

Tipologias



M1- Empresas Turísticas

As empresas turísticas

- A concorrência no mercado do lazer, recreio e viagens é muito forte e as empresas turísticas que pretendam ter sucesso nesta área devem focalizar a sua ação nas necessidades dos clientes

Que pode trazer o turismo?

- gera emprego e dinheiro,
- traz a destruição do estilo de vida tradicional,
- estimula relações de exploração e a grande dependência de uma atividade instável e sazonal.



A realidade mostra que a indústria do turismo é, atualmente, uma das atividades que apresenta os mais elevados índices de crescimento no contexto da economia mundial.

As empresas turísticas, desde a década de 90 do século XX, têm vindo a conhecer um meio caracterizado por três fenómenos principais:

O processo de globalização;

O ambiente de incerteza;

A importância crescente da competitividade para o sucesso e mesmo para a sobrevivência da empresa.



- A indústria turística, tal como muitos outros serviços, têm as seguintes características:

Intangibilidade: os serviços são imateriais. Ao contrário dos produtos, não podem ser manuseados, vistos, sentidos, ouvidos ou cheirados antes da compra;

Inseparabilidade: os serviços são produzidos e consumidos em simultâneo;

Heterogeneidade: os serviços são muito variáveis. Dependem de quem os presta onde são prestados;

- A indústria turística, tal como muitos outros serviços, têm as seguintes características:

Perecibilidade: os serviços não podem ser armazenados.

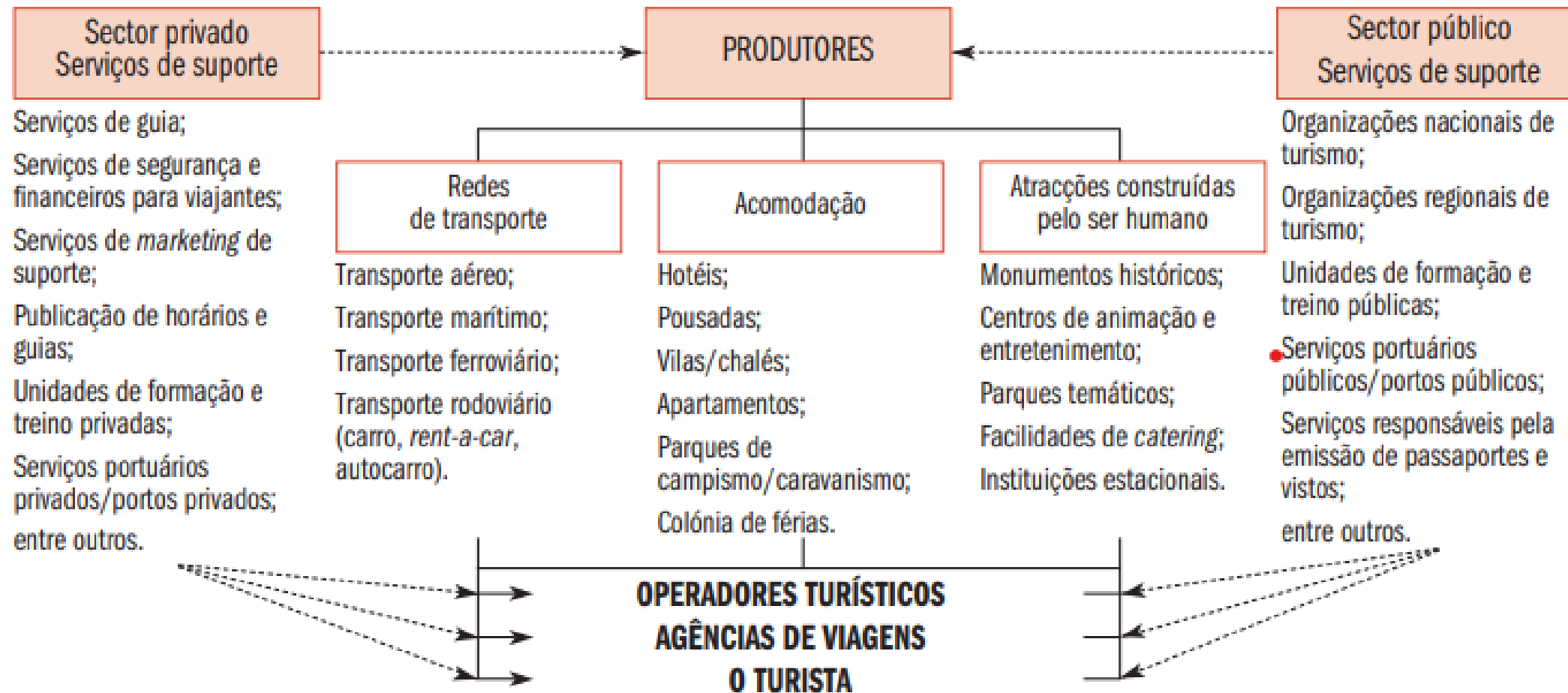
Os serviços turísticos têm características específicas:

Custo elevado: o preço dos produtos turísticos é relativamente elevado. Ir de férias pode ser a compra mais importante e dispendiosa do ano;

Sazonalidade: picos de procura sobretudo no verão;

Interdependência: a indústria do turismo é composta por vários setores que dependem uns dos outros;

A INDÚSTRIA TURÍSTICA



1.1. Tipologia e classificação: enquadramento no segmento de mercado

- Há três tipos de atividades ou negócios ligados ao setor do turismo, que apresentam, simultaneamente, níveis diferentes: primários, secundários e terciários.



Primários

- consideram-se os negócios de turismo que englobam os meios para a realização das viagens, os sistemas de suporte e os argumentos para viajar, neles se inclui a organização das viagens, os transportes, o alojamento, o fornecimento de refeições e as atrações turísticas;

Secundários

- são os negócios que beneficiam diretamente das compras dos turistas, geralmente no destino, como por exemplo: os seguros, os bancos, os serviços pessoais (cabeleireiros, limpeza) ou as lojas comerciais;

Terciários

- são os negócios cujo benefício resulta indiretamente dos gastos/consumos dos turistas, tais como: serviços públicos, publicidade, fornecimento de combustíveis.

Trabalho de pesquisa

- Pesquisa na tua área de residência: Atividades primárias, secundárias e terciárias ligadas ao Turismo. Dá exemplos e tenta descobrir quais as vantagens que estas tiram do turismo e este da sua existência.

