

CENTRO PAULA SOUZA
Etec PROFESSOR ALFREDO DE BARROS SANTOS
TÉCNICO EM TURISMO RECEPTIVO – CLASSE
DESCENTRALIZADA DE CUNHA/SP

CONSCIENTIZAÇÃO DA POPULAÇÃO DE CUNHA/SP PARA O
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DA CIDADE

Andreia Aparecida dos Santos Moraes¹

Ernestina Barbara da Cruz²

Mara Elizangela de Macedo³

Tamires de Macedo⁴

Alvaro Bubola Possato⁵

RESUMO

O artigo em questão discute a falta de conscientização da população local em relação à importância do turismo para a economia e o desenvolvimento da cidade. O objetivo deste levantamento de dados é analisar as influências e os impactos do turismo sobre a população de Cunha. O artigo analisou os impactos do turismo em Cunha-SP, utilizando um questionário online e uma entrevista presencial. As perguntas abordaram temas como participação em eventos, cursos de capacitação, valorização da cultura e do meio ambiente, qualidade dos serviços turísticos e conhecimento dos atrativos da cidade. Como resultado obtido percebeu-se que tanto os entrevistados quanto os visitantes concordam que a capacitação é fundamental para melhorar a experiência turística na cidade, contribuindo para a valorização da cultura local e a geração de empregos. Além disso, ressalta a necessidade de um planejamento turístico mais engajado e inclusivo, visando não apenas atrair mais turistas, mas também envolver uma parcela maior da comunidade local. A abordagem sustentável e responsável do turismo é destacada como

¹ Aluna do curso técnico em Turismo Receptivo da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

² Aluna do curso técnico em Turismo Receptivo da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

³ Aluna do curso técnico em Turismo Receptivo da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

⁴ Aluna do curso técnico em Turismo Receptivo da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

⁵ Professor orientador do curso técnico em Turismo Receptivo da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

essencial para garantir a preservação dos recursos e das partes envolvidas. No geral, o texto defende que somente com a conscientização e participação ativa da população será possível construir um turismo equilibrado e que traga benefícios tanto para os visitantes quanto para a comunidade local.

Palavras-chave: hospitalidade, turismo receptivo, empreendedorismo, capacitação, governança, conscientização.

ABSTRACT

The article in question discusses the lack of awareness of the local population regarding the importance of tourism for the economy and the development of the city. The objective of this data collection is to analyze the influences and impacts of tourism on the population of Cunha. The article analyzed the impacts of tourism in Cunha-SP, using an online questionnaire and a face-to-face interview. The questions addressed topics such as participation in events, training courses, appreciation of culture and the environment, quality of tourist services, and knowledge of the city's attractions. As a result obtained, it was perceived that both the interviewees and the visitors agree that training is essential to improve the tourist experience the city, contributing to the appreciation of local culture and the generation of jobs. Furthermore, it highlights the need for a more engaged and inclusive tourism planning, aiming not only to attract more tourists, but also to involve a larger portion of the local community. The sustainable and responsible approach to tourism is highlighted as essential to ensure the preservation of resources and the parties involved. Overall, the text argues that only with the awareness and active participation of the population will it be possible to build a balanced tourism that brings benefits to both visitors and the local community.

Keywords: hospitality, inbound tourism, entrepreneurship, training, governance, awareness.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento do turismo em Cunha-SP é essencial para impulsionar a economia local e gerar empregos, renda e valorização dos atrativos turísticos da região. No entanto, é necessário conscientizar tanto os moradores quanto os visitantes sobre a importância desse setor para o crescimento econômico e cultural da cidade. Além disso, é essencial investir em capacitação profissional para aqueles que desejam trabalhar no setor, assim garantindo um serviço de qualidade.

O profissional capacitado desempenha um papel crucial no avanço sustentável da indústria do turismo. Conforme apontado por Ritchie e Crouch (2003), investir na educação e treinamento dos profissionais do setor é vital para promover práticas responsáveis e sustentáveis, assegurando um equilíbrio entre desenvolvimento econômico, social e ambiental. Além disso, indivíduos qualificados estão mais aptos a lidar com os desafios emergentes e as transformações no cenário globalizado, contribuindo para a inovação e a competitividade do setor, como destacado por Pikkemaat & Schuckert (2015).

É inevitável discutir o tema sem considerar os efeitos da atividade turística, que podem ser tanto positivos quanto negativos. Sempre haverá impactos no local. Theobald (2002, p. 81) destaca a importância de avaliar esses impactos.

