

Desafios e oportunidades do turismo praticado na Serra Grande, Cantá (RR): uma visão dos representantes das agências de turismo

O turismo é um setor que cresce mundialmente e desempenha um papel primordial para o desenvolvimento econômico e social de uma localidade. Em Roraima, no município do Cantá, a Serra Grande é um importante destino turístico para praticar trilhas e realizar turismo de natureza. Nesse contexto, as agências de turismo desempenham um importante papel ao disponibilizarem produtos e serviços que influenciam, diretamente, a qualidade e a experiência vivenciada por eles. Este artigo tem como objetivo, analisar a percepção dos representantes das agências turísticas sobre os desafios e oportunidades do turismo praticado na Serra Grande – Cantá-RR. Foi utilizada uma abordagem descritiva de natureza qualitativa. Foi elaborado um roteiro da entrevista semiestruturada, e aplicado à 10 proprietários de empresas que atuam com pacotes turístico para a região da Serra Grande. As entrevistas apresentavam dez questões abertas, sendo que antes do início de cada uma, os participantes foram informados sobre o conteúdo da pesquisa e assinaram o termo de consentimento de livre esclarecido. A compilação dos dados, das entrevistas, envolveu a transcrição integral das gravações para elaboração do Corpus, que serviu para fundamentar a análise dos dados. Os resultados indicam que a Serra Grande possui potencial para o desenvolvimento turístico, porém, os entrevistados destacaram a necessidade de parcerias e comprometimento entre as partes interessadas, visando melhorar a infraestrutura, capacitar a comunidade e promover uma gestão ambiental integrada. Assim, as informações obtidas nessa pesquisa poderão orientar a gestão de toda a cadeia turística da região na implementação de ações que visam à melhoria da atividade de turismo para todos os envolvidos.

Palavras-chave: Extremo norte brasileiro; Gestão turística; Planejamento estratégico; Turismo em serras.

Challenges and opportunities of Tourism practiced in Serra Grande, Cantá (RR): a perspective from tourism agency representatives

Tourism is a sector that grows worldwide and plays a key role in the economic and social development of a locality. In Roraima, in the municipality of Cantá, Serra Grande is an important tourist destination for hiking and nature tourism. In this context, tourism agencies play an important role by providing products and services that directly influence the quality and experience experienced by them. This article aims to analyze the perception of representatives of tourism agencies about the challenges and opportunities of tourism practiced in Serra Grande - Cantá-RR. A descriptive approach of a qualitative nature was used. A semi-structured interview script was prepared and applied to 10 business owners that operate with tourist packages for the Serra Grande region. The interviews had ten open questions, and before starting each one, the participants were informed about the content of the research and signed an informed consent form. The compilation of data, from the interviews, involved the full transcription of the recordings for the elaboration of the Corpus, which served to base the analysis of the data. The results indicate that Serra Grande has potential for tourism development, however, the interviewees highlighted the need for partnerships and commitment between the interested parties, aiming to improve the infrastructure, empower the community and promote an integrated environmental management. Thus, the information obtained in this research will be able to guide the management of the entire tourism chain in the region in the implementation of actions aimed at improving the tourism activity for all those involved.


Keywords: Far North of Brazil; Tourism management; Strategic planning; Mountain tourism.


Topic: **Planejamento, Gestão e Políticas Públicas Ambientais**

Received: **10/06/2023**


Approved: **20/08/2023**

Reviewed anonymously in the process of blind peer.

Leidiane do Nascimento Alves 
Universidade Federal de Roraima, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/4724717337265378>
<https://orcid.org/0000-0001-8494-2895>
leidiane.alves.rr@gmail.com

Geórgia Patrícia da Sílvia Ferko 
Universidade Federal de Roraima, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/8762583706265854>
<https://orcid.org/0000-0001-7853-8773>
geoufep@yahoo.com.br

Valdinar Ferreira Melo 
Universidade Federal de Roraima, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/2276422584085276>
<https://orcid.org/0000-0002-7943-9969>
valdinar@yahoo.com.br

Deyse Cristina Oliveira da Silva 
Universidade Federal de Roraima, Brasil
<http://lattes.cnpq.br/3815406114255940>
<https://orcid.org/0000-0003-0602-3695>
deyse.cristina@ufr.br



DOI: 10.6008/CBPC2237-9290.2023.003.0008

Referencing this:

ALVES, L. N.; FERKO, G. P. S.; MELO, V. F.. Desafios e oportunidades do turismo praticado na Serra Grande, Cantá (RR): uma visão dos representantes das agências de turismo. **Natural Resources**, v.13, n.3, p.76-88, 2023. DOI: <http://doi.org/10.6008/CBPC2237-9290.2023.003.0008>

INTRODUÇÃO

O turismo é um setor que vem crescendo constantemente, em todo o mundo, visto que, desempenha um papel primordial para o desenvolvimento econômico e social de uma localidade. No primeiro trimestre de 2023, o turismo internacional registrou um crescimento de 86%, em comparação ao ano anterior, o que demonstra a magnitude do seu crescimento (OMT, 2023). No Brasil, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023) as atividades de turismo foram uma das principais responsáveis pelo crescimento de 2,9% do Produto Interno Bruto (PIB) em 2022, dentre as atividades, destacam-se os serviços de alimentação, alojamento e aluguel de carros.

