

MUNICÍPIO DO IPOJUCA

CONCURSO PÚBLICO
Nível Superior

PROVA ÔMEGA

CADERNO DE PROVAS PARTE II

PROVA DE CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

CARGO 82 TURISMÓLOGO

ATENÇÃO!

Leia atentamente as instruções constantes na capa da Parte I do seu caderno de provas.

- 1 Nesta parte II do seu caderno de provas, confira atentamente os seus dados pessoais e os dados identificadores de seu cargo transcritos acima com o que está registrado em sua **folha de respostas**. Confira também o seu nome e o nome da prova — Prova ÔMEGA — no rodapé de cada página numerada desta parte II de seu caderno de provas. Caso o caderno esteja incompleto, tenha qualquer defeito, ou apresente divergência quanto aos seus dados pessoais ou aos dados identificadores de seu cargo, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis, pois não serão aceitas reclamações posteriores nesse sentido.
- 2 Quando autorizado pelo chefe de sala, no momento da identificação, escreva, no espaço apropriado da **folha de respostas**, com a sua caligrafia usual, a seguinte frase:

A caridade não tem pátria.

OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o estabelecido em edital.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 3448-0100; Internet — www.cespe.unb.br.
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

As viagens sempre estiveram presentes na vida dos homens. Desde os mais antigos registros até as mais atuais formas de documentar a história, tem-se exposto vários motivos que obrigam o homem a se deslocar.

Internet: <www.desvendar.com> (com adaptações).

Acerca dos estudos dos elementos históricos do turismo, julgue os itens de **51** a **60**.

- 51** A história do turismo não está diretamente relacionada à história da humanidade, já que existem marcos importantes relatados sobre a história do turismo apenas em alguns períodos da história mundial.
- 52** Não há consenso entre os estudiosos sobre o início da atividade turística. Porém, muitos afirmam que o turismo começou a tomar forma na Grécia Antiga, com os eventos desportivos realizados a cada quatro anos (Jogos Olímpicos), que atraíam não apenas atletas como também espectadores, e também com as viagens para visitar santuários e oráculos.
- 53** Durante a Idade Média, devido à falta de segurança nas estradas em função das invasões bárbaras e dos assaltos frequentes, houve completa estagnação na atividade turística, pois todos os tipos de viagens foram interrompidos nesse período.
- 54** Um fato que marcou a história da organização do turismo envolveu o empresário americano Thomas Cook, que organizou e comercializou a primeira viagem agenciada de que se tem comprovação.
- 55** A Teoria Geral de Sistemas é uma das teorias científicas mais utilizadas no estudo do turismo pois permite o entendimento do sistema de turismo em toda a sua complexidade por aceitar a divisão de suas partes. Entretanto, apresenta inúmeras interrelações entre seus componentes que não permitem o seu relacionamento com o ambiente externo.
- 56** O SISTUR é formado pelo conjunto das relações ambientais, da organização estrutural e das ações operacionais. Entre os seus objetivos estão: justificar posturas e princípios científicos e consolidar condutas de investigação para instrumentalizar análises e ampliar a pesquisa.
- 57** O produto do serviço turístico é predominantemente intangível. Assim, embora existam certos elementos tangíveis, tais como alimentação ou bebidas, os elementos fundamentais são intangíveis.
- 58** O turismo, quando bem planejado, dentro de um modelo adequado, em que as comunidades participam, possibilita a inclusão dos mais variados agentes sociais. Os recursos gerados pelo turista circulam a partir dos gastos praticados nos hotéis, nos restaurantes, nos bares, nas áreas de diversões e entretenimento. Todo o comércio local é beneficiado.

59 A segmentação do mercado turístico tem como objetivo agrupar consumidores com comportamentos de compra semelhantes para, dessa forma, maximizar os resultados positivos das estratégias de *marketing* desenvolvidas e encontra-se fora do sistema de turismo.

