

RESPOSTA
TÉCNICA

INOVAÇÕES - AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO

A importância da inovação

Percebe-se cada vez mais que as agências de turismo receptivo, que possuem apenas bons preços serviços, estão somente atendendo à demanda do mercado consumidor sem gerar vantagem competitiva em relação à concorrência.

Com a globalização, iniciada no fim do século XX, surgiu a necessidade das agências se adaptarem constantemente às mudanças, portanto, o diferencial de preço e qualidade já não podem mais, sozinhos, serem considerados fatores de diferenciação.

Além disso, os clientes estão cada vez mais exigentes e com maior poder de escolha, o que deixa a concorrência cada vez mais acirrada. Todo esse movimento faz com que as agências, que visam a permanência e crescimento no mercado, busquem sempre novas estratégias para se manterem competitivas.

É desse panorama que surgem os conceitos e a necessidade de inovações empresariais. Dessa forma, a capacidade de uma agência de turismo receptivo inovar é vista atualmente como uma das principais características para se diferenciar no mercado.



Empreendedor, essa Resposta Técnica será voltada, em especial, às agências de turismo receptivo, que além de serem procuradas pelo turista durante o Mundial, também estão propensas a retirar desse megaevento lições e a percepção de que as empresas que inovam possuem sempre um diferencial competitivo que agrada ao turista.

Inovação e o pequeno negócio

A partir da percepção da necessidade de inovação nas empresas, surge a oportunidade em implantar uma gestão diferenciada nos pequenos negócios de turismo, os quais precisam se destacar no mercado frente aos grandes concorrentes.

/ Como os pequenos negócios, que são competitivos, percebem a inovação?

Segundo pesquisa realizada pelo Sebrae e pela Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), com 1.163 empresas que participaram do Prêmio para Competitividade para Micro e Pequenas Empresas (MPE Brasil), entre 2010 e 2013:



80%

AFIRMARAM QUE INVESTEM EM INOVAÇÃO

72,5%

RECONHECEM E VALORIZAM OS EMPREGADOS QUE CONTRIBUEM COM A INOVAÇÃO

57,4%

FAZEM ANÁLISE DE MERCADO

64,23%

TEM GRAU ALTO DE PREOCUPAÇÃO COM A GESTÃO

62,6%

REALIZAM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

74,3%

MEDEM OS RESULTADOS ALCANÇADOS PELA EMPRESA

91,8%

CONTAM COM UM NÍVEL MÉDIO E ALTO DE CONHECIMENTO DO CLIENTE

58,38%

ADOTAM UM MODELO DE GESTÃO

FONTE: FNQ, 2013

Essas práticas podem auxiliar sua empresa a desenvolver um ambiente de inovação e a mensurar os resultados alcançados. Como dica, acesse a página do [MPE Brasil](#) e confira os pequenos negócios que são destaque em inovação e que foram vencedores das edições anteriores do prêmio. Essas empresas podem ser uma ótima fonte de informação e de inspiração.

/ Qual a importância da inovação para minha agência?

Sobrevivência e competitividade são os fatores que definem a importância da inovação em todos os pequenos negócios, pois com a grande concorrência no mercado, as agências devem apresentar um diferencial para competir com as grandes empresas do setor.

Naturalmente, a inovação é vista com muita precaução pelos pequenos negócios, que a julgam um processo demorado, complexo e custoso para o empreendimento. A falta de visão dos empresários, que ainda não percebem a inovação como fator de sobrevivência, aliado ao desconhecimento das ferramentas que a promovem, são fatores que dificultam esse processo.

Porém, existem estratégias que podem ser adotadas e que não estão fora da realidade dos pequenos negócios, as quais possuem o potencial de fazer a diferença para empresas que desejam inovar.



DICAS!

PARA ENTENDER UM POUCO MAIS SOBRE AS TÉCNICAS DE CRIAÇÃO E COMO TRANSFORMAR A EMPRESA EM UM AMBIENTE DE INOVAÇÃO, ACESSE O [GUIA PARA A INOVAÇÃO](#), DESENVOLVIDO PELO SEBRAE/PR EM 2010.

PARA CONHECER UM POUCO MAIS SOBRE A INOVAÇÃO EM AGÊNCIAS DE VIAGEM, CONFIRA O [ARTIGO PUBLICADO](#) POR JUSSARA DANIELLE MARTINS AIRES, AGENTE LOCAL DE INOVAÇÃO DO SEBRAE/PE E CNPQ, QUE AVALIOU ESSE TEMA EM AGÊNCIAS DE RECIFE/PE.



Quais as formas de inovação cabíveis ao pequeno negócio

Para identificar quais as formas de inovação que mais se aplicam às agências de turismo receptivo é necessária a compreensão das formas possíveis de inovar.

 *Inovação é definida por quatro conceitos básicos, a saber: Inovação de produtos e serviços, de processos, de negócios e de gestão.* 

MOYSÉS SIMANTOB, COORDENADOR EXECUTIVO DO **FÓRUM DE INOVAÇÃO**, CONSÓRCIO DE ORGANIZAÇÕES CRIADO PELA ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV-EAESP)

Os conceitos quando pensados para as agências de viagem, podem ser percebidos como:



Inovação de produtos e serviços: novas tecnologias criadas para aumentar a satisfação dos clientes e o desenvolvimento de produtos inovadores, como roteiros temáticos e segmentados, turismo sustentável e de experiência, entre outros.



