

## **SATISFAÇÃO DO PÚBLICO EM RELAÇÃO À PROGRAMAÇÃO NATALINA DE JALES DE 2021**

*PUBLIC SATISFACTION REGARDING THE 2021 JALES CHRISTMAS SCHEDULE*

**Ana P. Marques<sup>1</sup>, Thais N. Olímpio<sup>2</sup>, Adriana S. Colombo<sup>3</sup>,  
Marinalva S. T. Boldrin<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, ana.marques6@fatec.sp.gov.br

<sup>2</sup>Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, thais.olimpio@fatec.sp.gov.br

<sup>3</sup>Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, adriana.colombo@fatec.sp.gov.br

<sup>4</sup>Faculdade de Tecnologia Professor José Camargo – Fatec Jales, marinalva.boldrin@fatec.sp.gov.br

**Gestão e Negócios**

**Subárea: Gestão de Pessoas e Comportamento Organizacional**

### **RESUMO**

O presente artigo relata Jales/SP como palco de diversas atrações no período natalino que trouxe a população local e visitantes, além da cultura, esperança, alegria e luz, a partir da temática “Tempo de Esperança”. Essa tem por objetivo estabelecer um paradigma e o consequente desenvolvimento e planejamento dos próximos eventos. Os órgãos competentes da Prefeitura Municipal de Jales solicitaram à Faculdade de Tecnologia Prof. José Camargo – FATEC Jales, parceria para o desenvolvimento de pesquisa, para mensuração satisfação junto ao público com relação à programação do projeto. A metodologia utilizada durante as pesquisas foi o método da revisão bibliográfica, tendo como base pesquisas bibliográficas, documentais, sites na Internet, artigos e teses. Constatou-se que a programação de Natal do ano de 2021 em Jales recebeu uma avaliação positiva quando comparada aos anos anteriores, possuindo potencial de melhorar ainda mais para as próximas edições. Visando o fortalecimento do comércio local, sugere-se a melhoria nos serviços de atendimento.

Palavras-chave: natal; comércio; desenvolvimento econômico.

### **ABSTRACT**

*This article reports Jales/SP as the stage for several attractions at Christmas period that brought to the local population and visitors, in addition to culture, hope, joy and light, from the theme "Hope Time", which aims to establish a paradigm and the consequent development and planning of the next events, the competent bodies of the Municipality of Jales asked Prof. José Camargo – FATEC Jales College, partnership for the development of a research to measure satisfaction with the public regarding the project's programming. The used methodology during the research was the bibliographic review method, based on bibliographic and documental research, internet sites, articles and theses. It was found that the Christmas program for the year 2021 in Jales received a positive evaluation when compared to previous years, having the potential to improve even more for the next editions, aiming at the strengthening of local commerce, it is suggested to improve the services of attendance.*

*Keywords: christmas; business; economic development.*

### **1 INTRODUÇÃO**

Natal é tempo de luz, magia, amor e esperança. Conectados a essas sensações e sentimentos, a prefeitura Municipal de Jales/SP, por meio das secretarias de Desenvolvimento Econômico e Turismo e Esporte, Cultura e Juventude, trouxe para a cidade um novo cenário de festividades natalinas.

Em meio às turbulências vivenciadas pela pandemia, fazer de Jales/SP palco de diversas atrações no período natalino de 2021, trouxe a população local e visitantes, além da cultura a partir temática “Tempo de Esperança”, espetáculos que repercutiram em todos os setores da economia local, mas, principalmente, no do comércio.

A fim de estabelecer um paradigma e o conseqüente desenvolvimento e planejamento dos próximos eventos, faz-se necessário que o executor desempenhe atividades de mensuração e avaliação dos resultados do investimento dispensado nessa programação natalina.

Pautados nesse objetivo, os órgãos competentes da Prefeitura Municipal de Jales solicitaram à Faculdade de Tecnologia Prof. José Camargo – FATEC Jales, parceria para o desenvolvimento de pesquisa para mensuração satisfação junto ao público com relação à programação do projeto “Tempo de Esperança”. Os resultados serão apresentados no decorrer deste artigo.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

O turismo está diretamente associado com viagens, com visita a um lugar diferente da residência habitual das pessoas. Dessa forma, em termos históricos, o turismo teve início quando o homem, por vários fatores, passou a viajar motivado pelo comércio, cultura, esporte e lazer (IGNARRA, 2013). O desempenho do setor turístico está diretamente relacionado a renda dos indivíduos e sua distribuição, bem como a disponibilidade de tempo livre e outras comodidades proporcionadas pela evolução tecnológica, até mesmo nos meios de transporte, diminuindo a distância, o que implica em maior tempo livre para o lazer (RABAHY, 2003).

O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que traz consigo a movimento de pessoas. A relação do turismo com uma ampla variedade de atividades econômicas tem despertado o interesse em medir sua contribuição econômica, principalmente nos locais visitados, e em avaliar sua interdependência com outras atividades sociais e econômicas. Por esse motivo, vários países e organizações internacionais se envolveram no desenvolvimento de conceitos, estruturas, bancos de dados e técnicas para possibilitar essa medição (NAÇÕES UNIDAS, 2010, p. 1, tradução nossa).

O turismo é um eficiente meio para promover as informações de uma determinada região ou localidade, abrir novas perspectivas sociais, desenvolver a criatividade, além de promover o sentimento de liberdade pelos novos contatos culturais (BENNI, 2007 apud TOMAZZONI; MARSHNER; CAVALHEIRO, 2011). Os autores também destacam a importância dessas festividades que fortalecem o comércio regional e o turismo. Pode-se citar como exemplo a cidade de Gramado, no Rio Grande do Sul, que tem como programação natalina o evento “Natal Luz” que atrai milhares de pessoas todos os anos, chegando a receber cerca de novecentas mil pessoas na programação natalina em 2010. Movimentando hotéis, gastronomia e comércios locais, impulsionando cada vez mais o turismo nesta época do ano.

