



**CENTRO UNIVERSITÁRIO FAMETRO  
CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**RAFAELA RODRIGUES DE ARAUJO**

**GESTÃO DE CUSTO E TURISMO RECEPTIVO:  
Estudo de caso em uma Agencia de Turismo Receptivo Jeri Receptivo 4x4 em  
Jericoacoara-CE**

**FORTALEZA  
2022**

RAFAELA RODRIGUES DE ARAUJO

GESTÃO DE CUSTO E TURISMO RECEPTIVO: Estudo de caso em uma Agencia  
de Turismo Receptivo Jeri Receptivo 4x4 em Jericoacoara-CE

Artigo TCC apresentado ao curso de Bacharel em Contabilidade do Centro Universitário Unifametro – UNIFAMETRO – como requisito para a obtenção do grau de bacharel, sob a orientação da prof.<sup>a</sup> M<sup>a</sup>. Talyta Eduardo Oliveira.

FORTALEZA

2020

RAFAELA RODRIGUES DE ARAUJO

GESTÃO DE CUSTO E TURISMO RECEPTIVO: Estudo de caso em uma Agencia de Turismo Receptivo Jeri Receptivo 4x4 em Jericoacoara-CE

Artigo TCC apresentada no dia 13 de junho de 2022 como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Ciência Contábeis da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO – tendo sido aprovado pela banca examinadora composta pelos professores abaixo:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>o</sup>. M<sup>a</sup>. Talyta Eduardo Oliveira  
Orientador – Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza

---

Prof<sup>a</sup>. M<sup>a</sup>. Allan Pinheiro Hollanda  
Membro - Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza

---

Prof<sup>o</sup>. Esp. David dos Santos Silva  
Membro - Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza

A professora Talyta Eduardo Oliveira, que com sua dedicação e cuidado de mestre, orientou-me na produção deste trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus pelo dom da vida, pela ajuda e proteção, pela Sua força e presença constante, e por me guiar à conclusão de mais uma preciosa etapa de minha vida.

Mas graças a Deus, que sempre nos conduz vitoriosamente em Cristo e por nosso intermédio exala em todo lugar a fragrância do seu conhecimento.

2 Coríntios 2:1

## **GESTÃO DE CUSTO E TURISMO RECEPTIVO: Estudo de caso em uma Agência de Turismo Receptivo Jeri Receptivo 4x4 em Jericoacoara-CE**

Rafaela Rodrigues de Araújo<sup>1</sup>

Talyta Eduardo Oliveira<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo, tem como objetivo principal analisar a gestão de custo da empresa Jeri Receptivo 4x4, e ainda identificar os custos, entre fixos e variáveis e as despesas da empresa, Identificar os custos para a prestação dos serviços ofertados pela empresa, identificar o uso de ferramentas para a gestão de custos da empresa e Analisar o impacto da gerência dos custos no processo de formação dos preços praticados pela empresa. Para isso, com base em um estudo exploratório, analítico e descritivo o presente trabalho utilizou-se de uma entrevista, a partir de uma abordagem qualitativa. E ainda com abordagem bibliográfica, o presente trabalho lança mão de reflexões teóricas sobre os conceito de turismo, turismo receptivo e ainda gestão de custo e formação do preço. Quanto a metodologia o presente artigo se propôs a analisar a gestão de custo da empresa Jeri Receptivo 4x4 identificando os seus custos e seus produtos que foram identificado na entrevista. Por fim lançando mão das considerações finais, refletiu-se sobre a importância de se categorizar os produtos e serviço prestados pela a empresa que destaca a relevância de uma gestão e controle de custos para empresa de turismo receptivo.

---

<sup>1</sup> Graduando do curso ciências contábeis pela Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO.

<sup>2</sup> Prof<sup>a</sup>. Orientador do curso de ciências contábeis da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO.

Palavras-chave: Turismo Receptivo, Gestão de Custo, Formação de Preço.

## **ABSTRACT**

This article has as main objective to analyze the cost management of the company Jeri Receptivo 4x4, and also to identify the costs, between fixed and variable and the expenses of the company, to identify the costs for the provision of the services offered by the company, to identify the use of tools for the company's cost management and Analyze the impact of cost management on the company's price formation process. For this, based on an exploratory, analytical and descriptive study, the present work used an interview, from a qualitative approach. And still with a bibliographic approach, the present work makes use of theoretical reflections on the concept of tourism, inbound tourism and also cost management and price formation. As for the methodology, this article proposes to analyze the cost management of the company Jeri Receptivo 4x4, identifying its costs and its products that were identified in the interview. Finally, making use of the final considerations, the importance of categorizing the products and services provided by the company was reflected, which highlights the relevance of management and cost control for inbound tourism company. The commitment between the teams can no longer be dissociated from all the functional resources involved. On the other hand, the hegemony of the political environment maximizes the possibilities on account of preferential directions in the direction of progress. However, we must not forget that the customs revolution demands the precision and definition of the general system of participation.

Keywords: Inbound Tourism, Cost Management, Price Formation.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo, como atividade econômica, consolidada e estruturada a partir de uma organização comercial, possui diversas definições que foram elaboradas no percurso de seu desenvolvimento. Dentre as muitas definições, a Organização Mundial do Turismo (OMT (2001), conceitua a atividade turística como o conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas situadas fora de seu ambiente habitual por um período inferior a um ano, por motivos de lazer, negócios entre outros.

Segundo Aguiar (2016), a atividade turística pode ser entendida como um grande fluxo de visitantes, à procura de destinos turísticos, independente da razão da viagem, com exceção de algumas categorias como imigrantes e trabalhadores. Ainda segundo Aguiar(2016) entende-se como atividade turística, o movimento de pessoas que viajam dentro do seu próprio território. Em suma, turismo define-se ainda como um deslocamento por vontade própria e por curto prazo definido e não se relaciona diretamente ao lucro.