DICA! PARA CONFERIR EXEMPLOS DE INOVAÇÕES EM PRODUTOS, DOS MAIS DIVERSOS SEGMENTOS DA ECONOMIA, CONFIRA O BLOG [FAÇA DIFERENTE](#), DO SEBRAE.



Inovação de processos: novas formas de relacionamento na prestação de serviços, com a utilização de métodos aprimorados para a oferta dos serviços da agência de turismo, os quais auxiliam no aumento da produtividade, na adequação às tendências de mercado com foco na qualidade, na variedade de serviços prestados e na redução de custos.



DICA! PARA CONHECER UM POUCO MAIS SOBRE A GESTÃO DE PROCESSOS, CONFIRA O PORTAL [ORGANIZAÇÃO](#) DO SEBRAE.



Inovação de negócios: novas ideias e estratégias que auxiliem no desenvolvimento de novos negócios e que forneçam uma vantagem competitiva sustentável.



DICA! ACESSE O PORTAL [INOVAÇÃO NA PRÁTICA](#), DA REVISTA EXAME, E FIQUE POR DENTRO DAS INOVAÇÕES QUE OCORREM EM DIVERSOS TIPOS DE NEGÓCIOS.



Inovação em gestão: novas estruturas de poder e liderança. A inovação em gestão tem a capacidade de criar vantagem competitiva de longo prazo para as empresas, mediante a implementação de novas técnicas de gestão, mudanças nas estruturas organizacionais e no fluxo de trabalho, além do relacionamento com o ambiente externo.



DICA! PARA MAIS INFORMAÇÕES, EXPLORE NO PORTAL DO [SEBRAE](#) OS PRINCIPAIS TEMAS EM GESTÃO E PROCURE O AUXÍLIO DE NOSSOS CONSULTORES ESPECIALISTAS.

Empreendedor, para entender um pouco mais sobre as formas de inovação, leia no portal do Sebrae Inovação e Tecnologia, a publicação do [Manual de Oslo](#), que consiste em um manual internacional que padroniza as diretrizes para inovação e apresenta diversas considerações sobre o tema.



A inovação é um processo de melhoria que gera desempenho superior para a estratégia da empresa.

Inovação por modelo de negócio

Conforme visto, a inovação é fundamental para que os pequenos negócios se diferenciem no mercado e aumentem a competitividade. Portanto, inovar poderá ajudar as agências de turismo receptivo a aproveitarem as oportunidades geradas pelo legado do Mundial, mediante a apresentação de um modelo de negócio que crie valor para os clientes e diferencie a empresa dos concorrentes.

Empreendedor, para entender um pouco mais sobre o que é um modelo de negócio e como desenvolvê-lo para sua empresa, confira a cartilha "[O quadro de modelo de negócios](#)" disponibilizada pelo Sebrae/MG e a [matéria publicada](#) no portal de artigos do Sebrae.



/ Exemplo de inovação por modelo de negócio

Para exemplificar como a inovação pode impactar nas agências de turismo receptivo, nesse tópico será apresentado como inovar por modelo de negócio.



ATENÇÃO! EMPREENDEDOR, O MODELO DE NEGÓCIO ELABORADO ABAIXO É APENAS UM EXEMPLO DE MUITOS OUTROS MODELOS QUE SUA AGÊNCIA PODERÁ IMPLEMENTAR. ELE FOI CRIADO PARA FACILITAR O ENTENDIMENTO DE COMO PODE SER APLICADO UM PROCESSO DE INOVAÇÃO.

Nesse caso específico, foi elaborado um modelo baseado nos 4 “Ps” de marketing para uma empresa que optou pelo segmento “turismo de terceira idade” e tem por objetivo definir como a marca será percebida pelos clientes, ou seja, qual será o diferencial da empresa.

4 Ps	CONCEITO GERAL PARA AGÊNCIAS DE VIAGEM	EXEMPLO PRÁTICO - SEGMENTO ESCOLHIDO - TERCEIRA IDADE
PRODUTO 	Defina quais são os principais produtos da agência. Verifique qual o seu segmento específico (aventura, ecoturismo, família, terceira idade) e busque se especializar na área de atuação.	No caso da terceira idade, será necessário que a agência possua informações como: necessidades especiais, fichas médicas com remédios utilizados, caso necessário, passeios de fácil acesso, realizar <i>check in</i> antecipados para evitar esperas, seguro viagem, entre outros serviços, que são prezados por esse público específico e que não podem deixar de serem oferecidos pela empresa.
PREÇO 	Delimite os preços praticados, com limites máximos e mínimos. A partir desse ponto monte pacotes dentro dessa faixa de preço.	Definindo a faixa dos preços cobrados, a empresa definirá também a classe social do público da terceira idade que será atendida.
PROMOÇÃO 	Realize ações promocionais voltadas para o seu público-alvo. É interessante também identificar os costumes e as opções de lazer desse público para aplicar a ação de marketing mais adequada.	Existem grupos já formados de terceira idade que podem ser foco das ações promocionais até mesmo com ações nas mídias sociais, pois é crescente o número de pessoas da terceira idade que passam a usá-las.
PRAÇA OU DISTRIBUIÇÃO 	Além de vender seus produtos na própria agência, é válido pensar em outros canais de distribuição.	Para o público específico da terceira idade, são bons canais as visitas pessoais, a criação de eventos para atrair esse público para ofertar produtos, entre outros. A partir de diversas ações promocionais, ao longo do tempo, a agência se consolidará como um dos melhores, se não o melhor, destino receptivo de turistas da terceira idade, posicionando a marca perante clientes e concorrência.