Conforme SESC (2011), a programação natalina proporciona uma mensagem de paz e harmonia para a comunidade e o comércio em geral, promovendo atividades recreativas e culturais para a população. A cultura desempenha um papel fundamental para o desenvolvimento local, por não limitar a dimensão econômica e ser capaz de construir e reconstruir uma identidade, elevar a autoestima individual e coletiva do ser humano (KNOPP, 2008 apud DORSA, 2011).

De acordo com Gastal et al. (2017), o evento “Sonho de Natal” acontece anualmente, desde 1988, em Canela, cidade turística do extremo sul do Brasil. Inicialmente, o objetivo dos organizadores era estimular o turismo nos meses de baixa estação (verão). Esse objetivo foi alcançado nas décadas seguintes, e atualmente, segundo a Secretaria de Turismo local, o “Sonho de Natal” é o evento mais importante do seu calendário anual, pois, de acordo com os dados,

em 2014 teria recebido cerca de 1,4 milhão de turistas durante a festividade (GASTAL et al., 2017).

A edição de Natal realizada em Manaus (AM) no ano de 2019 foi um marco para os artesões da cidade, oferecendo trabalho para mais de 500 pessoas, gerando economia e agregando valor aos produtos oferecidos por esses profissionais. A programação reuniu artistas, profissionais de construção civil e produção cultural para o planejamento e desenvolvimento do evento. Isso demonstra que as programações natalinas estão diretamente relacionadas com o trabalho informal da cidade, sendo uma ótima oportunidade para a geração de renda e divulgação desses produtos. (DANTAS, 2019 apud DUTRA; CONTI; SILVA FILHO, 2021).

Outro importante evento natalino é o chamado “Natal Imperial” da cidade de Petrópolis, no Rio de Janeiro, que atrai milhares de visitantes entre os meses de novembro a janeiro. De acordo com os dados da Prefeitura da cidade, o evento atraiu mais 330 mil pessoas e injetou R\$ 220 milhões na economia do município em 2017. Este evento cresceu muito ao decorrer dos anos e vem aumentando as atividades turísticas e comerciais do município, visando o favorecimento do turismo, interações e trocas econômicas (GUERRA, 2020).

### 3 METODOLOGIA

A definição de região de amostra consta a região comerciária de Jales/SP, localizada na área central do município, na Avenida Francisco Jalles, nas proximidades das ruas 8, 10 e 12.

A definição da população de amostra representa pessoas aleatórias que circulavam nas vias próximas (região comerciária do município de Jales/SP) dos eventos executados durante a programação do projeto natalino “Tempo de Esperança”.

Para a delimitação da população de amostra a ser pesquisada, fez-se uso da Tabela de H. Arkin e R. Coltonem Tables for Statisticians, com uma amostra extraída de uma população finita com margens de erro de 1%, 2%, 3%, 4%, 5% e 10%, com coeficiente de confiança de 95,5%. O universo (amplitude da população) considerado foi da população do município de Jales, que de acordo com o IBGE (2022), é de aproximadamente 49.291 habitantes. Dessa maneira, para uma margem de erro de 10%, de acordo com a tabela, seriam necessários no mínimo 98 questionários, porém foram aplicados 108.

A coleta de dados foi realizada nos dias 21 e 22 de dezembro de 2021 entre as 19 horas e 22 horas. Como instrumento de coleta de dados, foi elaborado um questionário eletrônico formulado via *Google Docs* contendo perguntas fechadas e abertas. O tratamento dos dados foi realizado após a coleta, em que foram tabulados por meio de planilhas eletrônicas Excel e representados por meio de tabela e gráficos.

### 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em relação ao município de residência da população de amostra, observa-se que a grande maioria, representada por 85,19% ou 92 pessoas, moram em Jales. Vale destacar que outros municípios estiveram presentes prestigiando a programação natalina em questão, inclusive pessoas de regiões distantes, como São Paulo, Valinhos e Barretos.

**Tabela 1** – Município de origem da população de amostra

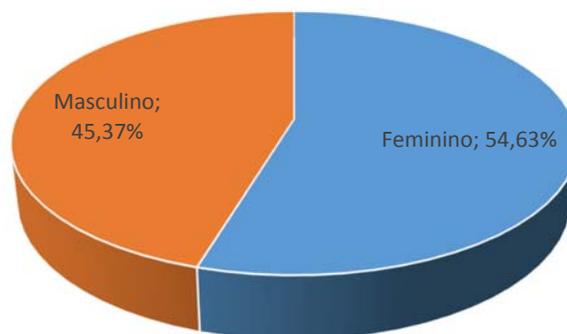
<b>Município de Origem do Entrevistado</b>	<b>Quantidade</b>
Jales	92
Dirce Reis	3
Pontalinda	3
Aspásia	1
Barretos	1
Dolcinópolis	1

Palmeira D' Oeste	1
Paranapuã	1
São Francisco	1
São Paulo	1
Urânia	1
Valinhos	1
Vitória Brasil	1

Fonte: Elaborada pelas autoras.

No Gráfico 1, tem-se que o sexo da população entrevistada ficou equilibrado, destacando o público feminino com 54,63% das respostas.