Ao longo de toda história registrada, de certa forma o Turismo teve um impacto sobre tudo e todos os que estiveram em contato com ele. Num plano ideal, esses impactos deveriam ter sido positivos, no tocante aos benefícios obtidos tanto pelas áreas de destino quanto por seus residentes. Esses impactos positivos significariam para o local resultados tais como melhorias nas condições econômicas, uma promoção social e cultural e a proteção dos recursos ambientais. Teoricamente, os benefícios do Turismo deveriam produzir ganhos muito superiores aos seus custos. (THEOBALD 2002, P. 81)

Com isso, o objetivo deste levantamento de dados é analisar as influências e os impactos do turismo sobre a população de Cunha, dispondo-se a entender de que forma a atividade turística pode beneficiar a comunidade local e promover um desenvolvimento sustentável na região.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 HOSPITALIDADE E TURISMO

Para um desenvolvimento sustentável e estruturado é preciso inicialmente conscientizar não só os turistas, ou os profissionais da área mais principalmente toda população e comunidade local. Sob o ponto do autor Baptista (2003), que define:

[...]“a hospitalidade como um modo privilegiado de encontro interpessoal marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro.[...]”e necessário que está atitude de acolhimento e cortesia, seja a todo próximo, seja vizinho, colega de trabalho ou um desconhecido.”(BATISTA ,2003, p.161)

Transmitindo estas informações com a importâncias e os benefícios econômicos que o turismo pode trazer para sua cidade, como geração de empregos e renda para as famílias além de mostrar a cultura e as história daquele local para o mundo afora.

Essa conscientização deve ocorrer por meio de campanhas de educação nas escolas, universidades, mídias sociais, rádio tudo isso juntamente com setor público, que deve abranger e apoiar essa causa que será um bem para todos.

Por meio da hospitalidade que é o fundamental para qualquer movimento turístico como meio de oferecer um bom acolhimento e boas-vindas a quem precisa. Segundo Finley (1965):[...] "O Mundo de Ulisses nos explica, didaticamente, o surgimento da hospitalidade. Para ele, nos tempos primitivos, o homem vivia em estado de luta permanente, de guerra de morte contra o estrangeiro. (Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial, IBHE.)

As experiências turísticas já são uma realidade totalmente crescente onde sua expansão de conhecimento, beleza, lazer e aventura se unem num só contexto. A busca pelo conhecimento pelas riquezas nas histórias de cada lugar faz com que o mundo do turismo cresça mais e mais, numa proporção totalmente magnífica e rica em detalhe.

Esse mundo oferece muito aos turistas, mas também tem que oferecer aos que estão ao seu redor a mesma importância e conscientização em conhecer, preservar e ainda mais a valorização desse prazer imenso.

A população deve estar integrada ao planejamento turístico da cidade através desses caminhos ela interage e fica ciente do que sua cidade oferece.

Na questão divulgação turística faz necessário utilizar os meios de comunicação social de forma integrada, conduzindo campanhas que alertem os cidadãos para responsabilidade cívica relativa ao turismo fazer com que tanto os turistas como a população possam usufruir igualmente esses patrimônios particulares ou de poder público.

2.2 TURISMO RECEPTIVO E EMPREENDEDORISMO

O Turismo receptivo está diretamente relacionado ao setor de serviço, onde seus produtos são consumidos simultaneamente com sua produção. Isso requer altos padrões de qualidade para atender e superar as expectativas dos consumidores.

A atividade turística é formada por dois eixos centrais: o turismo emissivo, onde as pessoas viajam para fora de seu país de origem, e o turismo receptivo, onde as pessoas viajam para dentro de seu país de origem. Na concepção de Astorino (2008) e Pazini et al (2014), são aquele que têm como função a recepção do turista quando este chega ao destino, devendo acompanhá-lo e oferecer-lhe produtos serviços que maximizem sua experiência e vivência na localidade escolhida para se desfrutar momentos de lazer.

As atividades do setor de turismo vêm crescendo de maneira extremamente rápida e constante em todo o mundo gerando e garantindo um avanço econômico social e cultural nas regiões permitindo assim uma expansão no mercado de trabalho nessa área direto e indireto. Um serviço que acontece no lugar que se está visitando, especializado em receber visitantes ou seja a lazer ou a negócios e poder atender suas necessidades.