O Turismo, conforme foi acima, dispõe de inúmeras definições. Dentre elas é possível destacar a atividade turística como um sistema de serviços com finalidade única e exclusiva de planejamento, promoção e excursão de viagem. Mas é necessário que se defina uma infraestrutura adequada para atender ao desejo e/ou necessidade das pessoas que irão adquirir os serviços sugeridos pelo amplo mercado. Embora se encontrem diferentes conceitos de atividade turística, o intuito é conhecer os três aspectos básicos que compõem a estrutura do turismo, sendo eles: o físico, o tempo e o indivíduo. (SANTOS, 2016).

No mesmo sentido, Martinez (2020) aponta que o turismo se consolidou como principal atividade econômica do mundo contemporâneo, e pode ser explorado em diversos ambientes. É possível encontrar atividade turística em diversos contextos, como por exemplo as rotas de turismo religioso, turismo de lazer, turismo ecológico entre outros. É importante salientar que a atividade turística não pode ser dissociada do contexto social, pois também é compreendida como prática cultural de um povo.

Vale ressaltar que as atividades turísticas fomentam, fundamentalmente, a economia do local na qual estão inseridas, e contribuem diretamente para as receitas locais dos governos. O aporte econômica do turismo é medido pela análise de contribuição direta, total ou induzida com papel importante na geração de empregos, renda e contribuição do PIB nacional. Desse modo, o turismo caracteriza-se como atividade econômicas fundamental e que movimenta uma cadeia produtiva diversa, com serviços de hotelaria, gastronomia e ainda oturismo receptivo (VIGNATI, 2008; RABAHY, 2019).

Ademais, o custeio econômico da atividade turística movimenta uma diversa cadeia produtiva, que envolve o setor de transporte, hotelaria e gastronomia, além de movimentar os setores de entretenimento além dos pequenos comércios. É possível observar, a partir disso, que o turismo capitaliza uma série de micro economias, uma relação de dependência, ou seja, a saúde financeira da empresa de turismo está intrinsecamente relacionada à saúde financeira das empresas que estão circunscritas neste ciclo produtivo.

Nesse sentido, considerando as relações de dependência entre as economias envolvidas na cadeia do turismo, a gestão de custos torna-se ferramenta imprescindível para a manutenção da excelência do serviço. De acordo com Francisco (2020), a gestão de custo é fundamental para auxiliar na gestão e formação de preço, bem como manutenção da competitividade da empresa, objetivando a utilização eficiente dos recursos disponíveis, fornecendo informações utilizadas na produção, no controle de estoque e serviços, na avaliação e resultados e na formação de preço, é uma ferramenta que visa melhoria da operação fazendo com que a empresa se mantenha no mercado.

Do mesmo modo, a formação de preço auxilia na busca de meios para maximização dos lucros, tendo em vista que a dinâmica do mercado competitivo não permite aumentos nos preços constantemente. Nesse sentido, a estratégia de formação de preço é fundamental para a viabilidade econômica do negócio, logo a manutenção da qualidade de seus produtos e serviços. (JUNG; DALLA'GNOLL, 2016)

Frente ao exposto, é possível compreender o turismo receptivo como parte da cadeia produtiva que envolve o setor de turismo. De acordo com a análise turística do centrohistórico de Natal- RN, a partir do serviço de turismo receptivo, Oliveira (2019) destaca o importante papel do serviço de turismo receptivo na divulgação e

(des)valorização dos elementos de exploração turística local, pois é a partir delas que há a comunicação mais direta com os clientes, e a apresentação das possibilidades e atratividades que um destino pode ofertar.

De acordo com Candioto (2012), o serviço de turismo receptivo caracteriza-se pela prestação de serviços de traslado, passeios, excursões locais, reservas de hotéis, shows, dentre outros. O principal meio de venda é através de operadoras turísticas, agências de turismo, podendo ainda ter outros canais de distribuição.

Desta maneira, partindo de um estudo expositivo, analítico e descritivo, o presente trabalho utilizou-se da trajetória e relatos da pesquisadora, tendo como “caso” investigado: As ferramentas para gestão de custos da agência de turismo receptivo Jeri Receptivo 4x4, e seus impactos na formação dos preços praticados pela agência?

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo geral analisar a gestão de custo na agência de turismo receptivo de pequeno porte, Jeri Receptivo 4x4 que atua no município de Jericoacoara-CE. Quanto aos objetivos específicos, buscou-se: (i) Identificar os custos para a prestação dos serviços ofertados pela empresa (ii) identificar o uso de ferramentas para a gestão de custos da empresa (iii) Analisar o impacto da gerência dos custos no processo de formação dos preços praticados pela empresa.

Quanto ao percurso metodológico, esta pesquisa fundamenta-se partir da abordagem *qualitativa*, na qual preocupa-se em conhecer a realidade segundo a perspectiva daqueles que vivenciam a realidade investigada sem medir ou utilizar elementos estatísticos para análise dos dados” (ZANELLA, 2013). Para tanto, utilizou-se, como ponto de partida, uma revisão *bibliográfica*, como forma de referenciar, de modo genérico, as fontes que serviram de sustentação para as discussões sobre Turismo Receptivo, Gestão de Custos e Formação de Preços.

Para fins didáticos, o presente artigo encontra-se dividido, após esta introdução, em quatro seções que tratam, na primeira seção, de algumas reflexões teóricas, na qual abordou-se a conceituação e discussão sobre o Turismo, Turismo Receptivo, Gestão de Custos e Formação de Preços. Na segunda seção, aborda-se o percurso metodológico, apresentando-se os objetivos geral e específicos, além do método para a coleta de dados, Já para a terceira seção, aborda-se a análise das

ferramentas de gestão de custos adotadas pela empresa e discutiu-se as implicações do uso dessas ferramentas de gestão de custos para a formação de preços da empresa. Por fim, com base nas análises, lançou-se às considerações finais, espaço que apresentou-se as reflexões sobre as implicações da gestão de custos na formação de preços da empresa, e ainda refletiu-se sobre a importância das ferramentas de gestão de custos para o desenvolvimento da atividade empresarial, no contexto administrativo.