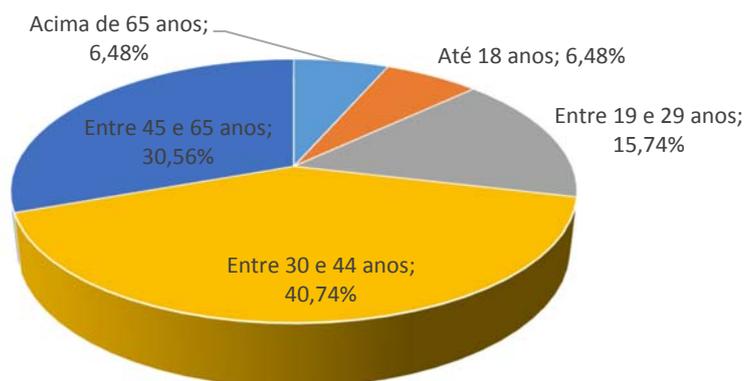
**Gráfico 1 – Sexo da população de amostra**



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Analisando a faixa etária dos entrevistados, observa-se que mais de 70% encontram-se entre 30 e 65 anos, podendo inferir que são pessoas com mais interesses comerciais e disposição para circulação. Já os jovens até 18 anos e as pessoas acima de 65 anos representaram apenas 6,48% cada.

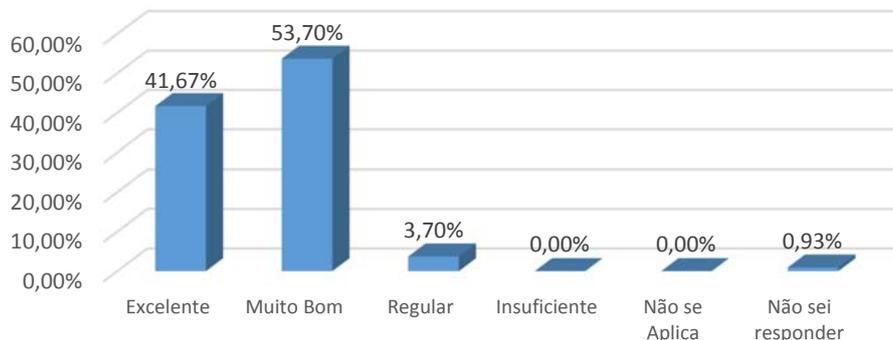
**Gráfico 2 – Faixa etária da população de amostra**



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quando questionados sobre os atrativos oferecidos no período de Natal, 53,70% responderam muito bom, 41,67% disseram excelente e um percentual muito baixo de apenas 3,70% acharam regular, conforme Gráfico 3, a seguir. Dessa forma, pode-se considerar satisfatório o oferecimento dos atrativos.

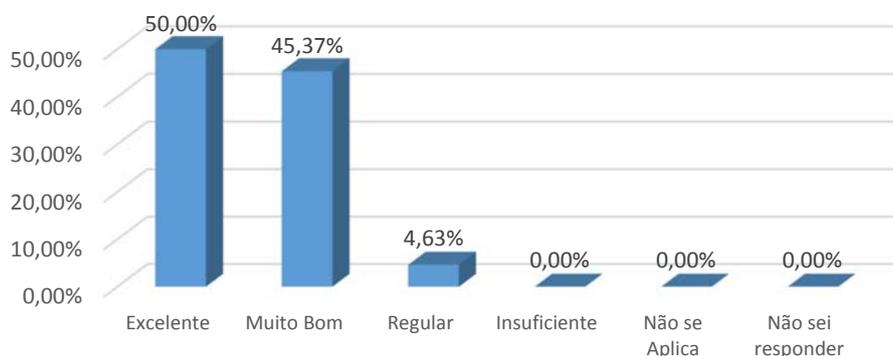
**Gráfico 3** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação aos Atrativos”



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Na opinião da população de amostra em relação à decoração de Natal em Jales, 50% responderam excelente, 45,37% disseram muito bom e apenas 4,63% acharam regular. Dessa forma, considera-se mais de 95% de aprovação para a decoração de Natal, conforme o Gráfico 4.

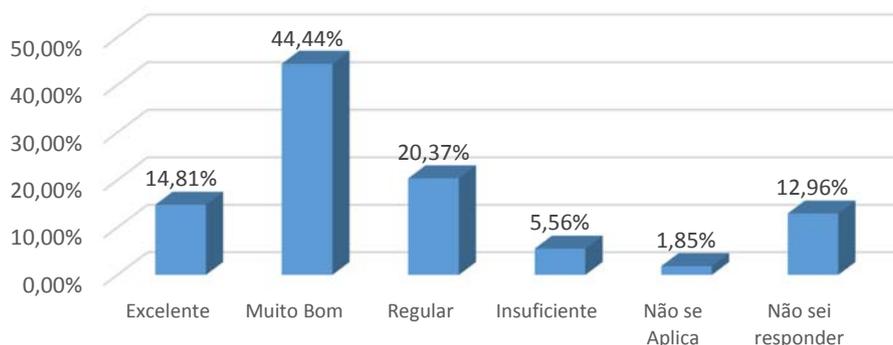
**Gráfico 4** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação à Decoração”



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quanto à segurança oferecida durante o período, observa-se que houve uma disparidade nas respostas, porém, ainda assim, mais da metade dos entrevistados consideraram muito bom e excelente, conforme o Gráfico 5.

**Gráfico 5** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação à Segurança”

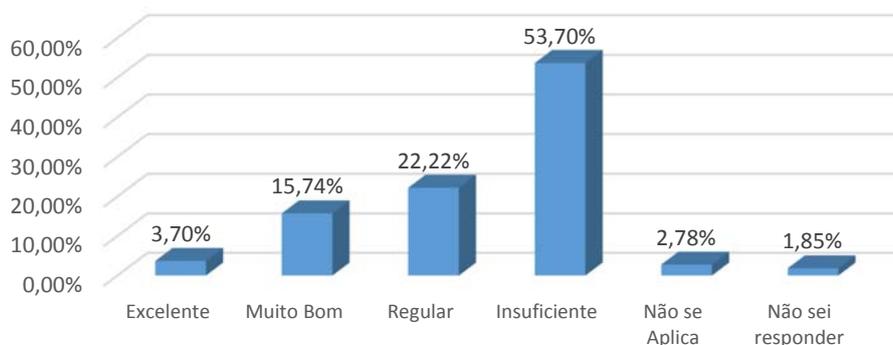


Fonte: Elaborado pelas autoras.

