístico sobre as comunidades, como a geração de renda para a população local e a possibilidade de novos relacionamentos.
Conjunto de Relações Operacionais (CRO)	Produção	Produção: Refere-se a todo tipo de atividade ou processo que contribui para a origem de um determinado produto ou serviço.
	Consumo	Designa-se como o ato de adquirir determinado bem ou serviços.
	Distribuição	Procedimento responsável pelo controle da saída do produto/serviço ofertado até o consumidor.
	Oferta	Compreende como sendo à quantidade de produtos e serviços ofertados.
	Demanda	Refere-se a quantidade de produtos ou serviços que os consumidores estão dispostos a adquirir.
	Mercado	Considera-se como o local onde ocorrem as operações entre a oferta e a demanda, através de vendedores e consumidores.

Fonte: Elaborado pelos autores

No quadro 1 estão presentes os componentes do framework operacional. De modo geral, para a boa operacionalização da produção no trade turístico é necessário possuir o conhecimento de todos os elementos citados, tendo em vista que compõem um sistema e estão interligados, sendo essenciais para a atividade turística.

Como resultado, realizou-se também a proposta do framework descritivo (FIGURA 7) e posteriormente o Quadro 3 apresenta o detalhamento de seus componentes.

Figura 7: Framework descritivo para produção de serviço turístico



Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 3. Especificação do framework descritivo

Elemento	Descrição
Estudo do cenário	Realizar o estudo do cenário em que o serviço é ofertado, como o mesmo se encontra no momento do planejamento da produção.

Análise CRE	Analisar o conjunto de relações estruturais a fim de diagnosticar os subsistemas de infraestrutura e superestrutura da região.
Análise CRA	Analisar o conjunto de relações ambientais para o entendimento dos cenários ecológicos, econômicos, sociais e culturais diretamente ligados com o serviço.
Análise CRO	Analisar o conjunto de relações operacionais, visando o entendimento do mercado, a oferta dos serviços bem como a demanda de consumo.
Resultado da investigação	Apresentar o resultado das análises realizadas anteriormente dos conjuntos do SISTUR.
Caracterização - Pontos positivos e negativos	Realizar a caracterização dos pontos positivos e negativos de cada conjunto investigado, a fim de diagnosticar estratégias para a melhoria do serviço.
Implementação de estratégias	Implementar estratégias para alavancar os aspectos positivos do serviço e solucionar as fraquezas encontradas.
Revisões periódicas	Realizar revisões periodicamente do cenário para a qualidade do serviço e acompanhar as mudanças do mercado.

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme o quadro 3, primeiramente o estudo do cenário correspondente ao nicho que o serviço está inserido e posteriormente, a realização da análise dos conjuntos (CRE, CRA e CRO) presentes no Sistema de Turismo (SISTUR).

Em seguida, apresentar os resultados da investigação a fim de possibilitar a caracterização dos pontos positivos e negativos do serviço, sendo possível diagnosticar quais aspectos precisam ser explorados e melhorados. Após o diagnóstico, realizar a implementação de estratégias para ressaltar as forças do serviço e solucionar as fraquezas encontradas. Por fim, é fundamental a realização de revisões periódicas do cenário em que o serviço está inserido, visando manter a qualidade e acompanhar as mudanças do mercado.

5. CONCLUSÃO

Buscou-se identificar neste estudo o trade turístico como se caracteriza no município de Porto Velho. Para responder a indagação, realizamos uma análise de conteúdo e análise descritiva para apresentar os principais serviços realizados no município. Tendo como base a busca da identificação dos componentes do trade turístico, três objetivos permearam este estudo: identificar as organizações do trade turístico portovelhense com foco nas suas respectivas ofertas de serviços produzidos, efetuar a análise SWOT considerando a estratégia

de excelência esperada por um trade especializado no cenário investigado e ofertar um framework válido para a produção de serviços turísticos em face do SISTUR.

A respeito do objetivo específico 1, observou-se que há uma grande variedade de componentes do trade turístico na cidade, se destacando as organizações de serviços de transporte, estabelecimentos gastronômicos e serviços de hospedagem. Além disso, os componentes de infraestrutura como o terminal rodoviário e o aeroporto possuem grande destaque, já que há prestação de serviços de transporte e estabelecimentos de comércio em sua localidade. Assim como o Porto Velho Shopping, são os pontos que mais possuem fluxo de turistas, já que possibilitam o acesso ao município.

Considerando o objetivo específico 2, analisou-se que o município possui potencial para gerar fluxo e aumentar a demanda, mas para isso é necessário buscar soluções para as fraquezas e ameaças apresentadas, além de desenvolver e explorar os pontos fortes e as oportunidades a fim de melhorar a oferta do trade turístico.