Nos últimos anos o setor do turismo tem sido impulsionado graças ao elevado número de pessoas que viajam pelo mundo. Esse crescimento acarreta diversos benefícios a comunidade se feito de forma consciente e sustentável. Uma questão que é importante destacar nesse contexto é a conscientização da população em relação ao turismo, visto que ele promove o desenvolvimento da comunidade.

O turismo movimenta a economia local viabilizando a geração de oportunidades e empregos, proporcionando a comunidade uma melhor qualidade de vida. O empreendedorismo está conectado ao turismo, já que através das oportunidades o indivíduo adquire a capacidade de construir seu próprio futuro, utilizando-se de recursos disponíveis para solucionar eventuais problemas, desenvolvendo e movimentando a economia.

O comportamento empreendedor muda cenários, transforma velhos conceitos, promove a mudança, ousadia, criatividade em sintonia com o conhecimento e talento é um passo importante para o sucesso. " O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade " (Dolabela, 2010, p. 25). Empreendedorismo segundo Schumpeter (1988), é um processo de " destruição criativa", através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos. Para Barreto (1998, p. 190) "empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada". É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la.

2.3 TURISMO SUSTENTAVEL

O turismo sustentável é uma prática que busca garantir a preservação dos recursos naturais, culturais e socioeconômicos das comunidades locais, promovendo o desenvolvimento econômico de forma equilibrada e respeitando o meio ambiente. Como destaca Epler Wood (2008),[...]“o turismo sustentável é fundamental para garantir a sustentabilidade dos destinos turísticos a longo prazo”. (Epler Wood,2008, p.24)

Portanto, o turismo sustentável engloba várias iniciativas, tais como redução do consumo de recursos naturais, respeito a cultura e aos costumes locais, incentivo a economia e desenvolvimento da comunidade, a preservação dos ecossistemas incentivando o turismo responsável. Segundo Coccossis e Mexa (2016),

[..]“o turismo sustentável é uma abordagem holística que visa garantir a conservação da diversidade cultura e natural, promovendo a participação ativa das comunidades locais na gestão dos destinos turísticos”. (Coccossis e Mexa,2016, p.47)

A sustentabilidade tenta aliar economia, sociedade e o meio ambiente, de forma a ser possível gerar renda, proteger a natureza e, ao mesmo tempo, fazer bom uso da força humana.

No turismo sustentável, o visitante, além de ter o merecido descanso, deve estar disposto a realmente conhecer o local escolhido. Fazer trilhas que só os nativos conhecem, provar culinária regional, e é claro, buscar saber sobre as histórias do povo. São apenas alguns exemplos do que o turismo sustentável fornece. Sendo também importante para evitar o

desgaste do meio ambiente, incentivar o desenvolvimento de pequenas comunidades e conscientizar visitantes do mundo todo.

2.4 GOVERNANÇA E CAPACITAÇÃO

A governança pode ser definida como o sistema de regras, processos e comportamentos que guiam, controlam e monitoram o funcionamento de uma organização.

De acordo com Schuster e Brink, [...] "à governança é fundamental para a tomada de decisões e para a correta execução das estratégias organizacionais" (SCHUSTER; BRINK, 2017, p. 45).

A importância da governança é amplamente discutida na literatura, sendo considerada como um elemento crucial para o sucesso e a sustentabilidade das organizações.

Segundo Oliveira (2015):

[...] "à governança eficaz permite o alinhamento entre os interesses dos acionistas, da gestão e dos demais stakeholders da organização, garantindo transparência, responsabilidade e ética nos processos de tomada de decisões". (OLIVEIRA, 2015, p. 30).

Além disso, a governança também está diretamente relacionada à gestão de riscos e à conformidade com as leis e regulamentações, garantindo a segurança e a legalidade das atividades organizacionais (CAVALCANTE, 2018).

Portanto, a governança se mostra como um conceito fundamental para o bom funcionamento e a longevidade das organizações, influenciando diretamente a sua capacidade de adaptar-se e de obter sucesso em um ambiente de negócios cada vez mais complexo e desafiador.

Sendo um dos desafios o processo permanente e deliberado de aprendizagem, com o propósito de contribuir para o desenvolvimento de competências institucionais por meio do desenvolvimento de competências individuais.

Capacitar é desenvolver e ampliar habilidades e conhecimentos.