60 São significativos os impactos econômicos que a atividade turística vem causando na economia do nosso país. Sabe-se que essa atividade, se não conduzida de forma planejada, causa também impactos negativos. Para que o turismo possa ser entendido como um viés de desenvolvimento, deve-se legitimar os quatro preceitos básicos da sustentabilidade: o ambiental, o econômico, o cultural e o social.

A partir do momento em que começaram os estudos científicos do turismo, muitas definições têm sido dadas, tanto para turismo quanto para turista. Algumas definições são estruturadas na visão da oferta, outras da demanda e outras das diversas relações sociais, econômicas e culturais que acontecem durante as viagens.

Margarita Barreto (org.). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. São Paulo: Papirus, 2001.

Tomando como referência o texto acima e os principais conceitos sobre turismo, julgue os itens que se seguem.

- 61** Apesar de existirem muitas definições de turismo, os elementos mais presentes na maioria das definições encontradas são os vínculos ao tempo de permanência, à realização de viagens, às estadas em lugares distintos do seu ambiente habitual, ao caráter não lucrativo da viagem e às múltiplas inter-relações sociais, econômicas e culturais geradas durante as viagens.
- 62** Define-se como visitante a pessoa que visita um local diferente daquele no qual possui residência habitual, com finalidades distintas da de exercer uma ocupação remunerada no local visitado. Considera-se excursionista o visitante que permanece pelo menos 24 horas no local que visita, nele pernoitando, e turista, o visitante que permanece menos de 24 horas no local que visita.
- 63** A oferta turística é constituída pelo conjunto de recursos e infraestrutura para atrair e prestar serviços aos turistas, é composta pelos diversos produtos e serviços turísticos de uma região. Quando essa oferta está organizada e preparada para ser comercializada, atende à demanda turística formada pelo conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, está motivado a consumir um ou vários serviços turísticos. As relações de troca e de contato entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos compõem, por sua vez, o mercado turístico.

O Turismo, portanto, como resultado do somatório de recursos naturais do meio ambiente, culturais, sociais e econômicos, tem campo de estudo abrangente, complexíssimo e pluricausal. (...) Como o turismo é uma atividade multidimensional e multifacetada, que tem contato e depende de diversos setores da sociedade, como infraestrutura pública e segurança, tornou-se necessária a criação de uma estrutura organizacional para o melhor entendimento do mesmo.

Mário Beni. *Análise estrutural do turismo*.
11.ª Ed. São Paulo: SENAC, 2006.

Considerando o texto acima, julgue os itens a seguir acerca da organização e da dinâmica da atividade turística.

- 64** A dinâmica do turismo se estende para a sua organização empresarial. No mundo cada vez mais competitivo e globalizado, um fator que influenciou a administração das empresas de turismo no Brasil foi a entrada de redes internacionais em diversas áreas do mercado turístico, como a hotelaria por exemplo, trazendo novas tecnologias, técnicas modernas de administração e *know how*.
- 65** O turismo caracteriza-se por ser um segmento dinâmico e multidisciplinar, que apresenta como produto não um bem tangível, mas uma série de serviços que, juntos, formam os serviços turísticos, sujeitos a variáveis internas e externas. Caracteriza-se, também, por gerar diversos impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais. Essas características fazem do turismo um sistema aberto, em constante mutação, e reforçam o modelo do SISTUR, criado por Mário Beni, estruturado pelos subsistemas denominados relações ambientais, organização estrutural e ações operacionais.
- 66** O processo de adequação pelo qual os museus estão passando para criar novas formas de apresentar bens culturais aos turistas é exemplo da dinâmica da atividade turística. Novos elementos museográficos estão sendo introduzidos, como o uso de recursos audiovisuais, da animação cultural, do teatro, da dança, da música e de outras possibilidades de interação do público com o ambiente visitado.