Diante deste cenário, é necessário que os profissionais do ramo do turismo planejem suas atividades, para atender à crescente demanda ao longo dos anos. À medida que as exigências aumentam, faz-se necessário oferecer mais qualidade nos serviços disponibilizados pelas empresas. Então, esses prestadores de serviços precisam ficar atentos com o mercado turístico, para garantir que suas ofertas estejam de acordo com às necessidades dos seus clientes (COSTA et al., 2018).

Em Roraima, no município do Cantá, a Serra Grande é um dos atrativos turísticos, bastante requisitada por turistas (SEPLAN, 2021) que querem praticar trilhas e realizar turismo de natureza. Os ambientes naturais que apresentam paisagens encantadoras, se transformam em destinos turísticos que agregam valores e contribuem com o desenvolvimento econômico de grande relevância para a região (OLIVEIRA et al., 2018).

Na Serra Grande, faz-se necessário entender como se dá a gestão e o planejamento adequado para compreender se a atividade turística está pensada pelo viés da sustentabilidade. Este artigo tem como objetivo analisar a percepção dos representantes das agências de turismo sobre os desafios e oportunidades do turismo praticado na Serra Grande – Cantá (RR).

Este estudo é caracterizado como descritivo de abordagem qualitativa. Foi realizada entrevista com 10 proprietários de empresas que atuam com pacotes turísticos para a região da Serra Grande. Por meio da análise da percepção dos representantes dessas empresas foi possível identificar demandas, oferta turística e as situações que impedem o desenvolvimento do turismo na localidade.

As informações obtidas com a pesquisa poderão orientar a gestão municipal na implementação de ações que visam a melhoria da Serra Grande, e assim, torná-la um atrativo turístico mais frequentado de maneira sustentável. De toda forma visa contribuir para a ampliação dos conhecimentos da demanda e oferta turística da região, oferecendo meios para subsidiar ações ligadas a políticas que estimulem o crescimento do turismo na Serra Grande, trazendo benefícios para todos os envolvidos com essa atividade.

DISCUSSÃO TEÓRICA

Gestão de Turismo

O turismo contribui com desenvolvimento da localidade, contudo gera impactos nas localidades com potencial turístico e isso pode ser associado a prováveis acontecimentos destrutivos que acabam

pressionando a comunidade receptora, tornando pertinente o acatamento de estratégias firmes para o direcionamento do planejamento e da gestão do turismo (SONAGLIO, 2018).

O planejamento necessita da atuação e envolvimento dos *stakeholders* para desenvolver o turismo. Quando há a participação efetiva e orientação dos interessados, conseguirá uma gestão eficaz, independente dos diferentes *stakeholders* (PAULA et al., 2018).

O poder público é peça fundamental neste processo, pois tem o dever de estimular e apoiar o progresso, incentivando cooperação da comunidade através de mecanismo de uma gestão descentralizada, onde todos possam se envolver e contribuir para tal desenvolvimento (TRINDADE et al., 2019).

Desta forma, Costa et al. (2020), confirmam que esse tipo de gestão tem quer ser desenvolvida não apenas com a participação do poder público, mas sim a interação das outras partes interessadas, sendo elas, a comunidade, empresas privadas, ou seja, todos aqueles que tem interesse em amplificar seus argumentos e suas práticas funcionais.

Ainda, Costa et al. (2020), ressaltam que a gestão e o planejamento caminham lado a lado, onde um busca orientar o futuro e o outro faz análises imediata do cenário, estabelecendo os mecanismos a fim de assegurar os interesses nas dimensões ambientais, econômicas e socioculturais a que se destina.

Nesta concepção, Trindade et al. (2019) apontam que o planejamento e a gestão exercem papéis essenciais para o avanço de destinos turísticos, e são reconhecidos como fundamentais na tomada de decisões e procedimentos realizados junto aos atores envolvidos nesse processo de desenvolvimento das destinações turísticas. E partindo desse princípio, pode-se concluir que o planejamento do turismo é motivado pela gestão, e por conseguinte, pelas políticas públicas que são estabelecidas pelas governanças relacionadas ao decurso do desenvolvimento da comunidade.

Todavia a gestão refere-se às atividades e decisões tomadas pelos gestores de destinos, empresas turísticas e organizações relacionadas ao setor, pois ela envolve o gerenciamento de recursos humanos, financeiros e materiais, a coordenação de operação e a implementação de estratégias para alcançar os objetivos definidos. Assim uma gestão eficiente é crucial para garantir a qualidade dos serviços turísticos, a satisfação dos clientes e a maximização dos resultados.

Já o planejamento envolve uma análise cuidadosa das potencialidades e limitações de um destino, a definição de metas, objetivos e as estratégias para alcançá-los. Para Molina (2005), o planejamento envolve uma série de ações que consiste na realização de uma situação pretendida por meio de esforços contínuo, consistente, organizado, sistemático e abrangente. Portanto é um processo fundamental para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Planejar implica na tomada de decisões relacionadas aos métodos de execução e à atribuição de responsabilidades, ou seja, ocorre a distribuição de ações para que consiga atingir o que foi planejado (BOITEUX et al., 2003). Desta forma, o planejamento deve abranger todos os aspectos, tais como infraestrutura, transporte, capacitação da mão de obra, preservação do meio ambiente e marketing.

Vignatti (2008) corrobora dizendo que planejar consiste em estabelecer processos com o objetivo de reduzir alternativas até chegar a que apresenta a melhor direção diante das propostas e dos recursos

disponíveis. Então através de um planejamento eficaz e bem executado pode auxiliar na previsão e prevenção de problemas futuros, na promoção e diversificação da oferta turística e incentiva a criação de experiências esportivas e memoráveis para os visitantes. Outro fator fundamental é compreender e analisar a demanda, e entender que ela é influenciada por fatores como disponibilidade financeira, condições físicas, condições metabólicas, imagem do destino e os incentivos oferecidos.