Segundo Chiavenato (2009):

[...] é um processo educacional de curto prazo, aplicado de maneira sistemática e organizada por isso para que o treinamento possa levar ao desenvolvimento organizacional, é necessário que o planejamento deste seja bem elaborado garantindo o alcance dos objetivos a que se destina, de forma eficaz. (CHIAVENATO, 2009, p. 512)

A turismóloga Marcela Sood (2019) concluiu que a capacitação é algo muito importante em todos os setores do turismo.

"A capacitação é um elemento fundamental em todos os setores do turismo, pois contribui para a melhoria da qualidade dos serviços prestados e para valorização dos profissionais envolvidos". (SOOD, 2019, p. 100)

O quanto antes, precisamos entender a importância e valor agregado à busca constante por conhecimento, qualificado e atualização do conhecimento que segundo Chiavenato (2009): "gera desenvolvimento de habilidades, atitudes e comportamentos e, sobretudo, contribui com a construção de competências individuais".

2.5 CONSCIENTIZAÇÃO

A conscientização pode ser entendida como um processo de tomada de consciência acerca de determinados aspectos, seja em relação a si mesmo, aos outros ou ao mundo ao redor.

De acordo com Freire, [...] "a conscientização é um ato cognitivo, crítico e reflexivo que leva o sujeito a compreender a realidade e a agir de forma consciente e transformadora" (FREIRE, 1970, p. 23).

Existem diversas maneiras de promover a conscientização, sendo uma delas a educação e a disseminação de informação. Segundo Harro, [...] "a conscientização pode ser alcançada por meio da educação formal, da educação não formal, do diálogo e da troca de conhecimentos e experiências" (HARRO, 1988, p. 45).

Além disso, a arte, a cultura e a mídia também desempenham um papel importante na conscientização, ao sensibilizar as pessoas para questões sociais, políticas e ambientais (WEISS, 2001).

Outra forma de promover a conscientização é por meio do ativismo e da participação cívica. O engajamento em movimentos sociais, ações voluntárias e campanhas de conscientização contribuem para despertar a atenção das pessoas para determinadas questões e estimulam a reflexão e a ação coletiva (KLANDERMANS, 2002).

A conscientização das comunidades para o turismo é importante para garantir a sustentabilidade e o desenvolvimento equilibrado da região. Quando a comunidade local está ciente de sua importância dentro do setor turístico, eles se tornam mais engajados e colaborativos, contribuindo e preservando suas culturas tradições e até o meio ambiente da região.

Isso também ajuda a minimizar os impactos negativos do turismo, como a degradação ambiental, a descaracterização da cultura local e a exploração desenfreada dos recursos naturais.

Portanto, a conscientização pode ocorrer por meio de diferentes abordagens, com base na disseminação de informação, na educação, na arte, na mídia e no engajamento cívico, visando promover uma compreensão crítica e reflexiva que leve a transformações individuais e coletivas

2.6 METODOLOGIA

Com intuito de conhecer a problemática sobre a área de estudo foi realizada uma pesquisa descritiva, quem Segundo Gil, “envolve o uso de técnicas padronizadas de coletas de dados: o questionário e observação sistemática”.(Gil,2015, p.52)

Esse estudo tem por finalidade realizar uma pesquisa de natureza aplicada, uma vez que gera conhecimento, sobre a importância de capacitação de moradores da cidade afim de conscientizar o maior número de pessoas sobre qual é a importância do turismo crescente na cidade.

Utilizando assim uma pesquisa quantitativa estruturada composta de 9 questões, que foi aplicada em turistas e moradores por meio do Google Forms e divulgada pelas redes sociais. Sendo abordados temas como a participação em eventos, cursos para capacitação, valorização da cultura patrimonial e ambiental, qualidades de serviços prestados pelo setor turístico, e conhecimento quanto aos atrativos turísticos da cidade. Também houve a aplicação de um questionário semiestruturado e caráter quantitativo onde foi feito uma entrevista com uma representante do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) local. Foram feitas as mesmas perguntas do questionário estruturado contudo focando nas estratégias usadas pela instituição, os desafios enfrentados, e os resultados obtidos, assim como possíveis sugestões para melhoria do turismo local.

3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A população da cidade de Cunha (SP) chegou a 22.110 pessoas no Censo de 2022, o que representa um aumento de 1,12% em comparação com o Censo de 2010. Os resultados foram divulgados em fevereiro de 2024, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Os dados do Censo também revelam que a população do Brasil é de 203.062.512, um aumento de 6,45% em relação ao Censo de 2010. No estado de São Paulo, a população é de 44.420.459, o que representa um aumento de 7,65% quando comparado ao Censo anterior.