Praias deslumbrantes, a linda igreja branca da praça central conhecida como Quadrado, as casas coloridas que hoje vendem peças de grifes caras, restaurantes badalados e *links* de *sites* de fofoca comentando as festas de *réveillon* que concentram o maior PIB do país. Essa é a Trancoso que você já conhece. (...) Mas logo ali, nos bairros mais afastados, uma população que ficou quase uma década invisível começa a aparecer. Em bolsões de pobreza isolados, famílias nativas convivem com trabalhadores remanescentes do plantio de cacau — extinto pela praga vassoura-de-bruxa — e das antigas madeiras, proibidas de funcionar na região. Todos eles são migrantes atraídos por uma cidade que começava a despontar no mapa do turismo, mas que ainda não estava preparada para absorver tanta mão de obra desqualificada. (...) Por meio de pessoas como Lia, a cidade começa a se mobilizar para evitar o colapso. Presidente da SAT (Sociedade Amigos de Trancoso), ela tomou as dores da cidade: “Sinto que essa é uma espécie de missão que me cabe. Quero aproveitar o contato que tenho tanto com a Trancoso dos bacanas quanto com a nativa para ajudar esse lugar a evoluir de forma sustentável. A cidade tem de crescer, mas não está interessada no turista que chega procurando apenas o *glamour* e não se importa em deixar seu lixo chique na areia”, diz. “Imagina que bacana se eu conseguir implantar pequenas fabriquetas de sabonete, por exemplo. As pousadas daqui não teriam de comprar de outras cidades, e muitos outros empregos seriam gerados”, teoriza. Um dos grandes desafios para melhorar a situação de Trancoso é a qualificação dos empregados.

A Trancoso que ninguém viu – crescimento desordenado ameaça um dos pontos mais glamourosos da Bahia e mobiliza locais. In: Revista Trip, n.º 176, abril/2009 (com adaptações).

A respeito das ideias do texto e aos impactos gerados pela atividade turística, julgue os próximos itens.

- 67** Considerando que o turismo utiliza o meio ambiente e causa impactos sobre ele, conclui-se, acerca da sociedade e das culturas, que o seu desenvolvimento sustentável depende mais da existência de recursos naturais e culturais do que de um planejamento eficaz e integrado entre o poder público, a comunidade e os empresários da região.
- 68** Um planejamento adequado para o manejo sustentável da atividade turística na região de Trancoso deve contemplar objetivos ligados às questões da qualificação e da inserção da população local no mercado turístico e da conservação dos patrimônios ambiental e cultural. Porém, não precisa necessariamente levar em conta as questões ligadas às estratégias de segmentação e reposicionamento do produto, já que Trancoso é um destino consolidado no mercado.
- 69** Para resolver a questão do planejamento turístico da região é suficiente adotar o modelo do Invitur, metodologia de inventário turístico indicada e adotada pelo Ministério do Turismo.

O Brasil, *top 10* entre os países que mais realizam eventos internacionais, acaba de ser confirmado como sede de mais dois congressos mundiais. A captação é fruto do Programa de Apoio à Captação e Promoção de Eventos, realizado pelo Ministério do Turismo, por meio da EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo), em parceria com o *Convention & Visitors Bureaux*, órgãos oficiais de turismo e associações de classe.

O *The World Stroke Congress*, promovido a cada dois anos, acontecerá em 2012 em Brasília (DF). (...) A primeira etapa do apoio da EMBRATUR na captação do evento aconteceu em abril, quando o diretor de Produtos e Destinos do Instituto, Marcelo Pedroso, apresentou o Brasil aos organizadores do congresso. Atrativos naturais, culturais, estrutura e malha aérea brasileiras foram ressaltados na explanação do diretor. A expectativa é que o evento atraia 2,5 mil pessoas, entre participantes, expositores e acompanhantes.

Internet: <www.h2foz.com.br> (com adaptações).

Considerando a importância do mercado de eventos para o mercado turístico e o texto acima, julgue os seguintes itens.