## **2 REFERENCIA TEORICO**

Na presente seção, aborda-se algumas reflexões teóricas sobre os conceitos de Turismo, Turismo Receptivo e ainda Gestão de Custos e Formação de Preços, buscando discutir tais conceitos a partir de estudos científicos, como base das discussões propostas pelo presente artigo.

### **2.1 TURISMO**

A atividade turística, como economia produtiva, se consolida no período moderno, acompanhando o processo de desenvolvimento das indústrias no mundo. A Revolução Industrial foi responsável pela grande modernização dos meios de produção e conseqüentemente, com a expansão das atividades comerciais, viu-se a necessidade de modernizar, conjuntamente, as estruturas de escoamento dos produtos para exportação e as importações de matéria prima (PANAZZOLO, 2005; REJOWSKI, 2002).

A partir disso, as estruturas de mobilidade sofrem grandes transformações para atender ao novo fluxo de mercadorias em transporte. Com a modernização das estruturas de transporte de cargas, os transportes de pessoas, também se modernizaram, potencializando a atividade turística no mundo. Com o advento da tecnologia, no contexto de globalização, e do desenvolvimento da internet, é possível observar o estreitamento das distâncias, a aproximação dos países, das pessoas e das culturas. (SOARES, 2007; SILVA, 2004)

O impacto dos processos de modernização do mercado impactou o setor turístico de forma exponencial (SOARES, 2007). Nos últimos anos o turismo vem se consolidando como atividade produtiva de grande relevância para a economia das cidades brasileiras, e devido a sua importante contribuição tem conquistado notório espaço entre as políticas de incentivo ao setor de turismo no país. Dentre as ações públicas de impulsão ao desenvolvimento do turismo estão as estratégias de investimentos em infraestrutura, financiamento para obras e campanhas publicitárias, como forma de fortalecer o mercado interno, e ainda a liberação de linhas de créditos, financiamentos e incentivos fiscais às empresas turísticas (D'AGOSTINI'; ABASCAL, 2016).

De acordo com D'Agostini e Abascal (2016), nos últimos anos o Turismo vem se estabelecendo como uma atividade econômica fundamental para a economia das cidades brasileiras, tornando-se uma das prioridades no plano econômico do Governo. Os investimentos públicos nas cadeias produtivas do turismo se caracterizam por ações em obras de infraestrutura e campanhas publicitárias como estratégia de fortalecimento ao mercado interno, além disso a liberação de linhas de créditos e financiamentos e incentivos fiscais às empresas turísticas.

Em suma, é possível perceber, frente ao exposto, a trajetória da consolidação da atividade turística no âmbito da economia, considerando que suas fases estiveram relacionadas às fases de modernização da sociedade. De certo, o turismo, como atividade humana, segue os padrões de desenvolvimento da sociedade. Diante disso, é possível afirmar que a atividade turística está profundamente relacionada a questões históricas, sociais e culturais. (MARTINEZ, 2020). Não é possível desvincular turismo de sociedade, é olhando para a sociedade que é possível compreender o turismo.

## **2.2 TURISMO RECEPTIVO**

O turismo receptivo é uma forma de turismo voltada para a prestação de serviço turístico, que visa atender as necessidades das pessoas que estão adquirindo seus pacotes turísticos ou que estão viajando a negócios e precisam de suporte de deslocamento durante sua estadia. (CANDIOTO, 2012; Oliveira, 2019) Assim, pode-se afirmar que o turismo receptivo é o serviço turístico que recebe e apresenta, aos viajantes, os pontos turísticos do destino escolhido.

Conforme Santos e Souza (2014) apontam, o turismo receptivo tem o objetivo de atrair e receber os visitantes, que viajam a negócios ou lazer, no qual usufruirão da infraestrutura disponível no destino turístico escolhido como, hotéis, restaurantes, transporte, entre outros, desta forma, trazendo para o lugar benefícios à comunidade, na geração de emprego e renda. Podemos perceber, a partir disso, que o turismo receptivo faz parte da cadeia produtiva da economia turística e que movimenta outros serviços, fomentando os comércios locais das regiões em que se estabelecem.

Nesse sentido, as agências que atuam no segmento do turismo receptivo exercem um papel fundamental para a prática no turismo no país, pois elas são responsáveis por apresentar os atrativos turísticos do local, os serviços de hotelaria, os atrativos gastronômicos, além de serviços de lazer e entretenimento, primando pelo bem estar, satisfação e segurança dos excursionistas, durante o período de seu passeio. (PAZINI, BRAGA, GÂNDARA, 2017; OLIVEIRA, 2019).

### **2.3 GESTÃO DE CUSTO E FORMAÇÃO DO PREÇO**

A gestão de custo, segundo Soares e Brandão (2021), é o gerenciamento de todos os gastos e investimentos financeiros que compõem a atividade empreendedora, para que haja um controle a curto, médio e longo prazo, do sistema financeiro da empresa. Ainda segundo Soares e Brandão (2021), com base nos serviços de hotelaria, o gerenciamento do custo auxilia na formação de preço, tomada de decisão e redução dos custos dos produtos e serviços que a empresa busca ofertar. Nesse sentido, os autores ressaltam que:

Diversas ferramentas de Gestão de Custos podem ser utilizadas por gestores em empreendimentos hoteleiros para auxílio das tomadas de decisões, tais como controle de custos, métodos de custeio, análise do ponto de equilíbrio e da margem de contribuição e metodologias de formação de preço de venda baseado nos custos. (SOARES e BRANDÃO, 2021, p. 04)

À vista disso, uma das principais formas de aplicabilidade da gestão de custo é identificar o valor dos custos unitários dos produtos e serviços oferecidos pela empresa, que se dá pelo método de custeio. Podemos afirmar que métodos de custeio

validam o modo de valorização dos objetos de custeio, que podem ser classificados como uma operação, uma atividade, dentre outros. (SOARES; BRANDÃO, 2021)

Dentre as inúmeras formas de custeio é possível destacar o custeio por absorção, que consiste “na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos ou serviços feitos”. (MARTINS, 2010, p. 24)

Em outras palavras, o custeio por absorção é a incorporação de todos os custos de produção ao valor do produto ou do serviço, sendo estes custos fixos, que independem da variação no volume de produção ou de venda ou custos variáveis, que variam conforme o volume de produção, venda e serviço. E ainda, custos diretos, que são tudo aquilo necessário à produção ou prestação de serviço, e indireto, que consiste no custo gasto, porém imensurável.