Contudo, vale ressaltar, que todos os processos já citados, vai depender do sucesso do relacionamento e envolvimento dos *stakeholders*, logo essa consolidação e comprometimento das partes interessadas chegam a ser consideradas partes primordiais e assim, gerar uma governança fortalecida (PAULA et al., 2018).

Demanda e oferta turística

O turismo tornou-se, aos longos dos anos, uma das principais fontes de receita dos comerciantes e prestadores de serviços brasileiros. Os destinos turísticos se desenvolvem a partir do aumento da atividade do turismo, que tem sido um grande fenômeno que ocorre na comunidade, melhorando a infraestrutura que dá suporte ao turista, na qual surge de acordo com as necessidades dos turistas (DANTAS et al., 2021).

Devido às peculiaridades do seu contexto histórico e atual, o turismo pode ser desenvolvido de várias maneiras, na cidade com seus aspectos históricos e urbanísticos, ou nos espaços naturais juntamente com seus serviços disponíveis (PIMENTEL et al., 2020). Porém, um destino turístico deve estar atento as necessidades dos turistas, tendo em vista que o seu desenvolvimento será promissor dependendo da capacidade de inovar seus produtos ofertados, e desta forma, pode tornar o destino competitivo e fazendo com que o turista se sinta motivado podendo voltar mais vezes (LEANDRO et al., 2021).

Diante disto, as empresas que atuam diretamente no ramo do turismo, e até mesmo, as que são ligadas indiretamente, estão se adaptando as exigências do mercado, na qual, esse mercado sofre influências das transformações socioeconômicas, das tecnologias e de estratégias de gestão, sendo assim, traz reconhecimento do seu produto em todo o mundo (COSTA et al., 2018).

Essas mudanças ocorrem, visto que, os turistas se tornam cada vez mais exigentes e buscam viagens como uma forma de escapar da sua vida rotineira, de adquirir novos conhecimentos e culturas, também podendo ser uma forma de se realizar e enriquecer pessoalmente (LEANDRO et al., 2021). À vista disso, pode se dizer que surgem demandas que são motivadas por vários interesses, como a busca pela natureza, pelos aspectos culturais, históricos e dentre outros interesses (ALBUQUERQUE, 2021).

A demanda turística é impulsionada pela motivação das pessoas, ou seja, o turismo só existe com a figura do turista, e o mesmo com sua vontade de viajar, de adquirir conhecimentos e desfrutar do lazer, sendo essas condições fundamentais que devam satisfazer as vontades desses indivíduos e que possam participar da atividade que o turismo oferece (HIRATA et al., 2017).

E logo, que se identifica os motivos da escolha das pessoas por um destino turístico, ou por um produto ou serviço específico, considera-se que esses destinos possam fazer adaptações de maneira simplificada da sua oferta, para que enfim, possa atender aos anseios dos visitantes (MOREIRA et al., 2022).

Entende-se por demanda turística como o conjunto de pessoas, de forma coletiva ou individual, estão interessados em consumir produtos ou serviços turístico, com o intuito de atender seus anseios como o descanso, lazer, entretenimento e enriquecimento cultural durante suas férias e até mesmo feriados prolongados (MONTEJANO, 2001). Diante disto, a procura por produtos turísticos são aguçadas e possivelmente realizadas.

Os produtos turísticos são entendidos como a combinação de todos os bens naturais e culturais, juntamente com os serviços, que através da atividade humana e seus meios disponíveis, são oferecidos pelas empresas e que são capazes de tornar reais as atividades turísticas, para que a demanda tenha suas necessidades atendidas, que por sua vez, são considerados ofertas turísticas (OMT, 2001) (BENI, 1998).

Então, a oferta turística é caracterizada pelo conjunto de atrativos turísticos, quer sejam naturais ou artificiais, serviços, equipamentos e uma infraestrutura de uma localidade, assim como, todos os produtos turísticos disponíveis aos consumidores, a fim de satisfazerem suas necessidades (SILVA et al., 2019).

Cabe ressaltar, que um destino turístico necessita de uma infraestrutura básica, tendo em vista que é fundamental para que a atividade turística seja viável (IGNARRA, 2002). Quanto melhor e mais diversificada a infraestrutura de um local, pode-se afirmar que terá grandes chances de atrair visitantes para a localidade, pois desta forma, considera-se que a infraestrutura é um fator determinante da demanda de turistas para a localidade (FERREIRA et al., 2018). Ou seja, essa capacidade de atração de visitantes, está atrelada, entre outros atributos, com a infraestrutura que o local oferece (BARBOSA, 2013).

E dentre os principais atrativos estão os recursos naturais, pois as pessoas buscam a natureza para se livrar da poluição, do trânsito, do fluxo populacional excessivo e outras situações que acarretam o estresse e fadiga por uma rotina que necessita de cuidados, ou seja, a demanda para esses espaços naturais tem crescido significativamente (HIRATA et al., 2017).

As operadoras que integram a oferta turística desempenham um importante papel na experiência turística, visto que são as responsáveis por disponibilizarem produtos e serviços que são utilizados pelos turistas, pois cabe as elas influenciar diretamente a qualidade e a experiência vivenciada por eles (PAZINI et al., 2017).