- 70** O processo de captação de um evento exige muita preparação, técnicas de relações públicas, técnicas de *marketing* e um amplo conhecimento do evento a ser captado, para a adequação das suas necessidades ao mercado local.
- 71** O interesse em sediar um evento internacional por parte de um destino turístico está ligado unicamente às empresas que compõem o mercado turístico.

Em alguns países da Ásia e da África, inclusive Madagascar, a solução encontrada pelos governos para frear a devastação da fauna foi desenvolver o turismo ecológico. Montase uma infraestrutura mínima para receber turistas interessados em espécies exóticas e envolvem-se as comunidades locais no projeto, mostrando que elas podem ganhar dinheiro com a preservação da natureza. Para essas comunidades, a derrubada das florestas e a caça ilegal deixam de ser as únicas formas de subsistência.

Tendo como referência o texto acima, julgue os itens a seguir.

- 72** Com a adoção do segmento turístico citado, o ambiente das florestas, que já fazia parte do patrimônio natural de Madagascar, passou a fazer parte também do seu espaço turístico.
- 73** Os estudos sociológicos do turismo demonstram que o turismo sustentável pode gerar benefícios para as comunidades e países receptores. O envolvimento das comunidades locais em projetos turísticos pode ajudar na preservação ambiental e no resgate de sociedades, criando novas fontes de renda para pessoas que viviam em péssimas condições.

Valor dos salários do pessoal ocupado no total da economia e nas Atividades

Características do Turismo, segundo os setores de serviços Brasil – 2003-2006

setores de serviços	valor dos salários do pessoal ocupado (1.000.000 R\$)			
	2003	2004	2005	2006
total da economia	528.173	597.452	681.067	770.938
atividades características do turismo	19.069	20.475	23.101	26.920
serviços de alojamento	1.893	2.117	2.441	2.685
serviços de alimentação	6.569	6.175	6.826	8.096
transporte ferroviário	10	16	12	15
transporte rodoviário	3.136	3.519	3.954	4.242
transporte aquaviário	418	610	668	767
transporte aéreo	1.605	1.671	1.811	2.134
serviços auxiliares dos transportes	1.377	1.844	2.105	2.691
atividades de agências e organizadores de viagens	741	810	1.002	1.042
aluguel de bens móveis	275	327	350	474
atividades recreativas, culturais e desportivas	3.045	3.386	3.932	4.774

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais.

A tabela acima contém dados relativos aos salários do pessoal ocupado no total da economia e nas atividades características do turismo, extraídos de uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apresentada em 2009. Acerca dos temas estatísticas e metodologia de pesquisa em turismo, julgue os próximos itens.

- 74** A tabela apresenta dados sobre salários gerados pela atividade turística, muito importantes para uma análise microeconômica do turismo, mas que não são imprescindíveis na elaboração de uma análise macroeconômica do turismo.
- 75** A OMT tem desenvolvido vários esforços para uniformizar os conceitos sobre as estatísticas do turismo. Para tanto, publica uma pesquisa intitulada **Barômetro das viagens e turismo**, publicação quadrimestral com informações estatísticas sobre turismo internacional, tais como fluxos turísticos, receita turística, entre outros.
- 76** O profissional da área de turismo deve ser capaz de avaliar de forma integrada os impactos gerados pela atividade turística no ambiente ecológico, cultural, econômico e social, monitorando-o por meio de pesquisa. O domínio de métodos e técnicas de pesquisas deve ser parte fundamental na formação de todos os profissionais da área, e não apenas dos profissionais que trabalham com planejamento turístico, já que as ações mercadológicas também são orientadas pelas pesquisas científicas da área.

Festival de Parintins é um dos mais importantes eventos folclóricos da Região Norte. O boi Garantido em 2009 veio com o tema “Emoção”, e apostou nas cores e no poder das músicas escolhidas para emocionar o público e os jurados. O Caprichoso teve como tema escolhido “Onde o Verde Encontra o Azul”, refletindo sobre a preservação ambiental no estado do Amazonas. O boi azul e branco tenta conquistar sua terceira vitória consecutiva no festival.