No ranking de população dos municípios, Cunha está:

na 239ª colocação no estado;

na 497ª colocação na região Sudeste;

e na 1.559ª colocação no Brasil.

A pesquisa do IBGE também aponta que a cidade em Cunha tem uma densidade demográfica de 15,71 habitantes por km² e uma média de 2,57 moradores por residência.

O turismo da região se dá por sua paisagem interiorana, morros, clima, O Lavandário e por sua grande produção de cerâmica artística, sendo um dos maiores produtores da América Latina; dessa forma, é considerada a "Capital da Cerâmica”

Figura 1 : O Lavandário

Figura 2: Pedra da Macela



Fonte : Próprios autores 2024



Fonte : Próprios autores 2024

A Estância Climática de Cunha é um destino que sabe encantar todos que a visitam. Dos campos de lavanda ao pico da Pedra da Macela, a cidade está sempre aberta para quem deseja apreciar a natureza exuberante, a vasta bagagem histórica e a essência caipira que compõe o seu cotidiano. No meio da Serra do Mar, Serra da Bocaina e da Serra da Quebra-Cangalha, com mais de 1400 Km² entre colinas e serras, Cunha é um dos principais destinos da Estrada Real. A cidade é uma excelente parada para caminhantes, ciclistas e para quem gosta de se aventurar em atividades ecoturísticas. Os diversos festivais regionais, festas religiosas e a rica gastronomia evidenciam o calendário turístico e cultural, repleto de oportunidades para experienciar momentos que vão ficar na memória dos visitantes.

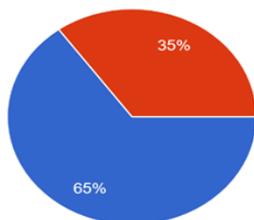
Dentro deste contexto a análise dos resultados da pesquisa sobre a capacitação e conscientização do turismo revelou uma série de insights importantes que contribui para a compreensão do impacto dessas práticas no setor turístico a seguir destacaremos os principais resultados encontrados nessa pesquisa.

O gráfico 1 demonstra um comparativo entre moradores e turistas sobre a participação deles em eventos que acontecem durante o ano na cidade. Dando a entender que a grande maioria participa efetivamente da maior parte de eventos que ocorrem na cidade.

Gráfico 1: Participação em eventos na cidade

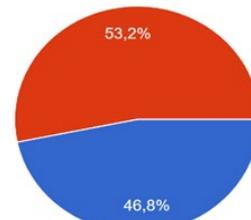
202 respostas

Moradores



62 respostas

Turistas



● SIM
● NÃO

Fonte: Próprios autores 2024

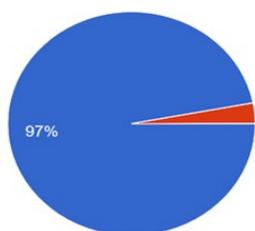
O gráfico 2 demonstra uma grande aceitação e valorização da conscientização local para o turismo como ferramenta de desenvolvimento da cidade. Tanto moradores quanto turistas mostram-se favoráveis a essa iniciativa, com alta porcentagem de concordância. Isso evidencia

a importância de investir em ações de capacitação e conscientização para promover o turismo de maneira sustentável e benéfica para a comunidade local.

Gráfico 2: Conscientização local e sua importância para o desenvolvimento turístico da cidade.

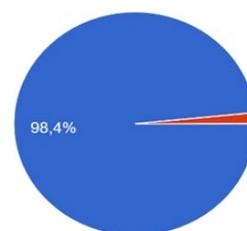
201 respostas

Moradores



62 respostas

Turistas



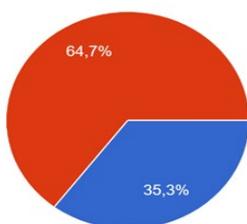
Fonte: Próprios autores 2024

O gráfico 3 demonstra que a maioria dos entrevistados não acreditam que a cidade ofereça oportunidades de capacitação para os moradores trabalharem no setor turístico. Assim dificultando essa conscientização para todos.

Gráfico 3: Oportunidade de capacitação para quem deseja trabalhar no setor turístico.