As empresas turísticas de grande porte utilizam a internet para a comercialização dos seus produtos turísticos, possibilitando que seus clientes venham a acessar as informações de seus produtos e serviços de qualquer lugar (OLIVEIRA, 2016). A internet utilizada, pelas empresas, como canal de vendas, proporciona comodidade e praticidade para seus consumidores, fazendo com que se sintam à vontade na escolha de roteiros turísticos.

Este artigo tem como objetivo, analisar a percepção dos representantes das agências turísticas sobre os desafios e oportunidades do turismo praticado na Serra Grande, Cantá (RR).

METODOLOGIA

Este estudo é caracterizado como descritiva, cujo objetivo é descrever as características de uma determinada população ou fenômeno, bem como estabelecer relações entre variáveis. E ainda buscam a

compreensão e análise dos aspectos de um determinado grupo ou evento, disponibilizando informações minuciosas sobre as características e interações (GIL, 1999).

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa. Foi elaborado um roteiro da entrevista semiestruturada, e aplicado à 10 proprietários de empresas que atuam com pacotes turísticos para a região da Serra Grande, sendo elas: Roraima Adventures, Makunaíma Expedições, Fui Trilhar, Trekking Passeios e Trilhas, Caburaí Adventure, Clube Native, Tocatur Turismo RR, Tarzan Expedições e Roraima Terra Deslumbrante.

As entrevistas apresentavam dez questões abertas e foram aplicadas entre os dias 30 de abril a 04 de maio. O tempo de duração da entrevista era em média de 40 minutos a 60 minutos, e antes de iniciar a aplicação, os participantes foram informados sobre o conteúdo da pesquisa e assinaram o termo de consentimento de livre esclarecido. A pesquisa foi aprovada no CEP – Parecer 6.021.106.

A compilação dos dados, das entrevistas, envolveu a transcrição integral das gravações para elaboração do Corpus, que serviu para fundamentar a análise dos dados. O corpus é definido como “o conjunto de documentos obtidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos” (BARDIN, 2016).

As questões usadas foram norteadas por categorização relacionadas a vários aspectos do turismo na localidade, incluindo as atividades turísticas praticadas, as condições da infraestrutura, a preparação da comunidade para receber os visitantes, desenvolvimento local, preservação ambiental, impactos causados pela atividade turística, divulgação dos pacotes turísticos. Posteriormente, os resultados obtidos foram submetidos às discussões e interpretações, baseada na revisão da literatura pertinente e atualizada, buscando organizar as informações a partir de desafios e oportunidades da prática do turismo na região da Serra Grande (RR).

DISCUSSÕES

A Serra Grande está localizada (Figura 1) no município do Cantá, no estado de Roraima, distante da capital Boa Vista aproximadamente 36 km. Pode ser acessada pela via terrestre ou via aquática, pela terrestre é pela BR 401 ou pela RR 206, e pelo rio Branco (CANTÁ, 2020). É um destino turístico muito frequentada por turistas nacionais e internacionais, devido à riqueza natural. O ambiente oferece uma variedade de atrativos como cachoeiras, piscinas naturais, fauna e flora encantadora. É ideal para as pessoas que desejam vivenciar experiências em contato com a natureza e praticar trilhas e aventuras (SEPLAN, 2021).

Nesse contexto, inicialmente, será apresentado o perfil das empresas que operam no setor de turismo e oferecem pacotes para a Serra Grande. Em seguida, será apresentado os resultados da análise de conteúdo, baseado no método de Bardin (2016), referente a situação da Serra Grande de acordo com os discursos dos proprietários das empresas participantes. Esta análise permitirá compreender as características das empresas e as percepções dos proprietários, sobre o objeto de estudo.

Os proprietários das empresas consistem em um grupo de oito indivíduos do sexo masculino e duas do sexo feminino, cujas idades variam de 33 e 59 anos. Quanto ao grau de escolaridade, cabe destacar que

oito dirigentes possuem nível superior, sendo três destes ligados diretamente a área de turismo, enquanto os outros dois possuem o ensino médio. Esses empreendedores atuam na área de turismo, por um período que varia três a vinte anos no mercado, com roteiro para a Serra Grande e outras localidades do Estado de Roraima.

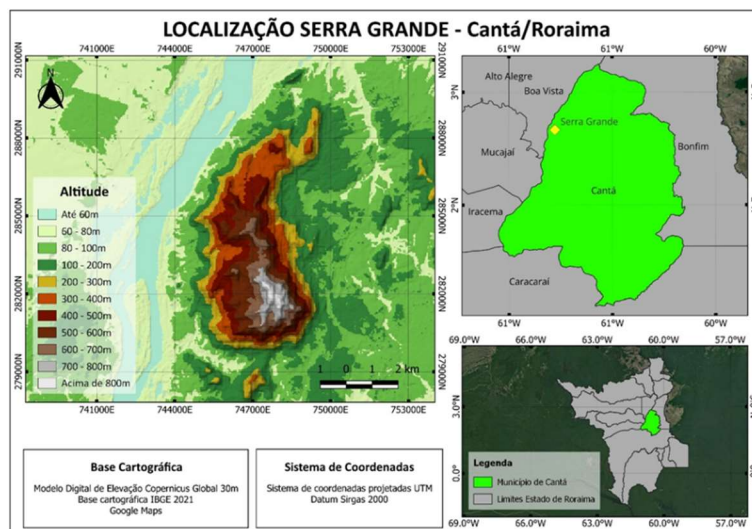


Figura 1: Mapa de localização da Serra Grande, Cantá (RR).