Tendo o texto acima como motivador e considerando a relação entre o meio ambiente, o patrimônio cultural e o turismo, julgue os seguintes itens.

- 77 A relação entre o folclore e o turismo é intrínseca, muitos turistas viajam motivados a conhecer o folclore e a cultura popular de uma região. Hoje, há uma tendência mundial do turista querer vivenciar o patrimônio histórico cultural de uma região ou determinados eventos culturais, o que implica em duas formas de relação do turista com a cultura: o conhecimento e as experiências participativas.
- 78 Segundo o IPHAN, o patrimônio cultural ainda se restringe a imóveis oficiais isolados, igrejas ou palácios. Não é aceita ainda pelo IPHAN, a concepção contemporânea do patrimônio cultural que se estende a imóveis particulares, trechos urbanos e até ambientes naturais de importância paisagística, passando por imagens, mobiliário, utensílios e outros bens móveis.
- 79 O turismo cultural, que tem como ponto principal a viagem com o propósito de conhecer ou mesmo experimentar a cultura de um povo, seus bens culturais e as formas de manifestações dessa cultura, pode atuar como divulgador do folclore e como fonte de recursos para crescimento da economia local. Porém como o turismo cultural utiliza-se do patrimônio cultural da humanidade, ele vai invariavelmente contribuir para a sua depreciação.

Hoje, o mundo inteiro começa a falar dos custos e benefícios do turismo para a economia, meio ambiente e a sociedade, quando antigamente tratavam-se apenas das vantagens e das questões econômicas. A capacidade de carga das regiões turísticas e de seus habitantes já não faz parte do domínio reservado a alguns teóricos. No momento, essas questões são tratadas pelas organizações internacionais, congressos, seminários, conferências, equipes interdisciplinares de pesquisadores. Nos dias de hoje não se concebe mais o turismo como antigamente.

Julgue os itens seguintes, em relação às ideias do texto e aos estudos de sociologia do turismo e do lazer.

- 80 Antigamente, eram levados em consideração apenas os custos e benefícios do turismo para a economia, e não para o meio ambiente e a sociedade. Os estudos da sociologia do turismo e os conceitos de turismo sustentável ajudaram a reverter esse quadro, ao conceber um planejamento turístico sério e comprometido com as questões citadas.
- 81 O lazer pode estar desvinculado de qualquer atividade turística, assim como o turismo pode estar desvinculado de qualquer atividade de lazer. Porém, os dois podem se misturar, quando, por exemplo, o habitante de uma cidade pratica lazer em equipamentos turísticos, ou quando o turista pratica lazer em equipamentos de lazer da população. Percebe-se, nesses momentos, que a interação entre o visitante e o turista se dá em vários espaços do destino receptor, não apenas naqueles estruturados para atender o turista.
- 82 A sociologia do turismo veio da necessidade de se estudar a profunda alteração de valores que abala a sociedade industrial moderna e o seu comportamento após o aumento do tempo livre com a introdução dos direitos trabalhistas e instituição das férias remuneradas.

A ABAV publicou em 22/8/2008 uma pesquisa realizada em âmbito nacional, intitulada de Pesquisa Setorial. O documento representa um diagnóstico dos fatores críticos de competitividade e expressa a realidade do setor de agenciamento e operações turísticas no Brasil. A pesquisa concluiu, acerca da cobrança dos serviços, que 60,1% das agências nunca cobram do cliente os serviços prestados, recebem apenas comissões dos fornecedores. Entretanto, já se observa que um grupo pequeno, cerca de 14,8%, cobra por todos os serviços e um outro grupo, cerca de 26,3% das agências, cobra por alguns dos serviços prestados.