Por outro lado, o custeio variável classifica-se como “parte do princípio de que um produto, uma mercadoria ou um serviço são responsáveis apenas pelos custos e pelas despesas variáveis que geram” (BERTÓ; BEULKE, 2011, p. 34). Em outras palavras, o custeio variável é o custo que varia conforme o volume ou queda da produtividade do empreendimento, venda ou prestação de serviço, ou seja, só ocorre custeio variável se houver variação no custo de produção.

Observa-se, a partir disso, que a gestão de custo, é ferramenta fundamental para o sistema de formação de preços de um serviço ou produto. O custeio variável possui instrumentos de suporte às tomadas de decisão do gestor e que são imprescindíveis para a administração da empresa; a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio são mecanismo de análise de custo e gerenciamento de receitas, que juntos, auxiliam a empresa na projeção da participação de cada produto no pagamento das despesas fixas e o qual volume de vendas e serviços é preciso para que a empresa possa custear sua produção e pagamentos de terceiros. (MARTINS, 2010; BRUNI, 2012)

Por exemplo, o ponto de equilíbrio capacita o gestor a dimensionar o volume que a empresa deve produzir e vender para conseguir custear a produção. Ou seja, o quanto é preciso vender para que a empresa possa arcar com os compromissos com terceiros e com isso viabilizar a manutenção da produção. A margem de contribuição, por sua vez, é a projeção do quanto cada produto contribui para o

pagamento das despesas fixas da empresa. Podemos observar, portanto, que ponto de equilíbrio e margem de contribuição, se complementam no suporte ao gestor. (MARTINS, 2010; BRUNI, 2012).

No mesmo sentido, a gestão de custo contribui para a formação do preço de um produto ou serviço, auxiliando a precificação correta dos produtos e serviços, que são fundamentais para possibilitar a maximização dos lucros, propiciando a manutenção das instalações, funcionalidade da empresa de modo geral, e a manutenção do custo de produção. Existem ainda fatores que influenciam a formação do preço de venda, e que demandam grande atenção do gestor, como a questão da concorrência, consiste na comparação entre os valores de serviços e produtos semelhantes. É fundamental que a empresa acompanhe o movimento dos valores da concorrência, para que ela siga competitiva no mercado e não tenha prejuízos com a redução de sua margem de lucro.

### **3 METODOLOGIA**

O presente trabalho fundamenta-se a partir de um estudo descritivo, que para Gil (2008, p. 28), “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. Nesse sentido, o trabalho descreve a empresa objeto deste estudo, observando a organização da gerência dos custos e ainda os serviços oferecidos pela empresa e sua estrutura administrativa.

Para debruçar-se à análise das ferramentas da gestão de custo e seus impactos na gerência da precificação dos serviços ofertados, em uma empresa de turismo receptivo. Estudo de caso, segundo Zannela (2013), consiste em um estudo exaustivo de um ou poucos objetos de pesquisa, de maneira a permitir o aprofundamento do seu conhecimento e pequena amplitude, pois procuram conhecer a realidade de um indivíduo, de um grupo de pessoas, de uma ou mais organizações em profundidade.

O caso investigado tem como objeto central de estudo a empresa de turismo receptivo Jeri Prime 4x4, que atua na região de Jericoacoara. A coleta de dados para a análise das ferramentas para gestão de custos da agência e seus impactos na

formação dos preços praticados por ela, foi realizada através de uma entrevista semiestruturada sobre o funcionamento e organização da empresa. A entrevista foi realizada no dia 04 de abril de 2022, com um dos proprietários da empresa e encontra-se, além disso, foi analisado o relatório administrativo referente ao período de janeiro de 2022, qualificando a pesquisa ainda como *documental*.

#### Quadro 1: Roteiro de entrevista

- 
1. Como se deu o surgimento da empresa?
  2. Quais são os serviços oferecidos pela empresa?
  3. A empresa faz controle de quantidade e tipo de serviço prestado?
  4. Quais custos da empresa e como é feita a gestão de custo?
  5. Como é feita a precificação dos serviços?
  6. A empresa usa a gestão de custo para formação do preço de venda?
- 

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Após a coleta dos dados, fez-se as análises. Para isso, com base na abordagem *qualitativa*, que “caracterizando-se, em princípio, pela não utilização de instrumental estatístico na análise dos dados” (ZANELLA, p. 35, 2013), buscou-se os custos e despesas da empresa, feito isso, analisou-se os custos da empresa e por fim, analisou ainda as ferramentas para a gestão dos custos e suas implicações no processo de precificação dos serviços prestados pela empresa.

## 4 ANÁLISE DOS CUSTOS E DA GESTÃO DE CUSTO

### 4.1 A empresa Jeri Receptivo 4x4

A agência de turismo Jeri Receptivo 4x4, iniciou suas atividades em meados de 2017, frente a oportunidade de ofertar o serviço de turismo receptivo na região de Jericoacoara, tais como transfer em 4x4, que consiste no traslado do turista de seu ponto de desembarque em fortaleza até seu destino em Jericoacoara, no hotel onde se hospedará. Além do serviço de transfer, a agência oferece ainda passeios pela região com buggys, nos quais o próprio cliente pode pilotar e seguir pelos os pontos turísticos da região, e ainda a volta do cliente para Fortaleza.