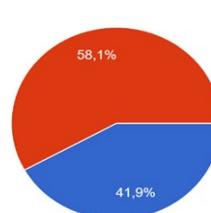
201 respostas

Moradores



62 respostas

Turistas



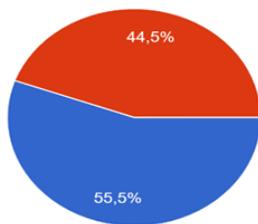
Fonte: Próprios autores 2024

O gráfico 4 demonstra que a maioria dos moradores da cidade estariam dispostos a participar de capacitações relacionadas ao turismo, enquanto a maioria dos turistas não se mostram interessados. Isso destaca a importância de estratégias específicas para cada público-alvo na promoção de atividades de capacitação turística na região.

Gráfico 4: Participação de programas de capacitação relacionados ao turismo da cidade.

200 respostas

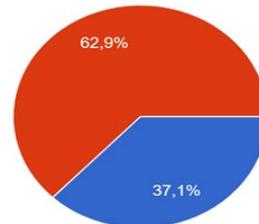
Moradores



● SIM
● NÃO

62 respostas

Turistas



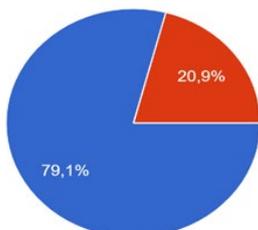
Fonte: Próprios autores 2024.

No gráfico 5 pode se observar que tanto a população local quanto aos turistas entrevistados conhece ou já visitou algum ponto turístico da cidade, indicando um bom nível de conhecimento por ambas as partes. No entanto uma parcela significativa não conhece esses atrativos, sugerindo a necessidade de melhorias quanto a informações turísticas e valorização desses lugares onde possa aumentar esse interesse em conhecer mais a cidade.

Gráfico 5: Conhecimento sobre os pontos turísticos da cidade.

201 respostas

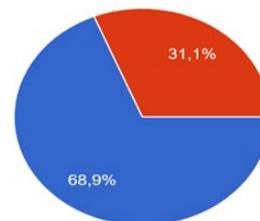
Moradores



● SIM
● NÃO

61 respostas

Turistas



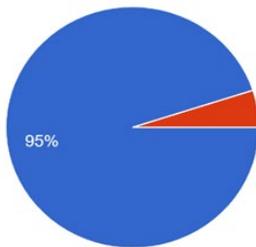
Fonte: Próprios autores 2024.

O gráfico 6 revela que tanto os moradores quanto os turistas estão conscientes da importância dessa capacitação. Acreditando na eficácia de serem realizados oficinas e cursos para maior qualificação da comunidade. E que essa iniciativa contribui não apenas para a experiência dos turistas, mas também para a valorização da cultura e dos serviços locais, o que promove o desenvolvimento econômico e social da cidade.

Gráfico 6: Se é viável a realização de oficinas e cursos de capacitação para moradores sobre como receber e interagir com turistas.

201 respostas

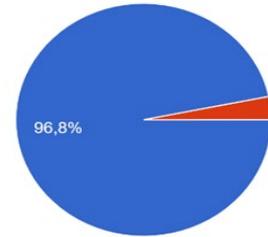
Moradores



● SIM
● NÃO

62 respostas

Turistas



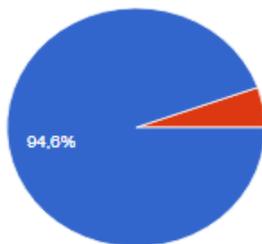
Fonte: Próprios autores 2024.

O gráfico 7 demonstra que a grande maioria de ambas as partes concordam que a divulgação de informações sobre a importância do turismo para a comunidade poderia ajudar conscientizar os moradores, bem assim também o turista que está vindo aqui conhecer.

Gráfico 7: A divulgação sobre a importância de o turismo o de ajudar conscientizar os moradores locais.

201 respostas

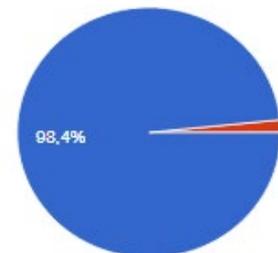
Moradores



● SIM
● NÃO

62 respostas

Turistas



Fonte: Próprios autores 2024.

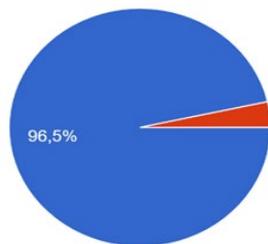
O gráfico 8 evidencia que a conscientização e a capacitação são eficazes na preservação do patrimônio cultural e ambiental da cidade, com altos percentuais de aceitação. Sugerindo então que iniciativas de educação e divulgação podem contribuir significativamente para a valorização e conservação desses recursos.