Os 4 “P’s” de marketing são apenas um exemplo de metodologia que pode ser aplicada para melhorar e inovar a percepção do cliente, e do próprio mercado, para o seu diferencial competitivo.

Para os pequenos negócios que ficaram interessados nesse modelo, a ferramenta [Click Marketing](#) e a [Oficina Plano de Marketing](#), do Sebrae/SP, podem auxiliar a montar um modelo de negócio focado no marketing e seus 4 P’s.



DICA! A CARTILHA DO [SEBRAE/AM](#) APRESENTA TAMBÉM 10 PASSOS PARA CRIAR UM MODELO DE NEGÓCIOS.

Inovação para o legado do Mundial

Com base nos materiais e informações disponibilizadas nessa Resposta Técnica, o empreendedor poderá construir ou aperfeiçoar o modelo de negócio da empresa, utilizando a inovação como fator de diferenciação em seu mercado de atuação.

Para aproveitar o legado do Mundial e as oportunidades advindas da realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, o empreendedor pode utilizar alguns pontos:

/ Segmentação

Uma das inovações mais adequadas às agências de viagem é a segmentação, ou seja, a escolha de um nicho para atuar. Ao focar em um tipo de cliente, seja ele turismo estudantil, intercâmbio, terceira idade, GLBT ou turismo familiar, a agência passa a conhecer a fundo as necessidades dessa demanda, tornando seu produto mais adequado e especializando a forma de divulgação e comunicação com os clientes.

Também é possível segmentar sua agência por tipo de oferta turística, como: ecoturismo, cultura, náutico, enoturismo, gastronômico, rural, entre outras alternativas. A segmentação leva sua agência à criação de um diferencial, posicionando-se no mercado com uma especialização e tornando-se extremamente competitiva, sem deixar de atender qualquer outra demanda que não seja de seu nicho, evidentemente.

Para identificar como sua agência pode buscar segmentação no mercado é importante entender quais são as tendências no turismo. **Atenção!** Em breve será publicada a Resposta Técnica de tendência no turismo para melhor compreender esse novo assunto.



/ Ações com o Mundial

O investimento em inovação é assunto relevante e indiferente do momento externo à organização. A inovação deve ocorrer sempre. Diante desse contexto, algumas opções podem auxiliar as agências de turismo receptivo a aproveitarem esse momento:



Benchmarking: realize *benchmarking* com empresas que se sobressaíram no momento do Mundial. As experiências com o megaevento podem preparar sua empresa para os próximos eventos que eventualmente acontecerão, como os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016.



Pesquisa de satisfação: elabore uma pesquisa de satisfação com seus clientes. Assim, a empresa poderá aprimorar os pontos fracos e explorar os pontos fortes.



Pessoas qualificadas: conte com especialistas em inovação, pois a interação entre pesquisadores e empresários são fundamentais para a diferenciação. Portanto, busque atrair esse recurso diferenciado para sua empresa.



Para implantar a inovação com sucesso, busque auxílio do Sebrae pelos [Agentes Locais de Inovação \(ALI\)](#) de sua região. Trata-se de uma iniciativa do Sebrae com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). O programa tem por objetivo **promover inovação para o pequeno negócio** gratuitamente, por meio de consultores que visitam sua empresa para orientá-lo quanto a inovação.



A inovação no mercado de agência de viagem, ou em qualquer outra empresa do ramo do turismo, deve ser planejada e executada de maneira **segura, rápida e eficiente**, devendo ter acompanhamento diário e sempre em atualização. **Atenção:** as empresas de sucesso de hoje inovam de forma muito mais frequente do que antigamente.



Para especializar-se em inovação, acesse o portal de [EAD do Sebrae](#) e confira o curso Gestão da Inovação: Inovar para Competir. Outra dica é acessar o portal [Guia de Soluções Sebrae](#), que traz uma trilha com **diversas soluções em inovação e sustentabilidade** para as empresas de turismo.



Por fim, acesse habitualmente o site [Sebrae – Inovação e Tecnologia](#) para acompanhar as **novidades de inovação** para os pequenos negócios.

Empreendedor, busque conhecer mais sobre o tema e como sua empresa poderá utilizar a **inovação como fator de diferenciação**. Em caso de dúvidas, busque auxílio no Sebrae de sua região.



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!



SEBRAE

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo - Serviços
Conteúdo: Henrique D. Camargo Rolim e Maiana M. Rolim