A empresa não possui loja física, atuando unicamente por meios virtuais, anunciando no google, o cliente se depara com o anúncio, entra em contato com a empresa e é apresentado aos pacotes disponíveis. Para a gestão de vendas, a empresa se organiza através de um programa, o programa gerencia os pacotes disponíveis, os passeios em andamento e os que foram finalizados. Os passeios oferecidos pela empresa são serviços terceirizados, a empresa anuncia e passa os serviços para os motoristas, quanto ao serviço de transfer, a empresa oferece em carro próprio, terceirizando apenas o motorista que conduz a viagem.

No quadro administrativo, a empresa conta com a proprietária para os serviços de atendimento ao cliente, suporte ao cliente no período dos passeios e ainda a gestão financeira e administrativa. Para a organização da logística dos passeios e dos transfer, a empresa conta com o companheiro da proprietária para este serviço. Ademais, observou-se que, durante a entrevista, não foi identificada ferramenta de controle de quantidade e tipo de serviço prestado e nem de controle. Após a entrevista e a aprovação das perguntas observou-se a necessidade e a implantação de controle.

#### **4.2 Serviços ofertador e Ferramentas de controle de venda da Jeri Receptivo 4x4**

A agência tem em seu portfólio de serviços, opções de transfer e passeios, que podem ser privativos, em que o cliente reserva o transporte unicamente para seu percurso, podendo ser em veículos para até 4 pessoas ou veículos para 5 e 6 pessoas ou compartilhados com duração de 4h30min. Para o transfer compartilhado existem algumas especificidades, em que a agência só fecha esse transfer para 2 passageiros os mesmo, compartilham o traslado com mais passageiros, essa modalidade tem algumas restrições quanto ao horário que pode ser no intervalo entre 7h às 17h, com uma tolerância para juntar os passageiros de até 2h, podendo ser compartilhado em veículo com capacidade de até 6 pessoas. Esses transfer podem ocorrer tanto de fortaleza até Jericoacoara como de Jericoacoara até Fortaleza.

Além do transfer, com saídas diárias de Fortaleza à Jericoacoara de Jericoacoara a Fortaleza, a agência também executa os serviços de transfer com saída do aeroporto regional de Jericoacoara, esse tem como modalidade apenas o privativo, onde os horários de saída são conforme os horários do voo, tendo em média

1h de duração o percurso por trecho, onde são feitos com veículos 4x4 com capacidade de até 4, 5 ou 6 pessoas. A empresa oferece ainda os serviços de passeios com buggys ou quadriciclo, estes, por sua vez, não podem ser do tipo compartilhado, somente privativo.

Os passeios são compostos por dois litorais, sendo eles leste e oeste, onde podem ser feitos com os veículos tipo buggy, quadriciclo, hilux jardineira e hilux sw4, tendo duração de 6hs em média cada litoral, o cliente escolhe o roteiro desejado. Dentre os destinos mais procurados, destacam-se o de Pedra Furada, Árvore da Preguiça, Buraco Azul, Lagoa do Paraíso e Lagoa do Amanso, esse roteiro denominado litoral leste e o oeste que seria travessia do rio guiriu, passeio ecológico do cavalo marinho, passeio pelo mangue seco, passeios pelas dunas e lagoa de Tatajuba.

Existem algumas distinções entre o passeio no quadriciclo para os demais veículos. O passeio inclui um guia turístico que conduz o veículo e apresenta os pontos turísticos aos visitantes. Já no quadriciclo, por sua vez, é pilotado pelo próprio turista, entretanto, o passeio conta com a presença de um guia para conduzir os turistas aos pontos escolhidos por eles.

Vale ressaltar, que o cliente ao entrar em contato com a agência para adquirir algum de seus serviços, pode optar em contratar apenas o serviço de transfer, ou de contratar apenas o serviço de passeio ou contratar o pacote de transfer e passeios. Após a finalização da reserva, o controle das vendas de transfer e passeios é feito através de um programa online, em que são registradas as reservas e emitindo os voucher que são enviados aos clientes. Através deste programa é possível controlar as disponibilidades por dia e por veículo para venda e reservas já finalizadas.

#### **4.3 Identificação dos custos e despesas da prestação de serviço da Jeri Receptivo 4x4**

A agência possui em seu quadro de funcionários um vendedor responsável pelo atendimento, organização das reservas e organização do financeiro e suporte ao cliente, um funcionário responsável pela logística e sistema de controle. Conta ainda com 3 motoristas prestadores de serviço, que executam os deslocamentos e motoristas que possuem seu próprio veículo. A empresa conta com três carros

próprios para o serviço de transfer, para os passeios turísticos, os buggy e quadrículos são terceirizados por outras empresas, assim como os guias turísticos, que são profissionais da própria região de Jericoacoara.

Tabela 1: Despesas com Funcionários mensal

	Fixo	Provisão de férias e 13º	Variável
Vendedor, atendimento e suporte ao cliente	R\$ 1.212,00	R\$ 1.247,43	10% Venda
Funcionário da logística e Sistema de Controle	R\$ 2.550,00	R\$ 1.076,67	

Fonte: dados da pesquisa (2022). Valor Fixo composto por remuneração, inss e fgts; Valor Provisão composto por férias e 13º do mês.

Observa-se que um funcionário assume mais de uma função na empresa de turismo. O funcionário da logística e sistema tem o salário maior que o faz onerar folha de pagamento em períodos de baixa estação. O vendedor presta o suporte ao cliente pós venda de serviço, mas o impacto financeiro maior para a empresa é relacionado ao quantitativo de vendas.