Sobre o estacionamento disponibilizado para que os visitantes/ consumidores pudessem deixar seus veículos, a população de amostra considerou esse item como um ponto a ser melhorado, visto que, 53,70% disseram ser insuficiente e 22,22% consideraram irregular. O gráfico 6 indica que mais de 70% não ficaram satisfeitos com o estacionamento disponível.

Cabe salientar que o tema sobre estacionamento no comércio de Jales já foi considerado irregular ou insuficiente em outras pesquisas realizadas pela Fatec Jales, com consumidores do comércio de Jales/SP.

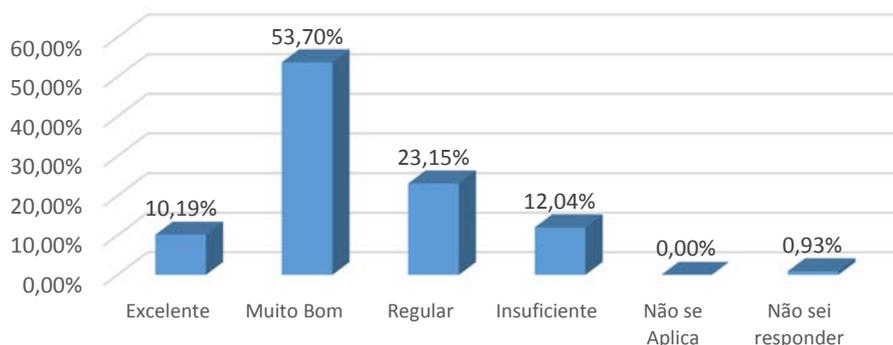
**Gráfico 6** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação ao Estacionamento”



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Com relação à limpeza, mais de 60% demonstraram satisfação, porém, ainda é desejável melhorias, visto que 23,15% acharam regular e 12,04% consideraram insuficiente, conforme o Gráfico 7. É importante ressaltar que esse aspecto também requer colaboração dos visitantes.

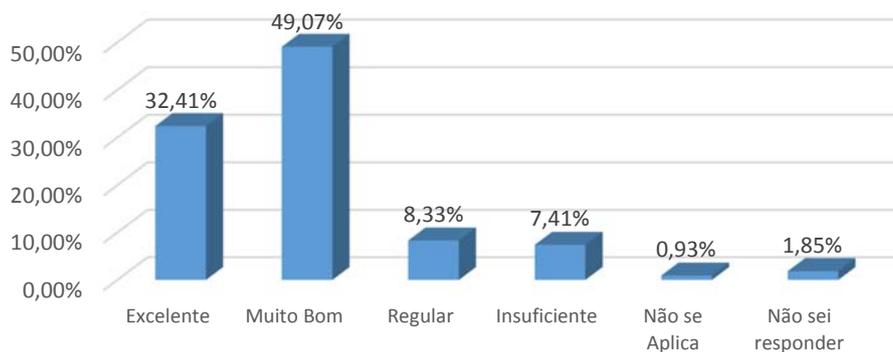
**Gráfico 7** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação à Limpeza”



Fonte: Elaborado pelas autoras.

O Gráfico 8 indica que a população de amostra ficou satisfeita com os meios de divulgação utilizados para propagar a programação natalina no município de Jales. Mais de 80% consideraram excelente e muito bom.

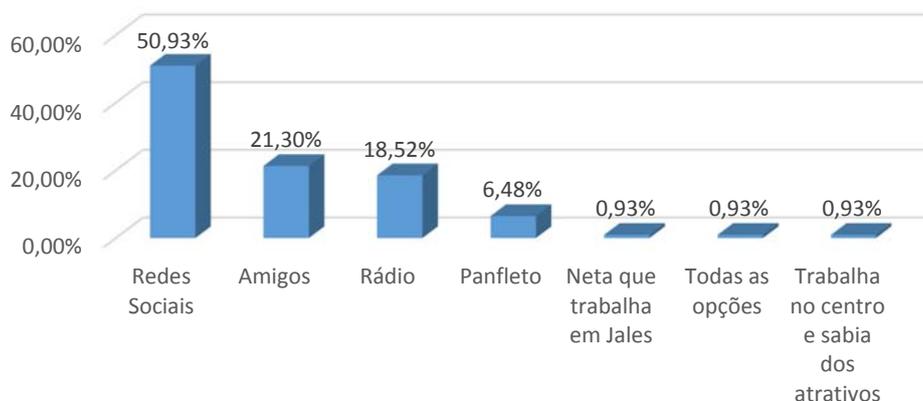
**Gráfico 8** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação à Divulgação da Programação de Natal”



Fonte: Elaborado pelas autoras.

As redes sociais foram as principais responsáveis, de acordo com a população de amostra, pela propagação da programação de Natal, conforme o Gráfico 9. Além da satisfação indicada no Gráfico 8, esse meio de divulgação é considerado rápido, de baixo custo e maior abrangência.