No que se refere ao objetivo específico 3, realizamos a confecção de dois frameworks, um modelo operacional e um framework descritivo para ser utilizado com o intuito de melhorar as ofertas do trade turístico no município. Com os resultados apresentados, tornou-se possível diagnosticar que o trade turístico da cidade é bastante amplo, existem diversos atrativos e serviços ofertados, além de uma grande quantidade de organizações a dispor do conforto dos turistas. Apesar de possuir alguns pontos a serem melhorados, o trade turístico se caracteriza como satisfatório, levando em consideração que o município, assim como o estado de Rondônia ainda é jovem, a sua atividade turística ainda está em formação, mas já apresenta um cenário agradável para os visitantes. Por fim, o presente estudo é uma contribuição da Fundação Universidade Federal de Rondônia. Destaca-se que a pesquisa pode interessar pesquisadores da área de turismo e serviços, além disso, ressaltamos a necessidade de realização de uma pesquisa mais aprofundada e de outros estudos em outras localidades, para promover comparativos.

REFERÊNCIAS

BENI, Mário Carlos. **Sistema de Turismo - SISTUR. Estudo do Turismo face à Moderna Teoria de Sistemas**. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63854/66610>. Acessado em: 23 de dez. 2021.

VIEIRA, et al. **A teoria geral de sistemas, gestão do conhecimento e educação a distância: revisão e integração dos temas dentro das organizações**. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/909> DOI: <https://doi.org/10.5007/%25x> Acessado em: 23 de dez. 2021.

SANTOS, I.F.P. et al. **Gestão de Qualidade no Trade Turístico: Modelo de Excelência da Gestão aplicado em destinos indutores do turismo**. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/67116881.pdf>. Acessado em: 23 de dez. 2021.

GONZAGA, N.O.; JUNIOR, N.T. **Métodos e técnicas para o projeto de serviços: uma análise de suas possibilidades e aplicações na área de operações**. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2011_tn_sto_135_862_17804.pdf. Acessado em: 23 de dez. 2021.

LACERDA, K. L. C.; MACHADO, A. G. C.; BRITO, G. E. G. Dinâmica da Inovação na Estratégia da Saúde da Família: Proposição de um Framework. **Teoria e Prática em Administração**, v. 11, n. n. especial, p. 1-16, 2021.

DANTAS, N. G. S.; MELO, R. S. O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana / PB. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n. 1, art. 12, p. 118-130, 2008.

SILVEIRA, Luís Eduardo Ávila da - **O turismo de iates: estratégia de desenvolvimento para a Figueira da Foz. Coimbra**. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10316/31172>. Acessado em: 24 de dez. 2021

Glossário do Turismo. Disponível em: <http://dadosefatos.turismo.gov.br/glossario-do-turismo/901-t.html>. Acessado em: 10 de fev. 2022.

BINFARÉ, P.W.; SONAGLIO, K.E. **O Sistema de Turismo e sua possível resignificação a partir da Teoria da Complexidade**. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/44.pdf>. Acessado em: 14 de fev. de 2022.

REIS, Jarlene Rodrigues. **Teoria Geral do Turismo, Aula 07**. 2016. Disponível em: http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/589/Aula_07.pdf?sequence=9&isAllowed=y. Acessado em 14 de fev. 2022.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES DAS ORGANIZAÇÕES AMAZÔNICAS NO PÓS PANDEMIA

ARTIGO CIENTÍFICO

TEMA 2: ADMINISTRAÇÃO II - GOVERNANÇA, SUSTENTABILIDADE E AMAZÔNIA

SILVA, A.C.A. et al. **Plano Municipal de Turismo da Cidade de Porto Velho**, 2021.

Disponível

em:<https://semdestur.portovelho.ro.gov.br/uploads/arquivos/2022/01/37726/1642604450plano-municipal-de-porto-velho-outubro.pdf>. Acessado em: 14 de fev.2022.

CHUEKE, G. V.; LIMA, M. C. Pesquisa Qualitativa: evolução e critérios. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 11, n. 128, p. 63-69, 13 set. 2011.

SILVA, A.H.;FOSSÁ, M.I.T; **Análise de Conteúdo: Exemplo de Aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos**. Disponível em:

<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnEPQ129.pdf>. Acessado em: 16 de fev. de 2022.

MELO, Eliana de. **Sistema de Turismo (SISTUR)**. Disponível

em:http://turismofaibi2010.blogspot.com/2010/05/sistur_17.html. Acessado em 17 de fev. 2022.

FOLETTTO, Denize da Silveira. **Uma nova possibilidade em pesquisa qualitativa: o grupo de análise narrativa**. X ANPED SUL, Florianópolis, outubro de 2014.