Tabela 2: Custo com terceirização de serviços por trecho

	Veículo	Fortaleza X Jeri R\$/uni	Jeri X Fortaleza R\$/uni	Aeroporto de Jeri/Vila de Jeri R\$/uni	Vila de Jeri/Aeroporto de Jeri R\$/uni
Motorista 1	Jeri Receptivo	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Motorista 2	Jeri Receptivo	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Motorista 3	Jeri Receptivo	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Motorista carro Próprio 4 pessoas	Carro Próprio	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Motorista carro Próprio 5 pessoas	Carro Próprio	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Motorista carro Próprio 6 pessoas	Carro Próprio	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Motorista carro Próprio 2 pessoas (compartilhado)	Carro Próprio	R\$ 300,00	R\$ 300,00		

Fonte: dados da pesquisa (2022)

De acordo com a tabela 2, é possível observar os custos com motoristas utilizando os carros da Jeri Receptivo são fixos e divididos para cada tipo de viagem. A empresa tem motoristas com carros particulares que fazem parcerias, sendo considerados pela empresa motoristas parceiros. Observa-se que é mais benéfico para a empresa quanto a margem de contribuição que utilize para o transfer carro próprio. A diferença financeira é relevante.

Tabela 3: Custo com terceirização de Passeios

Passeios	Valor	Observação
Passeio 1 – Buggy Leste e Oeste	R\$ 700,00	Fixo independente da temporada
Passeio 2 – Quadriciclo Leste e Oeste	R\$ 800,00	Fixo independente da temporada
Passeio 3 – Jardineira Leste e Oeste	R\$ 1.100,00	Fixo independente da temporada
Passeio 4 – SW4 Leste e Oeste	R\$ 1.300,00	Fixo independente da temporada

Fonte: dados da pesquisa (2022)

A tabela 3 mostra os valores referentes aos custos com passeio. O passeio 4 é o mais oneroso. O passeio 1 é o Buggy é o de menor preço quanto aos custos dos passeios vendidos.

Tabela 4: Despesas do Período Analisado

Estacionamento Aeroporto de Fortaleza	R\$ 450,00
Casa de Apoio em Jericoacoara	R\$ 750,00
Ajuda de custo motorista prestador de serviço sem veículo (valor para os 3)	R\$ 600,00
Marketing	R\$ 750,00

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Tabela 4 mostra os gastos que a empresa tem com o transfer de passageiros com carros da empresa, os gastos apresentados na tabela 4 são fixos e independentes da quantidade de viagens feitas por mês.

#### 4.4 Análise da Gestão de Custo e Formação do Preço da Jeri Receptivo 4x4

Os serviços ofertados pela agência são divididos pela capacidade de cada veículo conforme a tabela 5, sendo de 1 a 6 passageiros e pelos trechos Fortaleza para Jericoacoara e Jericoacoara para Fortaleza, ou Aeroporto regional de Jericoacoara para a Vila de Jericoacoara da Vila de Jericoacoara para o aeroporto regional de Jericoacoara. Com o compartilhamento, a agência pratica apenas 2 passageiros e nos trechos de Fortaleza para Jericoacoara e Jericoacoara a Fortaleza não praticando o compartilhado no aeroporto regional. Em caso de ser apenas uma pessoa a agência sugere o transfer privativo e em caso de mais de 6 pessoas dois veículos com capacidade para até 4 pessoas cada.

A tabela traz ainda o confronto de custo e preço de venda, sendo divididos em veículos da própria agência com motoristas terceirizados como veículo de terceirizado.

Tabela 5: Custo X Preço de Venda de Transfer

Modalidade	Capacidade do veículo	Veículo		Fortaleza/ Jeri R\$/uni	Jeri/ Fortaleza R\$/uni	Aeroporto de Jeri/ vila de Jeri R\$/uni	Vila de Jeri/ aeroporto de Jeri R\$/uni
Transfer Privativo	4 pessoas	Veículo próprio	Preço do serviço	R\$ 700,00	R\$ 700,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
			Custo	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
			Resultado	R\$ 625,00	R\$ 625,00	R\$ 270,00	R\$ 270,00
		Veículo terceirizado	Preço do serviço	R\$ 700,00	R\$ 700,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
			Custo	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 200,00	R\$ 200,00
			Resultado	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Transfer Privativo	5 pessoas	Veículo próprio	Preço do serviço	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00
			Custo	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
			Resultado	R\$ 725,00	R\$ 725,00	R\$ 345,00	R\$ 345,00
		Veículo terceirizado	Preço do serviço	R\$ 800,00	R\$ 800,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00
			Custo	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
			Resultado	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 125,00	R\$ 125,00
Transfer Privativo	6 pessoas	Veículo próprio	Preço do serviço	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00
			Custo	R\$ 75,00	R\$ 75,00	R\$ 30,00	R\$ 30,00
			Resultado	R\$ 825,00	R\$ 825,00	R\$ 345,00	R\$ 345,00

Transfer Compartilhado	2 pessoas	Veículo terceirizado	Preço do serviço	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 375,00	R\$ 375,00
			Custo	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
			Resultado	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 75,00	R\$ 75,00
		Veículo terceirizado	Preço do serviço	R\$ 400,00	R\$ 400,00	-	-
			Custo	R\$ 300,00	R\$ 300,00	-	-
			Resultado	R\$ 100,00	R\$ 100,00		

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Os passeios são todos feitos privativos e pela capacidade do veículo, os valores se referem a dois dias de passeios sendo eles leste e oeste como mostra a tabela 6.

Tabela 6: Custo X Preço de Venda de Passeios

Passeios	Capacidade do Veículo	Preço de Venda	Custo	Resultado
Passeio 1 – Buggy Leste e Oeste	4 pessoas	R\$ 1.100,00	R\$ 700,00	R\$ 400,00
Passeio 2 – Quadriciclo Leste e Oeste	2 pessoas	R\$ 1.200,00	R\$ 800,00	R\$ 400,00
Passeio 3 – Jardineira Leste e Oeste	10 pessoas	R\$ 1.300,00	R\$ 1.100,00	R\$ 200,00
Passeio 4 – SW4 Leste e Oeste	6 pessoas	R\$ 1.400,00	R\$ 1.300,00	R\$ 100,00

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Os custos identificados para que a agência tenha condições de executar seus serviços são: um vendedor de atendimento e suporte ao cliente, sendo ele que também cuida do financeiro e emissão de reservas que tem seu salário estabelecido como um fixo mais variável e o responsável pela logística e sistema de controle dos veículos da agência que tem seu salário fixo conforme a tabela 1.

