

LEVANTAMENTO DOS SERVIÇOS RELACIONADOS AO TURISMO RECEPTIVO NO MUNICÍPIO DE BONFIM/RR

Karla C D de Oliveira¹
Helem C. da Silva²

RESUMO

O Município de Bonfim localiza-se na região centro-oriental de Roraima, fronteira com a República Cooperativista da Guiana, distante 125 km da capital Boa Vista. A principal atividade econômica do Município é a agropecuária, com destaque para as produções de mandioca, banana, caju, arroz, milho, manga, melancia e gado de corte. Bonfim interliga as cidades de Manaus-AM e Boa Vista-RR a Lethen e Georgetown, estas últimas na Guiana e recebe um fluxo contínuo de turistas interessados em realizar compras na cidade Lethen. Nos períodos que antecedem eventos nos quais é comum a entrega de presentes, como dia das mães e natal, o número de visitantes aumenta consideravelmente, sendo nítido o incremento de turistas de compras que chegam em ônibus de Turismo vindos, sobretudo, da cidade de Manaus/AM. Como ainda inexistente uma política municipal de Turismo com mecanismos de aferição da quantidade de visitantes nos períodos e baixa e alta temporada; de desenvolvimento de ações que identifiquem as necessidades dos comerciantes e empresários locais para atender a demanda crescente de visitantes, apresentamos a seguinte pergunta – problema: objetivando identificar as dificuldades em oferecer serviços direcionados, e de qualidade, aos visitantes, quais as necessidades das empresas que atuam no setor de turismo receptivo do Município de Bonfim? Inferimos, como hipótese primeira, de que a ausência de cursos específicos, direcionados às necessidades reais dos comerciantes locais, podem ser indicativos da baixa qualidade dos serviços. A economia Guianense, pouco desenvolvida se comparada aos demais países de latinoamérica passou a receber contingentes de pessoas vindas da Ásia (como chineses e coreanos) que se estabeleceram na cidade de Lethen e iniciaram comércio de produtos oriundos daquele continente. Os estabelecimentos comerciais comercializam confecções, brinquedos, utilidades domésticas, artigos para camping e pescaria, calçados dentre outros que são comercializados a preços mais baixos, se comparados com aqueles cobrados no comércio de Boa Vista, capital do estado de Roraima. Este fato passou a atrair para Lethen muitos interessados em realizar compras com objetivo de comercializar os produtos e acabou por criar, na cidade-gêmea Bonfim, um incremento na oferta de serviços, para atender aos turistas atraídos por realizar compras na Guiana, em estabelecimentos como pousadas, restaurantes, lanchonetes, bares, dentre outros. O rápido aumento na oferta de estabelecimentos que atendem aos visitantes e residentes cria a necessidade de ter mão de obra qualificada, que esteja preparada para atender às necessidades próprias dos serviços relacionados ao turismo receptivo no Município. Turismo receptivo refere-se ao fluxo de entrada de turistas em uma localidade, de acordo com De Rose (2002) e é um dos componentes que integram o produto turístico, entendido como o “conjunto de benefícios que o consumidor busca em uma determinada localidade e que são usufruídos tendo como suporte estrutural um complexo de serviços oferecidos por diversas organizações”, conforme definição de Vaz (1999, p. 67). O sistema de produção do Turismo é formado por quatro agentes básicos que são: Produtores/Fornecedores (meios de hospedagem, empresas de transporte, locadoras de veículos, restaurantes e bares, centros de convenções, feiras e exposições, parques temáticos e ecológicos e demais serviços locais de apoio); Distribuidores/Prestadores de Serviços (Agências de Turismo – operadoras turísticas e operadoras de turismo receptivo); Facilitadores (casas de câmbio, guias e monitores de turismo, despachante, serviços financeiros, animadores de turismo); Consumidores (Pessoa física ou jurídica): turistas, passageiros, viajantes, clientes. Oferecer serviços de qualidade, no

¹Turismóloga. Doutora em Museologia e Patrimônio. Professora IFRR. <http://lattes.cnpq.br/0094544790027896>. karla.oliveira@ifrr.edu.br.

² Aluna do Curso Técnico em Guia de Turismo. Bolsista PIBICT/IFRR. <http://lattes.cnpq.br/4221924104076046> maksyhungaraujo@gmail.com

âmbito do turismo receptivo, pode contribuir como fator de atratividade do destino Bonfim. O objetivo geral da pesquisa é realizar levantamento das empresas que atuam no turismo receptivo no Município de Bonfim com vistas a auxiliar na melhoria da qualidade de seus serviços. Como objetivos específicos se propõe levantar as empresas que atuam na área de turismo receptivo no Município de Bonfim; identificar as dificuldades enfrentadas pelas empresas, referente a oferta de serviços e, criar cursos a serem oferecidos às empresas com vistas a melhorar a qualidade da oferta de seus serviços. A pesquisa é de natureza aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais (GERHARDT, 2009). A abordagem será qualitativa, não se preocupando com representatividade numérica, terá caráter exploratório que proporciona maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, e descritivo que exige uma série de informações sobre o que deseja pesquisar (GERHARDT, 2009) sendo, portanto, utilizados procedimentos técnicos de levantamento bibliográfico, visitas a órgãos públicos e empresas ligadas ao Turismo receptivo do Município de Bonfim. Esta pesquisa é financiada com bolsa do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica e Tecnológica (PIBICT/IFRR) e encontra-se na etapa de elaboração do formulário de pesquisa e levantamento bibliográfico e, portanto, ainda sem resultados.

PALAVRAS-CHAVE: Bonfim; Turismo Receptivo; Roraima;

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE ROSE, Alexandre Turatti. **Turismo:** planejamento e marketing. Barueri, SP. Editora Manole, 2002.

GERHARDT, SILVEIRA DT. **Métodos de pesquisa.** Universidade Aberta do Brasil - UAB/UFRGS. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2009; p.31, 35. Disponível em:<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 21 Fev 2022.

VAZ, Gil N. **Marketing em serviços de receptivo.** São Paulo: Ed. APG, 1999.