A atividade turística dessas empresas demanda em torno de aproximadamente entre 30 e 60 pessoas por semana, considerando cada empresa particularmente. A maioria dos clientes situa-se na faixa etária entre 18 a 60 anos, sendo que há uma predominância de pessoas do sexo feminino. As atividades praticadas por esse público são as trilhas, trekking, banhos nas cachoeiras, rapel, camping, entre outras opções de lazer e aventura.

Conforme a percepção dos participantes da pesquisa, os segmentos de turismo praticados na serra Grande são ecoturismo, turismo de aventura e turismo de observação de aves. É importante destacar, que o turismo de observação e aves é caracterizado como um segmento de turismo mais exclusivo, e desta forma, o seu público é mais seletivo, geralmente são pessoas com idades entre 50 e 75 anos. Cabe ressaltar, que esta atividade é realizada durante a semana, tendo em vista, a necessidade de preservar a tranquilidade e o silêncio para tal prática.

Os valores dos pacotes turísticos praticados por essas empresas variam em média de R\$ 140,00 (Cento e Quarenta Reais) a R\$ 230,00 (Duzentos e Trinta Reais), sendo inclusos o traslado (transporte), seguro-viagem, acompanhamento por guia e pagamento da entrada. Dentre as empresas participantes dessa pesquisa, apenas uma oferece um serviço a mais (um diferencial), que é café da manhã. O “merchandising” desses pacotes, geralmente são feitas através de divulgações pelas redes sociais, grupos de WhatsApp, e pelos próprios clientes satisfeitos com a experiência obtida que divulgam para seus amigos e familiares, caracterizando o jargão popular “boca a boca”.

As respostas dos representantes foram baseadas pela análise SWOT Ameaças, Desafios, Oportunidades e Envolvimento. Estas categorias foram discutidas e analisadas, levando em consideração a percepção das 10 empresas que compõem a amostra dessa pesquisa.

Quando abordada a questão sobre as condições da infraestrutura, cuja se enquadrava na categoria

ameaça, o entrevistado 1 diz que “a infraestrutura não está preparada para receber turistas. Falta orientação em segurança, rotas, organização no receptivo e controle do fluxo de turistas e agências sem pessoas qualificadas”. O entrevistado 3 complementa: “tem uma estrada que se torna intrafegável, durante um bom tempo, as vezes temos que encerrar a temporada devido ao acesso, ninguém que trabalhe com transporte quer se arriscar”. Uma estrada mal pavimentada e a falta de sinalização dos atrativos, são fatores que devem ser melhorados para promover o crescimento do turismo na região (FERREIRA et al., 2019).

Se a infraestrutura não estiver adequada e preparada para atender as necessidades da atividade turística, certamente comprometerá o desenvolvimento do turismo na região. Portanto uma infraestrutura adequada é fundamental não só para desenvolver o turismo na região, mas também contribui para a melhoria de vida da comunidade (FERREIRA et al., 2018).

O Município onde está localizada a Serra Grande precisa avançar quando se trata de infraestrutura turística e de apoio. É essencial investir em melhorias como realizar a pavimentação das estradas que dão acessos as vilas dos principais atrativos turísticos, iluminação pública e saneamento básicos eficiente e, também colocar sinalização turística especialmente no atrativo, a fim de garantir uma experiência satisfatória aos visitantes (SEPLAN, 2021).

Outra questão evidenciada é a ausência de mão de obra qualificada, pois as pessoas envolvidas na atividade necessitam de qualificação para proporcionar um atendimento de qualidade aos turistas. Isso requer colaboração entre o ente municipal e as instituições responsáveis pela preparação do indivíduo e capacitação deles para o mercado de trabalho. De acordo com o entrevistado 3 “a comunidade não está preparada para receber turistas, está muito longe disso” e o entrevistado 7 concorda e complementa “a comunidade não está preparada para receber turista. Falta comunicação entre eles. Tinha que criar um grupo específico e capacitá-los para atender a demanda. Porém, está melhorando aos poucos.”

Em seu estudo, Souza (2017) notou a falta de capacitação, interfere na qualidade dos serviços, onde 76% dos participantes de sua pesquisa confirmam essa afirmação. Desta forma, é essencial capacitar as pessoas da comunidade para que assim, atendam às necessidades dos turistas, a fim de garantir a satisfação e fidelização de cada um (OLIVEIRA, 2019). A ausência de mão-de-obra qualificada no turismo, os serviços de baixa qualidade prestados e a dificuldade em manter os padrões estabelecidos, desestimulam o turista a voltar e até mesmo indicar a localidade para outras pessoas (ARSHAD et al., 2018).

No critério das categorias apontadas pelos desafios, percebe-se que a ausência do poder público municipal, impacta diretamente no turismo da região, contribuindo com a degradação do atrativo turístico. A falta de fiscalização e controle eficaz por parte do poder público, favorece a antropização acelerada dos atrativos turísticos existentes na Serra Grande. E muitos visitantes não contribuem com a preservação do meio ambiente, pois muitos deixam seus resíduos por onde passam e pode ter consequências graves para a diversidade dos seres bióticos e abióticos que ali habitam. O ambiente de uma determinada localidade turística, não é somente a paisagem e seus componentes, como a vegetação e os seus substratos, tem a fauna e a flora que também vivem neste meio, que merecem uma atenção especial (WOLF et al., 2019).