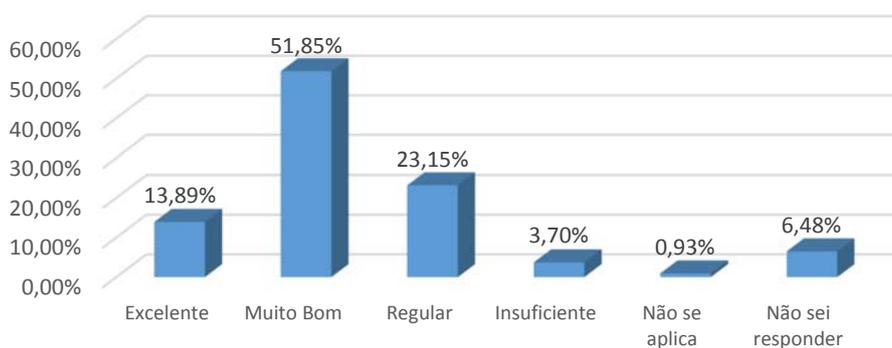
**Gráfico 9** – Percentual de respostas da população de amostra “Como ficou conhecendo a programação Natalina de Jales?”



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quando questionados sobre as opções disponíveis de serviços de alimentação no município de Jales, cerca de 65% consideram muito bom e excelente, porém, ainda é possível oferecer mais opções neste tipo de serviço, visto que quase 27% consideram regular e insuficiente, conforme o Gráfico 10.

**Gráfico 10** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação às Opções de serviços de alimentação”

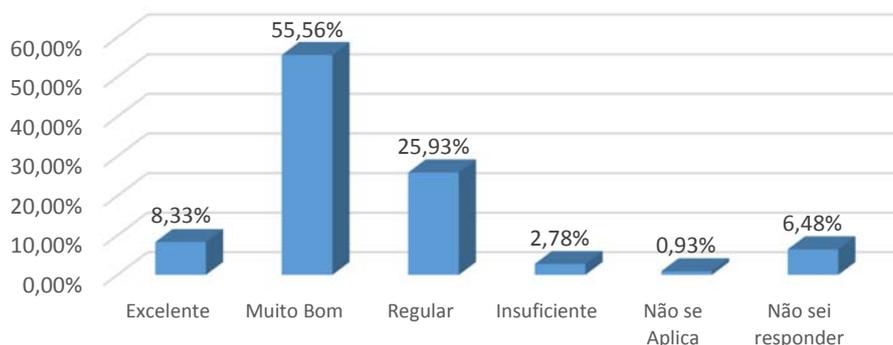


Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quanto ao atendimento dos serviços de alimentação oferecidos no município de Jales, mais de 60% dos entrevistados classificaram como sendo muito bom e excelente, conforme o Gráfico 11.

Porém, como mencionado no gráfico anterior, ainda é possível melhorar as opções e a qualidade no atendimento dos serviços de alimentação. Sugere-se treinamentos para proprietários e funcionários dessas empresas.

**Gráfico 11** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação ao Atendimento nos serviços de alimentação”

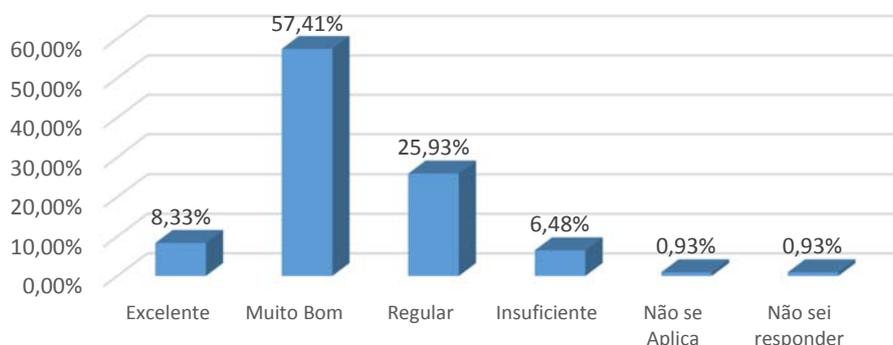


Fonte: Elaborado pelas autoras.

O nível de excelência avaliado pelos entrevistados com relação ao atendimento no comércio foi baixo, já que apenas 8,33% consideraram excelente. Mesmo que 57,41% acharam muito bom, é importante enfatizar que mais de 30% destacaram como regular e insuficiente, conforme o Gráfico 12.

Esse resultado corrobora o gráfico anterior, o qual indica que também é necessário investir em treinamentos para melhoria do atendimento nos serviços de alimentação.

**Gráfico 12** – Percentual de respostas da população de amostra “O que achou em relação ao Atendimento nos serviços de comércio”



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Já com relação à satisfação dos atrativos oferecidos nas praças de bairros da cidade de Jales-SP, como Vila Mariana, Cohab Dercílio de Carvalho e Jardim Elisa, com músicas, danças, arte e outros, de acordo com o Gráfico 13, observa-se que 71,30% da população avaliou como sendo muito bom e excelente e apenas 3,70% acharam irregular.

Todavia, 25% disseram não saber responder, isso pode indicar que essa população de amostra não tomou conhecimento ou não esteve presente a esses atrativos da programação de Natal.

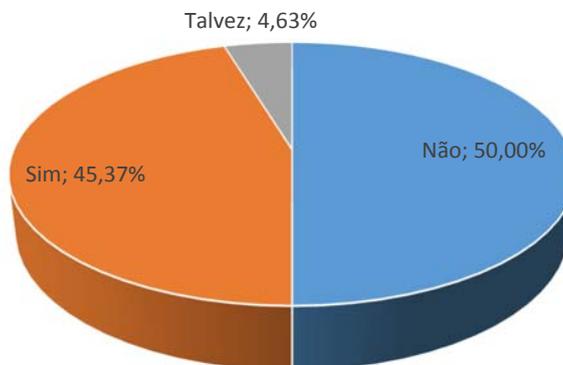
**Gráfico 13** – Percentual de respostas da população de amostra ‘O que achou em relação à programação de Música, Dança, Grafite, Arte e Artesanato nas praças de Bairro (Vila Mariana, Cohab Dercílio de Carvalho e Jardim Elisa)’



Fonte: Elaborado pelas autoras.