A agência conta com motoristas prestadores de serviços que possuem veículos próprios e os que utilizam o próprio veículo da agência para executar o serviço, onde ganham por trecho como mostra a tabela 2. A agência conta ainda com terceirizado que prestam os serviços de passeios conforme a tabela 3, já na

tabela 4 constam todos os custos incorridos para que o serviço seja executado onde podemos classificar com fixos e variáveis e na tabela 5 consta todas as despesas incorridas no período analisado.

Tabela 7: Fluxo de Caixa Operacional do Mês de Janeiro/2022

	ENTRADA	SAIDA REFERENTE A DESPESAS PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	SAÍDA CUSTO DO SERVIÇO PRESTADO
Recebimento com serviço	R\$ 58.775,00		
Adiantamento reserva	R\$ 17.424,00		
Pagamento Estacionamento em Fortaleza		R\$ 450,00	
Pagamento Casa de apoio em Jericoacoara		R\$ 750,00	
Pagamento vendedor e atendimento e suporte ao cliente		R\$ 1.212,00	
Comissão de venda		R\$ 1.742,50	
Pagamento funcionário logística e sistema de controle		R\$ 2.550,00	
Provisão mensal férias e 13°		R\$ 2.324,10	
Pagamento ajuda de custo ao motorista prestadores de serviço sem veículo (valor para os 3)		R\$ 600,00	
Pagamento Marketing		R\$ 750,00	
Pagamento combustível			R\$ 16.800,00
Anuncio Google			R\$ 3.900,00
Pagamento Cooperativa			R\$ 684,90
Pagamento motorista terceirizado veículo Jeri Receptivo 4c4			R\$ 5.250,00
Pagamento manutenção dos veículos Jeri Receptivo 4x4 (troca de óleo)			R\$ 7.620,00
Pagamento terceirizado veículo próprio			R\$ 8.950,00
Pagamento passeio terceirizado buggy			R\$ 8.400,00
Pagamento passeio terceirizado quadriciclo			R\$ 800,00
Pagamento terceirizado passeio jardineira			R\$ 1.100,00

TOTAL	R\$ 76.200,00	R\$ 10.378,60	R\$ 53.504,90
RESULTADO OPERACIONAL DO PERÍODO	R\$ 12.316,50		

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Conforme a tabela acima que foi coletada junto aos donos da agência podemos identificar que: A agência teve de faturamento no mês analisado o valor de R\$ 76.200,00 sendo esses tanto de serviços já efetuados como dos adiantamentos de reservas futuras, observou-se que a agência teve as seguintes despesas que incorreram no mês o valor R\$ 10.378,60 sendo elas com a casa de apoio em Jericoacoara onde os motoristas que residem em Fortaleza ficam durante sua permanência na vila, estacionamento de fortaleza onde param os veículos para embarque e desembarque dos turistas, o marketing que auxilia agência com o suporte e monitoramento aos anúncios no Google e a ajuda de custo dada aos motoristas terceirizado que prestam o serviço no veículo da agência.

Identificou-se também os custos com combustível que decorrem da quantidade de serviços prestador, pagamento a motoristas terceirizado tanto com veículo próprio quanto os que realizam o serviço no veículo da agência, pagamento prestadores de serviços de passeios, pagamento dos anúncios do google que são custos necessários para que a agência venda seus serviços, custos coma cooperativa que é necessário para que os veículos circulem em Jericoacoara, totalizando o valor de R\$ 53.504,90.

#### **4.5 Proposta de Ferramenta de Controle voltada a Formação do preço, venda, custo e despesa.**

Conforme a Análise feita com base nos dados coletados na entrevista junto aos donos da Agencia, identificou-se que a Agencia tem um sistema em que lança suas reservas onde também pode fazer todo o seu controle de custo, porem o sistema não é alimentado corretamente dificultando o controle dos custo, receita e despesas.

Observou-se que os donos da agência conseguiam identificar parcialmente quais são seus custos, apenas o que é necessário pra a realização dos serviços como gasto com funcionários, prestadores de serviço, combustível e manutenção dos veículos próprios, porem eles não tinham ideia da quantidade de produtos que tinham e que cada trecho era um produto diferente.

Eventualmente não foi constatado nem um controle sobre outros custos, como a depreciação do ativo imobilizado. Com isso, observa-se que não há controle de gestão de custo, o que torna inviável a análise do custo unitário do serviço prestado.

A medida que iniciou a entrevista percebe-se que os donos não tinham o controle detalhado dos custos para identificar a margem de contribuição e formar o preço de venda, é que não sabiam se seria mais viável terceiriza, após a análise e organização das planilhas dos serviços e custos verifica-se que seria mais viável ter o aumento da frota ao invés de terceirizar o serviço.

A taxa média de reservas está em torno de 80% das disponibilidades, levando em consideração a alta temporada Os valores dos serviços prestados pela agência

variam de acordo com as temporadas sendo elas altas e baixas, variam também em feriados e datas tidas como comemorativas. Além disso existem pacotes e descontos para clientes que fecham transfer e passeios. Os métodos utilizados para a formação do preço do serviço, obtivemos relatos através do administrador da agência, que se baseia tão somente nos preços praticados pela concorrência.

O método de formação de preços proposto para a agência por ela formar o preço de venda apenas pelo praticado no mercado, seria a estratégia mista de custos, concorrentes e mercado (Lunkes, 2009). Por meio da análise dos custos e do resultado do ano anterior, estabelece-se o custo unitário esperado (por viagem) e acrescenta-se a este uma margem de lucro desejada, método de formação de preço baseada no custo denominada de mark-up (Martins, 2010). Esse preço seria uma referência sujeita a reajustes, dependendo das condições de mercado, preço praticado por concorrentes e negociação específica com os clientes.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como objetivo geral analisar a gestão de custo na agência de turismo receptivo de pequeno porte, Jeri Receptivo 4x4 que atua no município de Jericoacoara-CE. Foram coletadas informações de serviços ofertados, custos e despesas do serviço.