Gráfico 8: A conscientização e capacitação podem contribuir para preservação de patrimônios culturais e ambientais da cidade.

201 respostas

61 resposta

Moradores



Turistas



● SIM
● NÃO

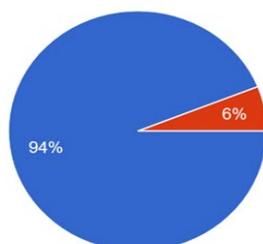
Fonte: Próprios autores 2024.

O gráfico 9 indica que a maioria das pessoas concordam que os turistas estão mais dispostos a visitar locais onde a população local está consciente e envolvida com o turismo. Sugerindo que a participação e o engajamento da comunidade local podem influenciar positivamente a atratividade turística dos destinos, promovendo uma experiência mais enriquecedora e sustentável para os visitantes.

Gráfico 9: Os turistas estão mais dispostos a visitar locais onde a população está mais consciente e envolvida com o turismo.

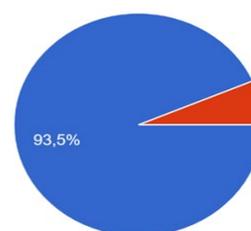
203 respostas

Moradores



62 respostas

Turistas



● SIM
● NÃO

Fonte: Próprios autores 2024.

Segundo pesquisa realizada junto a representante do SEBRAE, existe a dificuldade em atrair os moradores da cidade para participar de cursos de capacitação na área do turismo. Apontando falta de interesse por parte dos moradores, que muitas vezes não dedicam tempo para participar das capacitações oferecidas, mesmo com a divulgação em várias plataformas.

Além disso, destaca a importância do conhecimento da população local sobre o turismo e como isso pode impactar a visita dos turistas. Ressaltando que os turistas estão mais propensos a visitar locais onde a população local está envolvida e consciente do turismo.

Enfatizando a importância da capacitação dos empreendedores da cidade e de seus funcionários para melhorar o atendimento aos turistas. No entanto, é apontado a dificuldade em levar capacitação para essas pessoas devido à falta de substitutos quando estão no trabalho.

Por fim, a estratégia de conscientização da população local sobre as formas de capacitação passa pelo boca-a-boca e pela valorização da cultura e culinária locais, como forma

de atrair e satisfazer os turistas que visitam a cidade. Destacando a importância de os moradores estarem preparados para oferecer informações sobre a cidade e seus pontos turísticos.

4. CONCLUSÃO

Através dos resultados obtidos pode-se perceber que uma porcentagem maior de turistas participa dos eventos locais do que os moradores. Mas há alta concordância em relação a conscientização local e sua grande importância para benefício da comunidade local.

A maioria dos entrevistados não acreditam que a cidade oferece oportunidades de capacitação para os moradores trabalharem no setor turístico. Dificultando para que eles tenham conhecimento amplo nessa área que cresce gradativamente.

Boa parte dos moradores estão dispostos a se capacitarem na área do turismo, visto que os turistas somente querem permanecer no papel de visitante mesmo. Outra questão é quanto aos conhecimentos sobre os atrativos turísticos da cidade, uma boa parte dos moradores e visitantes chegam a conhecer os pontos turísticos, que fazem parte do roteiro, mas ainda tem uma porcentagem grande que nunca visitou tais pontos da sua própria cidade e não sabem sobre os benefícios que o turismo trás, para comunidade local em geral.

Os dois grupos concordaram que é viável a maior capacitação dos envolvidos na área turística, que essa iniciativa contribui para uma melhor experiência de quem vem para conhecer e desfrutar da cidade. Essa iniciativa contribui também para uma valorização da cultura local e de geração de empregos promovendo o desenvolvimento econômico e social da cidade.

Se faz importante mais divulgações de informações sobre a importância do turismo para a comunidade, para que eles se sintam envolvidos no desenvolvimento e entendam que essa evolução quanto ao crescimento é importante tanto para quem mora quanto para quem somente visita. Essa parceria permite um melhoramento consciente e uma maior inclusão dos residentes na construção do turismo em uma realidade local.

Essas iniciativas são eficazes para maior preservação do patrimônio cultural da cidade tal qual o ambiental que tem um papel importantíssimo para o turismo rural, tanto a capacitação quanto a conscientização contribuirão significativamente para a valorização e melhor conservação desses recursos que são abundantes na região.