O entrevistado 4 comenta que: “Ter algum controle de alguma forma, mesmo que não seja o 100%

correto, mas que houvesse ao menos uma tentativa de controle de acesso”. É de suma importância controlar o fluxo de turistas em ambientes naturais, pois esses recursos, como explica Wolf et al. (2019), estão passíveis de antropização e por isso são acometidos por danos muitas vezes irreversíveis, por serem utilizados de forma excessiva ou degradante, resultando em sérios problemas como a diminuição e a destruição da qualidade e que, conseqüentemente pode inibir o desenvolvimento humano, gerando um conflito entre a utilização dos recursos e a proteção ambiental.

O entrevistado 9 pensa da mesma forma e complementa: “Como não tem controle, muita gente vai sem guias e esses deixam seus lixos nas trilhas.” No artigo 9º, inciso II da Lei nº 334/2020, que regulamenta a profissão de condutor local do município, diz que é responsabilidade do condutor recolher os resíduos encontrados nas trilhas e nos atrativos, e colocá-los nos devidos lugares (CANTÁ, 2020). Porém, pela falta de controle da subida de visitantes, ocorre essa situação, na qual as trilhas se encontram com dejetos devido à falta de responsabilidade das pessoas que vão por conta própria. Daí a necessidade da fiscalização por parte do poder público.

Cabe destacar, que a ausência de gestão pública nas ações voltadas ao incentivo do turismo é um indicador que demonstra a inércia do ente municipal para o estabelecimento de políticas públicas voltadas ao estímulo do turismo na região, bem como as diretrizes de um marco regulatório para o turismo na região é incipiente. Não se identificou qualquer ação de natureza institucional até mesmo para a arrecadação fiscal ou outras medidas que poderiam melhorar os investimentos e impulsionar o desenvolvimento da indústria do turismo na região.

Desta forma, o entrevistado 2 diz que “falta iniciativa pública, para melhorar a atividade turística na região”. O entrevistado 3 complementa: “você não vê uma vontade política dos vereadores levantar para um parque municipal ou parque estadual, para entregar para um sindicato dos condutores para fazerem um controle, para fazerem um levantamento de carga para saber quantas pessoas pode subir por dia. A influência que o poder legislativo exerce, seja na esfera municipal, estadual e federal, é de grande relevância que pode impedir o desenvolvimento do turismo na região. Todavia, por outro lado, pode ser atuante de forma catalisadora do crescimento e fomento da atividade no setor (NEVES et al., 2020). Como disse o entrevistado 8, “falta políticas públicas”, deve-se levar em consideração que além de uma infraestrutura básica para a realização da atividade turística, precisa-se também de um sistema de gestão, que seja bem estruturado a fim de garantir a eficiência e êxito do setor (VELASQUEZ et al., 2018).

Fica evidente pelas oportunidades observadas na análise, é que a Serra Grande ainda tem uma natureza conservada. Mesmo que de forma incipiente, a atividade turística na região, ainda gera renda para as pessoas do município. De acordo com o relato dos entrevistados, está aumentando o número de pessoas que estão trabalhando de forma indireta no turismo.

Outro ponto que merece ser destacado por eles é que alguns moradores da comunidade começaram a se capacitar para atender as expectativas dos turistas, por isso afirmam que a comunidade está se preparando para receber os turistas, como ressalta o entrevistado 7 “Algumas pessoas da comunidade começaram a se interessar e fizeram alguns cursos para atender os turistas”. A capacitação profissional é

importante na atividade turística, porque contribui com o desempenho do atendimento ao turista, e assim aumenta a produtividade e competitividade, gerando renda para a comunidade local (BRASIL, 2018).

O entrevistado 6 diz que “atividade turística contribui para o desenvolvimento local”, já o entrevistado 10, diz que “a atividade turística contribui bem pouco para o desenvolvimento da localidade, pois falta mais comprometimento das pessoas envolvidas nas atividades turísticas, principalmente da prefeitura do município”. Para um bom desenvolvimento da localidade, através do turismo, muitos agentes então envolvidos, e todos devem ter o mesmo objetivo, que é alcançar o desenvolvimento local. Desta forma, a união desses agentes se torna primordial a fim de que os resultados almejados sejam benéficos para todos, e a comunidade por sua vez, se torna a principal beneficiada, devido seu espaço ser frequentado e através disso, sua cultura é compartilhada com o público que a frequenta. Enfatiza-se que, os agentes públicos são peças fundamentais neste processo, sendo de inteira responsabilidade deles, realizar manutenções nos equipamentos, oferecer serviços básicos de alta qualidade, capacitar os profissionais e criar políticas e leis municipais que promovam o turismo e o desenvolvimento da região (CAMARGO et al., 2021).

Na categoria envolvimento destaca-se a apreensão dos entrevistados quanto a limpeza das trilhas da Serra Grande, onde alguns guias das empresas se reúnem para fazerem a retirada dos dejetos descartados inadequadamente pelas pessoas, que provavelmente acessam a serra e sobem sem a presença de guias. Essa prática de descarte inadequado de produtos industrializados que ocasionam a degradação da natureza, dificilmente ocorre com visitantes guiados, pois eles são alertados quanto a questão dos seus próprios resíduos, eles são informados do que não se deve deixar e nem levar nada da natureza. Essas medidas tomadas pelas empresas, visam a preservação e conservação do ambiente, e desta forma, as próximas gerações também poderão usufruir deste recurso natural, tão requisitado pelas pessoas.

