

## TÁXI E TURISMO: UMA PARCERIA DE SUCESSO!

Fabiana Soares Katayama  
Geancarlo de Lima Merigue  
Paula Micheli Fancelli

Ciente de que Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul, é um centro rico em atrativos turísticos, sendo também, um corredor de acesso aos outros pólos turísticos do Estado os autores notaram a falta de um receptivo adequado e de um sistema de informações turísticas que façam a publicidade do turismo campo-grandense.

De início, os autores descrevem a Metodologia Operacional, com objetivo de solucionar o seguinte problema: *como propiciar aos taxistas condições para bem receber os turistas que vêm a Campo Grande, em termos de informações turísticas, no primeiro contato com o núcleo receptor, sobre a infra-estrutura e o potencial turístico da cidade, de forma cordial, visando a permanente promoção do turismo local?*

A partir daí, já com o problema detectado, foi que a pesquisa começou a procurar uma possível solução que fosse boa e eficaz. Sabendo que a maioria dos turistas que chega a Campo Grande faz seu primeiro contato com o taxista, que o leva do aeroporto ou rodoviária para os hotéis, restaurantes ou agências, pode-se dizer que é aí que se estabelece o primeiro contato do turista com o receptivo local. Portanto, cabe ao taxista, conhecer a infra-estrutura e o potencial turístico da cidade, para poder fazer, com qualidade, o papel de anfitrião.

No segundo capítulo, *O Turismo no Brasil, em Mato Grosso*

*do Sul e em Campo Grande*, os autores descrevem um breve histórico do turismo no Brasil onde tudo começou com a chegada dos descobridores portugueses no dia 22 de abril de 1500. Em 11 de Outubro de 1977 com a divisão do estado de Mato Grosso, o qual ficou com a porção norte do território, foi criado o Estado de Mato Grosso do Sul. A porção sul tornou-se um novo estado, com uma natureza privilegiada, com grandes recursos naturais, possuindo diversos fatores para o acelerado crescimento da população e desenvolvimento do Estado. Campo Grande, capital do Estado é um cidade moderna, arejada e promissora, em permanente expansão. Ruas e avenidas fartamente arborizadas e praças amplas e floridas fazem da cidade uma das mais verdes do País.

No terceiro capítulo, *Turismo Receptivo: como fazê-lo com qualidade*, os autores procuram mostrar como, quando e quais são as maneiras corretas que devem ser utilizadas pelos taxistas, para receberem os turistas que chegam em Campo Grande, indicando quais as formas de se relacionar com os turistas, como atuar no primeiro contato, atendendo com qualidade e divulgando o turismo da cidade e do Estado. Os autores dividiram o capítulo em três pontos-chave:

- o primeiro contato;
- conseqüências de um mau atendimento;
- benefícios de um receptivo feito com qualidade.

No quarto capítulo, *Marketing em Turismo*, os autores seguem o raciocínio do capítulo anterior que é mostrar o poder da comunicação informativa. No caso dos taxistas, a comunicação e a informação serão armas imprescindíveis para o sucesso. O taxista, ao fazer o papel de receptor, estará automaticamente sendo o Relações Públicas da cidade. A informação turística, quando passada de maneira correta, poderá ser o recurso para se otimizar o setor turístico de Campo Grande. Os autores citam algumas técnicas para se passar informações com clareza e coisas que nunca se deve dizer ou fazer.

Finalizando o quinto capítulo, *A Cartilha*, os autores descrevem, com auxílio de um gráfico estatístico e através dos números alcançados na coleta de dados, mostrar principalmente a importância de se desenvolver um veículo que auxilie aqueles que irão ter um

contato direto com os turistas e, qual será o papel dessa cartilha, no desenvolvimento turístico de Campo Grande. A cartilha irá mostrar e dar aos taxistas, condições para bem receber os turistas, fazendo o papel de anfitrião e, principalmente, fazendo a divulgação da infra-estrutura turística da cidade, mostrando as técnicas para passarem as informações e despertarem nos turistas o desejo de desfrutar dos atrativos turísticos.

A obra é importante, o problema será solucionado com a implantação de uma cartilha informativa para o taxista, onde ele irá encontrar as informações necessárias para atuar no receptivo, de maneira correta e com qualidade e, poderá passar as informações sobre a cidade e seus atrativos, é de grande importância para o turismo campo-grandense, pois o taxista, é o primeiro contato do turista na cidade. Isso o torna a pessoa certa para atuar nesse setor e cabe a ele transformar a viagem dessas pessoas em verdadeiros sonhos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, José V. *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo : Ática, 1998.

BARRETTO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 2. ed. Campinas-SP : Papirus, 1997. (Coleção Turismo).

\_\_\_\_\_. *Planejamento e organização em turismo*. Campinas-SP : Papirus, 1991. (Coleção Turismo).

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE MATO GROSSO DO SUL. *Indicadores de Turismo*. Estudo Estatístico realizado pela Diretoria de Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul, 1998.

CONNELLAN, Thomas K. *Nos bastidores da Disney: os segredos do sucesso da mais poderosa empresa de diversões do mundo*. Trad. Marcello Borges. São Paulo : Futura, 1998.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. *Guia São Paulo para taxistas*. Parceria com o COMTUR, Anhembi Turismo e Evento da Cidade de São Paulo. (Distribuição Gratuita).

ROSA, Silvana G. M. *Encantando o cliente*. Porto Alegre : SEBRAE/RS, 1998.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Marketing turístico: um enfoque promocional*. Campinas-SP : Papyrus, 1990. (Coleção Turismo).

VAVRA, T. G. *Marketing de relacionamento*. Trad. Ailton Bomfim Brandão. São Paulo : Atlas, 1993.

ZEMKE, R.; SCHAAF, D. *A nova estratégia do marketing: atendimento ao cliente*. São Paulo : Harbra, 1991.