O Gráfico14 mostra que metade da população de amostra saiu ou pretendeu sair de Jales para ver a decoração de Natal em outro município. Vale salientar que as visitas para contemplar decorações Natalinas em outros municípios fomentam o comércio daquela cidade.

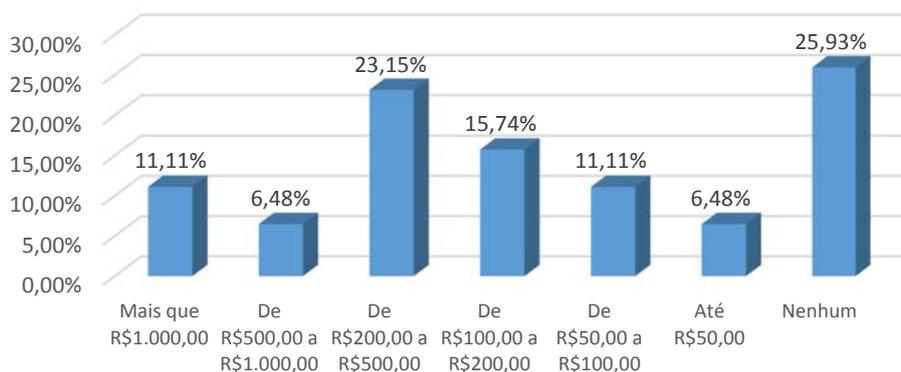
**Gráfico 14** – Percentual de respostas da população de amostra que em 2021 saiu ou pretendeu sair de Jales para ver a decoração de Natal de outros municípios



Fonte: Elaborado pelas autoras.

O Gráfico 15 traz dados importantes para uma análise no sentido econômico, pois menos de 20% gastaram no comércio local acima de R\$ 500,00. Outro dado que chamou atenção é que 25,93% não gastaram nada durante a programação de Natal, ou seja, foram apenas com o intuito de prestigiar a decoração.

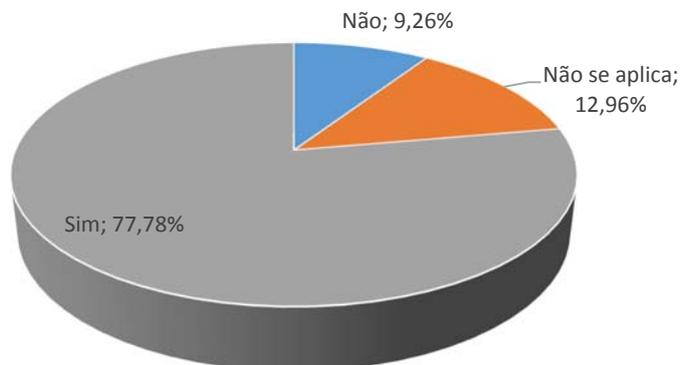
**Gráfico 15** – Valor aproximado gasto no comércio de Jales/SP pela população de amostra durante a Programação de Natal



Fonte: Elaborado pelas autoras.

O Gráfico 16 mostra que 77,78% da população de amostra encontrou os produtos ou serviços que estavam procurando no comércio local e 9,26% não encontraram. Esse resultado pode indicar que o comércio de Jales/SP atende a quase todas as necessidades de seus consumidores.

**Gráfico 16** – Percentual de respostas da população de amostra afirmou achar o que estava procurando no comércio de Jales/SP

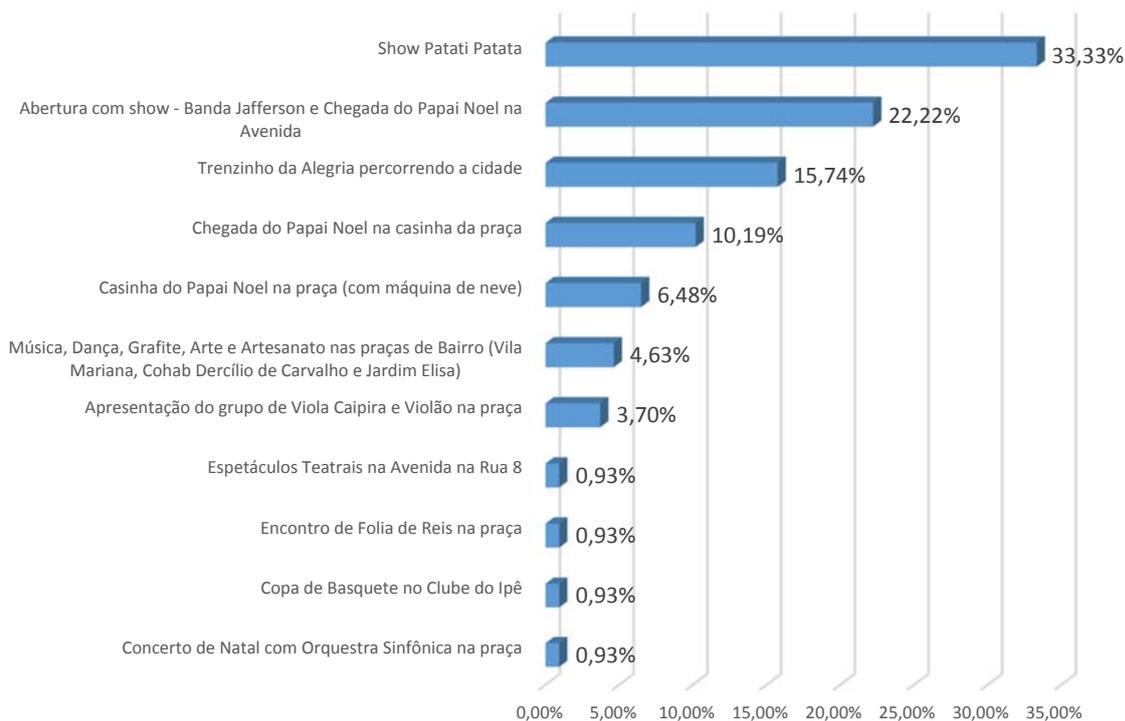


Fonte: Elaborado pelas autoras.

