

## PADRÃO DE RESPOSTA – ENADE 2009

### CURSO/ÁREA: TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

#### Questão 38

A) Os estudantes devem ser capazes de realizar uma análise crítica do texto. Os aspectos que merecem críticas são:

- Os turistas serem considerados mais importantes que a comunidade local;
- A tônica de seu negócio estar no turismo de massa;
- O lucro estar acima de outras questões;
- Conhecer superficialmente o seu cliente;
- Possuir falhas no processo de relacionamento com os clientes (durante a venda dos produtos/serviços);
- A qualificação de seus funcionários não ser satisfatória para os padrões de qualidade atuais;
- O tom amadorístico com que atuam profissionalmente;
- Não disponibilizar serviços especializados a segmentos de mercados específicos;
- A falta de ética profissional.

Ainda na letra A, os estudantes podem mencionar que a empresa **X** possui mais aspectos passíveis de crítica (5 no total) que a empresa **Y** (3 no total). A empresa **Y** pode ser considerada mais sustentável que a **X**, pois a **X** trabalha com turismo de massa. Ainda neste tópico, os estudantes podem analisar as estratégias adotadas pelas empresas, a partir de uma perspectiva dos princípios do turismo responsável, ou seja, **podem mencionar as “boas práticas” de cada empresa.**

B) As propostas para a empresa **X** devem estar relacionadas com:

- Os turistas serem considerados mais importantes que a comunidade local;
- A tônica de seu negócio estar no turismo de massa;
- O lucro estar acima de outras questões;
- Conhecer superficialmente o seu cliente;
- Possuir falhas no processo de relacionamento com os clientes (durante a venda dos produtos/serviços).

Propostas possíveis para a empresa **X**:

- Realizar campanhas de sensibilização com os proprietários da empresa, para que valorizem mais a comunidade local;
- Estimular os donos da empresa a refletirem sobre um turismo mais responsável;
- Elaborar novos produtos, redirecionando o marketing e todos os serviços prestados para o turismo de pequenos grupos;

- Inculir nestes empresários o conceito de sustentabilidade e o de ética com o meio ambiente;
- Realizar pesquisas de demanda;
- Analisar em pormenor os clientes atuais, através de questionários, entrevistas, etc;
- Identificar as falhas no relacionamento com os clientes e realizar correções no processo (podem sugerir aqui o uso das novas tecnologias, etc.);
- Analisar outras propostas estabelecidas pelos estudantes e ver se está em consonância com os problemas enfrentados pela empresa **X**.

As propostas para a empresa **Y** devem estar relacionadas com:

- A qualificação de seus funcionários não ser satisfatória para os padrões de qualidade atuais;
- O tom amadorístico com que atuam profissionalmente;
- Não disponibilizar serviços especializados a segmentos de mercados específicos.

Propostas possíveis para a empresa **Y**:

- Realizar cursos de capacitação para os funcionários;
- Elaborar cursos de reciclagem para os recursos humanos da empresa;
- Realizar cursos com a alta gerência e proprietários, no sentido de profissionalizar o negócio;
- Elaborar produtos e serviços para segmentos específicos de mercado (podem inclusive sugerir algum produto/serviço específico);
- Analisar outras propostas estabelecidas pelos estudantes e ver se está em consonância com os problemas enfrentados pela empresa **Y**.

## Questão 39

A) Os estudantes devem ter clareza da segmentação de mercado e, ao definir o público-alvo, podem citar:

- a) 3ª idade;
- b) jovens;
- c) ecoturista;
- d) turista de aventura;
- e) turista de natureza;
- f) portadores de necessidades especiais;
- g) público GLS;
- h) grupo de turismo cultural;
- i) grupo de estudantes (turismo pedagógico);
- j) turista de incentivo;
- k) turista de negócio;
- l) outros.

B) Os estudantes deverão ter a capacidade de propor produtos ou serviços turísticos especializados referentes ao público-alvo eleito.

C) A forma de divulgação também deve estar relacionada ao público-alvo e podem ser citadas: TV, rádio, sites, portal, blog, twitter, revistas especializadas, outdoor, jornal, telemarketing, entre outros.

## Questão 40

Há várias etapas que podem ser citadas pelos estudantes. Espera-se nesta questão um raciocínio lógico e sequencial relacionado ao processo de planejamento de um novo empreendimento, no caso em questão da agência de turismo.

Serão aceitas as seguintes citações referentes às três etapas:

- a) Estudos sobre a ideia do projeto (investigações sobre a área);
- b) Análise do mercado (estudo ambiente interno e externa/análises SWOT/FOFA);
- c) Análise da demanda;
- d) Análise da concorrência;
- e) Definição de público-alvo (segmentos de mercado);
- f) Estudo de viabilidade econômico-financeira;
- g) Escolha da localização da empresa;
- h) Constituição legal da empresa;
- i) Definição de produtos e serviços;
- j) Planos de marketing;
- k) Outras etapas relacionadas ao processo de planejamento do negócio, como por exemplo, diagnóstico, cenário atual, análise de tendências e prognóstico.

O importante na parte discursiva é a argumentação sobre a escolha das etapas. Espera-se que pelo menos uma das etapas citadas pelos estudantes esteja relacionada a pesquisas de base, como por exemplo, a análise do mercado e/ou da concorrência.