Os custos mais relevantes identificados na prestação dos serviços vendidos foram com combustível que representa 22% do custo dos serviços prestados em veículos da própria empresa, custos com os motoristas terceirizados com veículo da empresa 7%, custos com prestadores de serviço de passeio e motorista terceirizados com veículos próprios totalizam 27% e custos com manutenção dos veículos próprios somam 10%. Geralmente a manutenção dos veículos como troca de óleo, parte relacionado a freios e suspensão devido aos caminhossão relevantes e feitos por semana para os veículos da empresa.

Inicialmente observou-se que a empresa não tinha controle da quantidade de serviços que prestava, quanto produto de venda, indicando deficiência em controle. Após a entrevista a empresa foi estimulada a detalhar as possibilidades de serviços a serem prestados e seus respectivos custos.

Após a identificação da cartela de serviços prestados pela empresa em formato de controle e a identificação de seus custos, os gestores observam os serviços que mais apresentam rendimentos e os que menos apresentam rendimentos,

já sinalizando que serviços que serão estimulados e compras de novos carros para passeios.

Conclui-se que a empresa não tinha uma gestão de custos, apresentando dificuldades inicialmente em detalhar os serviços e produtos que são negociados e conseqüentemente dificuldade em detalhar os custos, durante o processo de pesquisa observou-se uma melhor organização e identificação do serviço prestados pela a empresa que destaca a relevância de uma gestão e controle de custos para empresa de turismo receptivo.

Com isso, sugerimos que seja feita uma gestão de custo detalhada com alimentação das planilhas e sistema para melhor controle e para que seja feita uma formação do preço adequada não somente levando em consideração o valor de mercado e sim a gestão de todos os custos. Por fim, sugerimos que seja feito a aumento da frota pois após a pesquisa podemos identificar que é mais viável aumento da frota do que a terceirização dos serviços.

## REFERÊNCIAS

- Martins, E. (2010). **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas. Megliorini, E.(2012) *Custos: Análise e Gestão*. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall
- PAZINI, Raquel; BRAGA, Débora Cordeiro; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. **A importância do guia de turismo na experiência turística: da teoria à prática das agências de receptivo de Curitiba-PR**. Caderno Virtual de Turismo, v. 17, n. 2, 2017.
- PANAZZOLO, Flavia de Brito. **TURISMO DE MASSA: UM BREVE RESGATE HISTÓRICO E A SUA IMPORTÂNCIA NO CONTEXTO ATUAL**, 2002.
- MARTINEZ, Daniela Rollemberg Lopez. **Ambientalização curricular dos cursos profissionalizantes do turismo receptivo em Sergipe**. 2020.
- OLIVEIRA, Ana Maria Diniz de. **Turismo no centro histórico de Natal-RN: o olhar de agências de turismo receptivo**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2019.
- SOARES, José Cesanildo Dos Santos; BRANDÃO, Isac de Freitas. **Gestão de custos em empreendimentos hoteleiros: um estudo de caso em um hotel de pequeno porte de Baturité-CE**. In: Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. 2021.
- BERTO, Dalvio Jose; BEULKE, Rolando. **Gestão de custos**. 3. ed. Editora Saraiva, 2013.
- BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: Teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- BRUNI, Adriano Leal. **A administração de custos, preços e lucros com aplicações na calculadora HP 12c e Excel**. São Paulo: Atlas, 2006
- REJOWSKI, Mirian. **Turismo no Percurso do Tempo**. São Paulo. Ed. Aleph, 2002.
- CANDIOTO, M. **Agências de Turismo no Brasil: Embarque imediato pelo portão dos desafios**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FRANCISCO, Valter Pereira Filho. **Gestão de Custos**, 1ª ed. Contentus: Curitiba, 2020.

RABAHY, Wilson Abrahão. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo-RBTUR**, São Paulo, 14 (1), p. 1 - 13, jan./abr. 2019.

Disponível: <<http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>>. Acesso: 06/03/2022.

SILVA, Francielly Karine; MARTINS, Vinicius Abilio. A utilização da contabilidade gerencial no ramo hoteleiro no município de Foz do Iguaçu-PR. **Rev. Elet. Ciências da Administração e Turismo**, v.2, n. 2, p. 40-54, Jul-Dez, 2017.

VIGNATI, Federico. **Gestão de destinos turísticos**. Senac: Rio de Janeiro, 2008.

JUNG, Patricia; DALL'AGNOL, Roberto M. **Formação de Preços em Hotelaria: Estudo de Caso**. Turismo-Visão e Ação, v. 18, n. 1, p. 106-133, 2016.

SANTOS, Marivan Tavares dos. **Fundamentos de turismo e hospitalidade**. 2016.

D'AGOSTINI, Fernanda Figueiredo; ABASCAL, Eunice Helena Sguizzardi. **Turismo edesenvolvimento local**. IV Colóquio Brasil-Portugal, 2016.

SOARES, Luiz Augusto Severo. **Turismo e globalização: algumas perspectivas**. Revistalbero Americana de Estratégia, v.6, n. 1, p. 63-70, 2007.

AGUIAR, Milena Vasconcelos de. **Turismo: alguns aspectos para Região Nordeste e Ceará**. 2016.

SANTOS, Cilmara Domingues; DE SOUZA, Luiz Fernando dos. **A IMPORTÂNCIA DA QUALIFICAÇÃO PARA O TURISMO RECEPTIVO**. v.15, p.04-18.

[http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/1.-A-IMPORTANCIA-DA-QUALIFICAÇÃO-PARA-O-TURISMO-RECEPTIVO. pdf](http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/1.-A-IMPORTANCIA-DA-QUALIFICACAO-PARA-O-TURISMO-RECEPTIVO.pdf)  
Acesso: 06/03/2022.

Organização Mundial de Turismo (OMT). **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