O Gráfico 17 indica as atrações da programação de Natal de Jales que foram mais interessantes de acordo com a população de amostra. A atração mais votada foi o show dos palhaços *Patati e Patatá*, com 33,33% das opiniões. Deve-se levar em consideração que no primeiro dia de aplicação dessa pesquisa, a programação contemplava esse show e, no segundo dia de aplicação, um espetáculo teatral na Avenida.

Conforme o Gráfico 17, a segunda atração mais relevante foi o show da *Banda Jafferson* e a chegada do Papai Noel que abriram a temporada de Natal.

**Gráfico 17** – Atrações da programação de Natal mais interessantes de acordo com a população de amostra

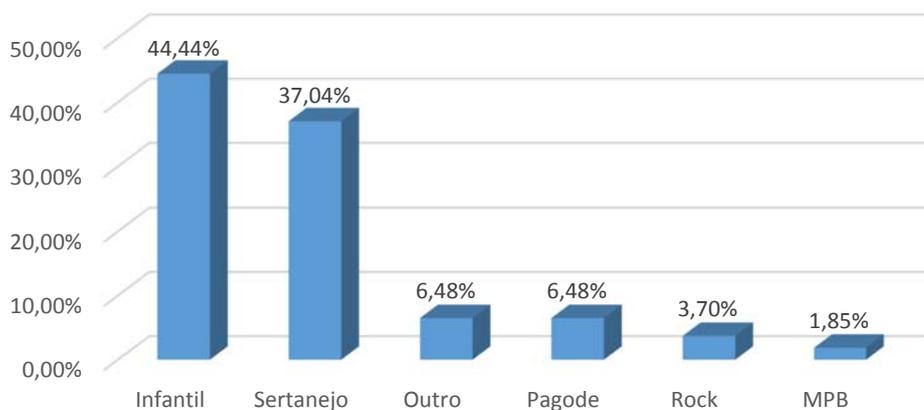


Fonte: Elaborado pelas autoras.

Na opinião dos entrevistados, a prefeitura deve pensar, para os próximos anos, em uma programação de shows mais voltada para o público infantil, conforme o Gráfico 18. Essa foi a opção de 44,44% da população de amostra. Em destaque, também aparece show sertanejo com 37,04% das indicações.

É importante evidenciar que o show do gênero infantil proporciona a vinda de famílias que levarão seus filhos para prestigiarem a atração; ainda, o gênero sertanejo é bastante reconhecido e apreciado pela cidade e região.

**Gráfico 18** – Percentual de respostas da população de amostra quanto à preferência de shows para os próximos anos



Fonte: Elaborado pelas autoras.

A população de amostra teve a possibilidade de fazer observações, críticas e sugestões em relação à programação natalina, conforme o Quadro 1.

**Quadro 1** – Observações, críticas e sugestões feitas pela população de amostra quanto a programação de Natal de Jales em 2021

<b>Observações, críticas e sugestões</b>
<i>Poderia ampliar a decoração de Natal.</i>
<i>Foi muito positivo este ano. No próximo ano, procurar novas atrações. Ex: roda gigante.</i>
<i>Muito bom os brinquedos gratuitos, porque muita gente não tem condições de pagar.</i>
<i>Estou muito satisfeita com os atrativos. Melhor que os do ano passado.</i>
<i>Precisa melhorar o estacionamento. Área azul prejudica muito os clientes.</i>
<i>Decoração muito boa, atração muito boa, muito interessante.</i>
<i>Atendimentos aos clientes no comércio e nos restaurantes deveriam ser melhores.</i>
<i>Nos próximos anos, oferecer mais opções de brinquedos e melhorar na opção sobre os estacionamentos.</i>
<i>Diminuir as filas.</i>
<i>Em relação à demora (filas enormes, atrasos nas apresentações).</i>
<i>Adicionar lixeiras na praça, respeitar horários, mobilidade urbana ruim.</i>
<i>Mais organização.</i>
<i>Em termo de alimentação, não há diversidade, sempre a mesma coisa, muito repetitivo, não há uma praça de alimentação, poderia ter calçadão.</i>
<i>Demora na apresentação das atrações.</i>
<i>Estacionamento lotado.</i>
<i>Vaga de idoso - as pessoas não respeitam; o show deveria começar mais cedo.</i>
<i>Foi um dos melhores anos.</i>
<i>Nenhuma crítica, só disse coisas boas.</i>
<i>Questão da limpeza, precisa melhorar nessa parte.</i>
<i>Jales está melhor que o ano passado e melhor que Santa Fé em relação à decoração e entretenimento. Ser de graça os brinquedos foi muito bom.</i>
<i>Estacionamento ruim.</i>
<i>Mais variedade de restaurantes, não tem muita variedade em alimentos, Fernandópolis tem mais variedade.</i>
<i>Desorganizada a fila do trenzinho. Achou interessante o show da Disney por conta da filha.</i>
<i>Mais show para crianças, mais variedades.</i>
<i>Muito lixo que fica no centro depois das noites de comércio aberto. Estacionamento enlouquecido e insuficiente.</i>
<i>Show evangélico.</i>
<i>Este ano foi bom.</i>
<i>Melhorar no estacionamento, melhorar as ruas, estão feias, cheias de buraco.</i>
<i>Mais brinquedos para crianças pois a demora nas filas está grande.</i>
<i>Estacionamento ruim.</i>
<i>Patati Patatá poderia vir ano que vem novamente. Esse ano não pude ir.</i>
<i>Podia melhorar na segurança e na limpeza da cidade.</i>
<i>Melhorar o estacionamento.</i>
<i>Trazer show com música gospel.</i>
<i>Organizar horários, para melhorar para o comércio. Ex: comércio fechar às 20 horas e estender até 22 horas as programações natalinas, para que os funcionários dos comércios, possam desfrutar também da cidade no final do ano.</i>
<i>Gostaram do carrossel. A fila muito grande para os brinquedos, poderia ficar mais dias os brinquedos.</i>

Fonte: Elaborado pelas autoras.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa trouxe como resultado a visão da população em relação ao projeto de Natal “Tempo de Esperança”. Os resultados poderão ser utilizados para direcionar os gestores para melhoria nas tomadas de decisões para os próximos anos.