Observou-se que em Cunha, a atividade turística não se mostra bem representada, tendo em vista que uma quantidade expressiva dos entrevistados não gostam da atividade turística tendo receio quanto à vinda de mais turistas.

O turismo precisa ser viável, sustentável e responsável no que se diz respeito a todos os seus recursos e partes envolvidas. Diante do que foi exposto, buscou-se abordar e analisar os impactos turísticos sobre a população local de Cunha tendo como base estudos já realizados em outros lugares.

Observa-se a necessidade de um planejamento turístico mais eficiente e engajado, que envolva tanto os órgãos públicos quanto a iniciativa privada, visando a promoção dos atrativos

turísticos da cidade e a criação de estratégias para atrair mais turistas de forma sustentável e responsável, preservando o meio ambiente e patrimônio cultural local.

5. REFERÊNCIAS

ASTORINO; C. Agências e serviços receptivos. In: BRAGA, D.C. **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BAPTISTA; M, R.. **Hospitalidade: um enfoque multidisciplinar**. São Paulo: SENAC, 2003.

BARRETO; L, P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas de Universidade Católica de Salvador, 1998.

CAVALCANTE; M, L. **Governança corporativa e gestão de riscos**. Disponível em: <<https://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/artigo/3611/governanca-corporativa-gestao-riscos>>. Acessado em 17/05/2024.

COCOSSIS; H, A. The Challenges of Tourism Sustainability. Oxford: **Goodfellow Publishers**, 2016.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**, Idalberto Chiavenato – 4 ed – Barueri, SP. Manole, 2014.

CUNHA (São Paulo) – Wikipédia, a enciclopédia livre (Wikipedia.org) <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Cunha_\(S%C3%A3o_Paulo\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cunha_(S%C3%A3o_Paulo))> ,Acessado em 15/05/2024.

CUNHA (SP) | Cidades e Estados | IBGE Cunha (SP) | Cidades e Estados | IBGE <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/cunha/panorama>> Acessado em 16/05/2024.

DOLABELA; F. **O ensino de empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Editora Conceitos.com (out,2012). **Conceito de Capacitação**. <https://conceitos.com/capacita%C3%A7%C3%A3o/>. São Paulo, Brasil.

EPLER; W, M. **Sustainable Tourism on a Finite Planet: Environmental Business and Policy Solutions**. San Rafael: Earthscan, 2018.

FINLEY; M, I.(Moses I.), **O Mundo de Ulisses**. Lisboa: Edições Presença, 1982.

FREIRE; P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

GIL; C, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

HARRO; B. **"The Cycle of Socialization: A Model for the Analysis of Political Socialization."**

IN: N. Howe et al., Eds. **Women and the Power to Change**. Toronto: Sumach Press, 1988, pp. 47-54.

KLANDERMANS; B. **"Grievance Formation and the Role of Social Protest."** The Sociological Quarterly, vol. 43, no. 1, 2002, pp. 53-71.

NASCIMENTO; M, S. Entenda a importância da capacitação profissional. **Educa Mais Brasil**, estado de Minas Gerais turismo postado em 03/09/2018.

OLIVEIRA; A. S. **Governança Corporativa e Estrutura de Capital: Evidências no Brasil**. 2015. 143 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

PAZINI, M.; SILVA, A.; SOUSA, B. O impacto da globalização na indústria brasileira. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 16, nº 48, p. 123-145, 2014.

PIKKEMAAT; B., & SCHUCKERT; M. **Destination Competitiveness, the Environment and Sustainability: Challenges and Cases**. CABI Publishing. 2015

RITCHIE, J. B., & CROUCH, G. I. **Um modelo de competitividade/sustentabilidade de destinos: perspectivas brasileiras**. Revista De Administração Pública, 44(5), 1049 a 1066. 2003.

SCHUMPETER; J,A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SCHUSTER; S., BRINK; K. **The Influence of Corporate Governance on Strategic Decision-Making in South African Family Businesses**. Acta Commerci, v. 17, n. 1, p. 1-21, 2017.

SOO; M. **Turismo: A Importância da Capacitação Profissional**. São Paulo: Editora Turismo, 2019.

THEOBALD; W, F. (org.). **Turismo Global**. 2. ed. Traduzido por: A. M. Capovilla; M. C. G. Cupertino; J. R. B. Penteadó. São Paulo: SENAC, 2002.

WEISS; R. **Culture Industry Reconsidered**. London: Sage Publications, 2001.