Como pode-se observar na fala do entrevistado 4 “algumas empresas trazem o lixo, que é gerado no acampamento dos alimentos que eles consomem, como pacotes de biscoitos, sabonetes, garrafas de sucos etc. A gente traz de volta, até o que é dos outros”. O entrevistado 3 diz: “Nós, juntamente com outros guias é que limpamos a trilha, e isso ocorre uma vez ao ano”. Diante disto, é notável a preocupação com o meio ambiente, por parte de alguns envolvidos, pois a atividade turística depende de um ambiente limpo e conservado. Um ambiente conservado e agradável pode criar uma imagem positiva do local, e desta forma aumenta o valor do atrativo e assim, faz com que um maior número de turistas possam visitá-lo. E ainda, os turistas terão o privilégio de desfrutar de um ambiente saudável e equilibrado, e isso desperta neles um maior senso de pertencimento e responsabilidade ao meio ambiente, promovendo a ecoturismo e a preservação dos ecossistemas, e é de grande importância aumentar a consciência ambiental das pessoas, para que percebam o quão importante são os recursos naturais e que necessitam de preservação e conservação desses ecossistemas (TSENG et al., 2019).

Os guias desempenham uma função muito importante no comportamento dos turistas, desta forma, como diz o entrevistado 10 “eu oriento meus clientes a não levarem nada na mochila, e com relação aos resíduos, nossos turistas são orientados a levarem sacolas e colocarem seus resíduos junto com eles”, sendo assim, o guia que presta um bom serviço, reflete suas atitudes em bons comportamentos dos turistas, ou

seja, esses turistas passam a adotar comportamentos sustentáveis (ALAZAIZEH, 2019). Foi perceptível, na pesquisa do autor, que quando os guias incentivam os turistas a desenvolver consciência, preocupação e valorização com o meio ambiente, os turistas costumam a demonstrar um comportamento sustentável. E, quando são informados dos possíveis impactos causados pela praticada da atividade neste ambiente, passam a limitar suas atividades justamente com as que são ecologicamente corretas. Portanto, a presença de um guia pode fazer muita diferença nesses ambientes, pois como vivem dessa atividade, procuram preservar e conservar ao máximo para que a atividade turística não pare de ocorrer.

CONCLUSÕES

Um dos principais obstáculos que inviabiliza o desenvolvimento do turismo na Serra Grande (Cantá-RR), é a ausência de logística de infraestrutura, como a falta de pavimentação das estradas, meios de hospedagem inexistentes, instalações sanitárias inadequadas, indisponibilidade dos serviços de internet e falta de sinalização nas estradas e no ambiente turístico.

Existe a necessidade de investimentos e melhorias por parte do poder público na Serra Grande, Cantá (RR), sendo indispensável que as autoridades estejam alertas a essas demandas e possam atuar de forma eficaz, no sentido de promover a infraestrutura necessária para atrair e atender os visitantes.

Quanto aos desafios identificados, é fundamental uma gestão eficiente e um planejamento adequado para que a atividade turística se desenvolva na Serra Grande, Cantá (RR). O poder público, juntamente com os atores envolvidos, deve promover ações para proteção da Região, implementando políticas públicas, criando parcerias entre os setores públicos e privados, estabelecendo normas e diretrizes que viabilizem a sustentabilidade e equilíbrio da localidade.

Com base nos resultados alcançados, os entrevistados detectaram a observação do perfil do público-alvo e as atividades que podem ser praticadas na Serra Grande, demonstrando o empenho das empresas em atender e satisfazer a necessidade de cada visitante. Estas informações contribuem na compreensão do atual cenário do turismo na Serra Grande, Cantá (RR), identificando possíveis oportunidades para o desenvolvimento da atividade turística local.

Em suma, percebeu-se que o turismo na Serra Grande, Cantá (RR), possui potencial para se desenvolver, porém é essencial que parcerias sejam formadas entre as partes interessadas, e haja comprometimento de todos, visando a melhoria da infraestrutura, capacitação da comunidade e promoção de uma gestão ambiental integrada. Com essas medidas, será possível explorar o potencial turístico da Serra Grande, Cantá (RR), de forma sustentável, proporcionando experiências enriquecedoras aos visitantes.

REFERÊNCIAS

ALAZAIZEH, M. M.. Tour guide performance and sustainable visitor behavior at cultural heritage sites. **Journal of Sustainable Tourism**, v.27, n.11, p.1708-1724, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1658766>

ARSHAD, M. I.; IQBAL, M. A.; SHAHBAZ, M.. Pakistan tourism industry and challenges: a review. **Asia Pacific Journal of**

Tourism Research, v.23, n.2, p.121-132, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1410192>

BARBOSA, L. G. M.. **Índice de competitividade do turismo nacional**: destino indutores do desenvolvimento turístico regional. Brasília: MT, 2013.

BARDIN, L.. **Análise de Conteúdo**. 70 ed. São Paulo, 2006.

BENI, M. C.. **Análise estrutural do turismo**. 2 ed. São Paulo: SENAC, 1998.

BOITEUX, B. C.; WERNER, M.. **Planejamento e Organização do Turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark. 2003.

BRASIL. **Plano nacional de turismo 2018-2022**: mais emprego e renda para o Brasil. Brasília: DOU, 2018.

CAMARGO, B. L. N.; VANDERLEI, D. M. S.; PRESTES, P.; PEREIRA, S. L.. A importância da integração entre os atores locais e regionais para o desenvolvimento do turismo. **Revista Alomorfia**, v.5, n.1, p.189-201, 2021.