Foi possível observar que a decoração natalina de Jales, neste fim de ano, foi apreciada por muitas pessoas, principalmente moradores do município e de outras cidades também.

A população de amostra mostrou-se satisfeita em relação aos atrativos, decoração, divulgação e programação. Apresentou menor satisfação em relação ao estacionamento, limpeza e alimentação.

Esse projeto de Natal pode ser aprimorado nos próximos anos, visto que metade da população de amostra saiu ou pretendeu sair de Jales para ver decoração de Natal em outro município. Criar atrativos faz com que as pessoas prestigiem mais o comércio local e fomentem as vendas de fim de ano. Ainda, visando o fortalecimento do comércio local, sugere-se a melhoria nos serviços de atendimento. Quanto a diversidade de shows, destacam-se os gêneros infantil e sertanejo.

De forma geral, considera-se que a programação de Natal do ano de 2021 em Jales recebeu uma avaliação positiva quando comparada aos anos anteriores, possuindo potencial de melhorar ainda mais para as próximas edições.

Sugere-se para as próximas edições do evento: a) Manter a pontualidade quanto aos horários indicados na programação do evento; b) Manutenção da programação cultural, mantendo ou intensificando as atrações para o público; c) Manter a diversificação de gêneros de shows, com uma programação voltada para o público infantil e sertanejo, mas também contemplando outros gêneros musicais, além de teatro, artesanato, esporte, dança, entre outros; d) Buscar soluções para o estacionamento, item criticado no gráfico 6 e no quadro de sugestões e críticas; e) Fomentar mais opções de alimentação; e f) Oferecer diversão com parque para as crianças.

## REFERÊNCIAS

DORSA, A. Luzes do cerrado: natal iluminado em São Gabriel do Oeste, MS: uma proposta de desenvolvimento sustentável. **Multitemas**, Campo Grande, n. 40, p. 21-35, dez. 2011. Disponível em: <https://www.multitemas.ucdb.br/multitemas/article/view/653/670>. Acesso em: 5 out. 2022.

DUTRA, C.; CONTI, D. M.; SILVA FILHO, C. F. Economia criativa: o setor de eventos como ferramenta de desenvolvimento urbano a partir dos ODS 9 e 11. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, n. 9, p. 91674-91689, set. 2021. Disponível em: <https://brazilianjournals.com/ojs/index.php/BRJD/article/view/36299/pdf>. Acesso em: 5 out. 2022.

GASTAL, S. A. *et al.* Canela e o ‘Sonho de Natal’: uma cidade, muitas cidades. **Revista investigaciones turísticas**, Alicante, v. 3, n. 13, p. 54-76, jan./jun. 2017. Disponível em: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/67430/1/Investigaciones-Turisticas\\_13\\_03.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/67430/1/Investigaciones-Turisticas_13_03.pdf). Acesso em: 5 out. 2022.

GUERRA, J. M. A iluminação na construção de lugares [em ação]: um estudo de caso do natal imperial em Petrópolis, RJ. **Pixo: revista de arquitetura, cidade e contemporaneidade**, v. 4, n. 12, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pixo/article/view/17587>. Acesso em: 4 out. 2022.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=QXH1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=Turismo&ots=5spiTRr6km&sig=z0MZ4GwBpAqAedxXpwF1MxDZFcs#v=onepage&q=Turismo&f=false>. Acesso em: 26 set. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Cidades e estados**: Jales. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/jales.html>. Acesso em: 28 set. 2022.

NAÇÕES UNIDAS. **Cuenta satélite de turismo**: recomendaciones sobre el marco conceptual. Luxemburgo: Nações Unidas, 2010. (Estudios de métodos, Serie F, n. 80, rev.1). Disponível em: [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf\\_80rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf). Acesso em: 27 set. 2022.

RABAHY, W. A. **Turismo e desenvolvimento**: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. São Paulo: Manole, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=qjn0bQnv8MgC&oi=fnd&pg=PP19&dq=Turismo&ots=Mb4jBB6Axu&sig=NItORNJK-0TIMlzz6Cg4U2GIcc#v=onepage&q=Turismo&f=false>. Acesso em: 26 set. 2022.

SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO – SESC. **Relatório de gestão**. Salvador: Sesc, 2011. Disponível em: <http://www.sescbahia.com.br/vs-arquivos/HtmlEditor/file/Pol%C3%ADtica%20de%20Transpar%C3%A2ncia/2015/RELAT%C3%93RIO%20DE%20GEST%C3%83O/Relatorio%20de%20Gestao%202010%20-%20Sesc%20Bahia.pdf>. Acesso em: 26 set. 2022.

TOMAZZONI, E. L.; MARSHNER, P. O.; CAVALHEIRO, N. Análise da satisfação da comunidade local em relação ao evento turístico Natal Luz de Gramado (RS). **Revista Acadêmica**: observatório de inovação do turismo, Rio de Janeiro, v. 6, n. 4, p. 1-22, dez. 2011. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/3499>. Acesso em: 28 set. 2022.