Tendo o texto acima como referência, julgue os itens subsequentes sobre as agências de viagens e seu mercado de atuação.

- 83 A Internet, como novo canal de distribuição dos produtos e serviços turísticos, não afetou a função intermediadora das agências de viagens. A relação direta entre as empresas fornecedoras e o cliente final sempre existiu, já que hotéis, locadoras de carros, companhias aéreas e outros fornecedores sempre praticaram e incentivaram o atendimento direto ao público.
- 84 O mercado de agências de viagem está passando por um momento de reestruturação. Observa-se uma tendência mundial, por parte das empresas fornecedoras de produtos e serviços turísticos, em eliminar os custos da intermediação de vendas (comissões). Frente a essas mudanças, a intermediação deverá deixar de ser o principal produto das agências, que passarão a atuar como consultores de viagens, cobrando taxas de serviços diferenciadas. Ao analisar os principais resultados obtidos na pesquisa setorial citada no texto, percebe-se que essa tendência já chegou ao Brasil, pois 41,1% das agências pesquisadas cobram por algum serviço prestado.

Com relação à legislação sobre o turismo no Brasil, julgue os itens a seguir.

- 85 A Lei Geral do Turismo foi sancionada pelo presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva em 17/09/2008, porém ainda está em processo de regulamentação.
- 86 Somente após a sanção da Lei Geral do Turismo, estabeleceu-se o vínculo para a habilitação a linhas de crédito do Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR) às pessoas físicas ou jurídicas, com o pré-requisito de estarem regularmente cadastradas no CADASTUR, sistema eletrônico do Ministério do Turismo que cadastra prestadores de serviços do setor no país.
- 87 O atual Sistema de Oficial de Classificação dos Meios de Hospedagem do Brasil classifica os meios de hospedagem em categorias representadas por símbolos (estrelas), sendo denominados e representados da seguinte maneira: **Super Luxo - ★★★★★ SL, Luxo - ★★★★★, Superior - ★★★★, Turístico - ★★★, Econômico - ★★ e Simples - ★.**

A hospedagem é o maior setor dentro da economia turística, e também o mais presente. Com poucas exceções, os turistas querem um local em que possam descansar e recuperar suas energias durante as viagens ou estadas em uma destinação. Pode-se, portanto, observar que a hospedagem é uma estrutura de apoio na região de destinação no sistema de Leiper e, com poucas exceções, as instalações de hospedagem comercial são encontradas aonde quer que os turistas vão. Atualmente, existem vários tipos de meios de hospedagem, porém a hotelaria continua sendo a sua maior expressão e representação. Julgue os itens subsequentes, acerca desse tema.

- 88** Hotéis cuja imagem está ligada à sustentabilidade acabam sendo objeto de escolha do público preocupado com as questões ambientais e sociais. Ações como o tratamento do esgoto produzido, conservação da água, reciclagem de materiais, preservação ambiental, inclusão da sociedade nos postos de trabalho e ações sociais demonstram como as empresas da atividade turística estão se envolvendo com o turismo sustentável.
- 89** Os indicadores de desempenho mais comuns utilizados pelo setor hoteleiro são as taxas de ocupação e de diária média. Com o objetivo de traduzir esses dois indicadores em apenas um, o RevPAR indica o nível de eficiência do hotel na captação da receita total do hotel.
- 90** A maioria dos hotéis, assim com a maioria das empresa de turismo, montam a sua estrutura organizacional com base no agrupamento de funções afins em setores que vão gerar os departamentos de cada área. Nos hotéis, a organização dos departamentos e decisões de terceirizações dependem de fatores como: localização, tipo de produto do hotel, serviços que oferece, mercado alvo e porte do hotel.
- 91** Mesmo após a sanção da Lei Geral do Turismo, os empreendimentos ou estabelecimentos de hospedagem que administram a prestação de serviços de hospedagem em unidades mobiliadas e equipadas, bem como outros serviços oferecidos a hóspedes, em condomínios residenciais, continuam fora do cadastro no CADASTUR, sistema eletrônico do Ministério do Turismo que cadastra prestadores de serviços do setor no país.

Considerando os sistemas de transporte de um destino turístico, julgue o próximo item.

- 92** Os teleféricos que conduzem os turistas para o alto das montanhas e atrações, como, por exemplo, o bondinho do Pão de Açúcar, são classificados no modal aéreo dentro dos tipos de transportes turísticos.

A Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) intensificou a divulgação dos festejos juninos no mercado internacional. Portugal, Reino Unido e Espanha, foram os mercados alvo para promoção da música, dança e culinária típicas de diversas regiões brasileiras, por meio de ações na web. Operadores e agentes de viagem que apresentam o Brasil nesses países receberam, via *e-mail*, informações sobre as Festas de São João de Campina Grande (PB) e de Caruaru (PE), o Festival de Parintins (AM) e o Bumba Meu Boi, em São Luís (MA).

Tendo o texto acima como referência, julgue os próximos itens.

- 93** Manifestações da cultura popular como os festejos juninos com danças que possibilitam uma grande interação entre o turista e a comunidade local, são muito utilizadas em campanhas promocionais de destinos turísticos.
- 94** O cinema tem sido utilizado com frequência como veículo de divulgação de destinos turísticos. Esse tipo de promoção utiliza a técnica publicitária de comunicação dirigida, diferente da técnica publicitária utilizada no exemplo do texto para a divulgação das festas juninas, que é a de comunicação de massa.

O turismo faz parte do setor terciário da economia, abrangendo atividades relativas à prestação de serviços em diversas áreas. Tanto as empresas como as destinações turísticas precisam adequar suas estratégias de negócios visando a melhoria contínua da busca de novos clientes e mantendo os já existentes.

Stella R. R. Costa. *Gestão estratégica do turismo. In: Gestão pública e privada do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: EBAPE, EMBRATUR, MTUR, 2004, p. 149.

A partir do texto acima, julgue os itens a seguir.

- 95** Como o turismo faz parte do setor terciário, pode-se dizer que difere de produtos porque não é tangível, não pode ser estocado e não pode ser gerenciado.
- 96** Estratégias de melhoria contínua podem ser relacionadas com a gestão da qualidade, tanto da empresa, quanto do destino turístico.
- 97** As estratégias de negócios às quais o texto se refere podem ser entendidas como ações que buscam adaptar a empresa ou o destino ao seu ambiente externo, considerando uma visão do turismo como sistema aberto.
- 98** As ações estratégicas que a empresa turística ou o destino turístico precisam tomar tendo em vista o mercado, dizem respeito a: produto, preço, diferenciação, segmentação, promoção, distribuição e sazonalidade

O turismo está intimamente ligado às questões do desenvolvimento sustentável. De fato, desde o final da década de 1980 tem havido uma explosão na quantidade de textos e artigos, além de cursos e consultorias relacionados a formas sustentáveis de desenvolvimento. Entretanto, apesar do excesso de debates sobre a sustentabilidade no turismo, parece que não conseguimos nos aproximar das soluções para o desenvolvimento turístico. Para cada notícia do sucesso, parece haver outras dez de fracasso ou, pelo menos, um maior reconhecimento do impacto negativo exercido pelo turismo. Mesmo assim, ele continua a crescer.

Michael Hall. *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto, 2001, p. 17.

A partir do texto acima, julgue os itens que se seguem.

- 99** Segundo Hall (2001), existem paradoxos e problemas no desenvolvimento do turismo. A partir disso, pode-se pensar que encontrar soluções racionais para os paradoxos do desenvolvimento independe de uma visão sistêmica do turismo.
- 100** O turismo, dependendo de como é planejado e executado, pode consistir em vetor de desenvolvimento ou em fonte de agravamento de problemas sociais, ambientais, culturais e econômicos.