CANTÁ. **Lei Municipal nº 334, de 12 de agosto de 2020**. Regula a atividade de Condutor de Turismo local no município de Cantá e dá outras providências. Roraima: DOE, 2020.

COSTA, C. A. F.; SANTOS, N.. A paisagem enquanto produto turístico e patrimônio natural e cultural.: O caso da Serra da Estrela. **Cadernos de Geografia**, n.38, p.23-41, 2018. DOI: https://doi.org/10.14195/0871-1623_38

COSTA, S. P.; SONAGLIO, K. E.; WIESNIESKI, L. B.. A emergência da resiliência no planejamento e gestão turística. **Brazilian Journal of Development**, v.6, n.11, p.91653-91669, 2020. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv6n11-540>

DANTAS, N. L. S.; DANTAS, A. V. S.. Percepção dos impactos do turismo na comunidade de Pitangui (RN). **Ateliê do Turismo**, v.5, n.2, p.129-146, 2021.

SILVA, G. V.; CASTRO GUIMARÃES, J. L.. A importância do turismo para o desenvolvimento econômico local: um estudo em Alter do Chão (Caribe Amazônico), Santarém, Pará, Brasil. **TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo Local Sostenible**, v.12, n.27, p.23, 2019.

ALBUQUERQUE CARACRISTI, M. D. F.; FEGER, J. E.; MINASI, S.; MARYNOWSKI, J. E.. A demanda turística do Parque Estadual do Jalapão (PEJ, Tocantins, Brasil) baseada em comentários de redes sociais. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v.14, n.3, 2021. DOI: <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2021.v14.11406>.

PAULA, L. B.; CASTRO, R. A.; ALVARES, D. F.. Planejamento e gestão de destinos turísticos a partir do fortalecimento e engajamento das partes interessadas. **Revista de Cultura e Turismo**, v.12, n.1, p.31-58, 2018.

FERREIRA, D. L. G.; CORDEIRO, J.; CALAZANS, G. M.. O turismo de base comunitária como perspectiva para a preservação da biodiversidade e aspectos culturais da Serra dos Alves, Itabira (MG). **Research, Society and Development**, v.8, n.1, 2019. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v8i1.507>

FERREIRA, C. S., SILVA, L. J. R.; GRECHI, D. C.. Infraestrutura básica, marketing e promoção: a competitividade desses indicadores em Dourados e Ponta Porã/MS, a partir dos critérios do projeto 65 Destinos Indutores. **Caderno Virtual**

de Turismo, v.18, n.1, 2018. DOI:

<http://dx.doi.org/10.18472/cvt.18n1.2018.1252>

GIL, A. C.. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas. 1999.

HIRATA, F. A.; BRAGA, D. C.. **Demanda turística e o estudo sobre motivação**. Boa Vista: EdUFRR. 2017.

IBGE. Conta nacionais. **PIB varia -0,2% no quarto trimestre e fecha 2022 em 2,9%**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

IGNARRA, L. R.. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 2002.

LEANDRO, A. F. S. M.; ABRANJA, N.. Turismo sustentável: A disposição do turista na contribuição da implementação da sustentabilidade no turismo. **Tourism and Hospitality International Journal**, v.17, n.1, p.173-186, 2021. DOI: [https://doi.org/10.57883/thij17\(1\)2021.30924](https://doi.org/10.57883/thij17(1)2021.30924)

MOLINA, S.. **Turismo: metodologia e planejamento**. Bauru: Edusc, 2005.

MONTEJANO, J. M.. **Estrutura do mercado turístico**. 2 ed. São Paulo: Roca, 2001.

MOREIRA, R.; FERREIRA, Â.; CORREIA, R.. O perfil e as motivações turísticas: os turistas do concelho de Torre de Moncorvo. In: INTERNATIONAL CONFERENCE OF APPLIED BUSINESS AND MANAGEMENT. **Anais**. ISAG-European Business School, 2022.

NEVES, C.S. B.; FILIPPIM, M. L.. A perspectiva dos vereadores sobre o turismo em Matinhos, litoral do Paraná. **Revista Turismo & Cidades**, v.2, n.4, p.11-34, 2020.

OLIVEIRA, N. A.. Gestão de pessoas em turismo. **TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible**. v.12, n.26, p.6, 2019.

OLIVEIRA, F. F.. **Gestão de Agências de Viagens II**. Rio de Janeiro: Cecierj, 2016.

OLIVEIRA, D.; TAVARES, F.; PACHECO, L.. Os Passadiços do Paiva. Estudo exploratório do seu impacto económico e social. **Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science**, v.8, n.1, p.242-264. DOI: <http://dx.doi.org/10.21664/2238-8869.2019v8i1>

OMT. Organização Mundial de Turismo. **Barômetro de Turismo Mundial da OMT**. 2023.

OMT. Organização Mundial de Turismo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PAZINI, R.; BRAGA, D. C.; GÂNDARA, J. M. G.. 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. DOI: <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n2.2017.1269>

PIMENTEL, T. D.; CARVALHO, F. C. C.. Autoavaliação do grau de desenvolvimento da oferta turística com base em seus recursos, atrativos e produtos turísticos. **Rosa dos Ventos**, v.12, n.1, p.43-80, 2020. DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i1p43>

SANTOS, G. N. C.; INÁCIO, J. B.. Observatório do turismo e big data: a importância da informação e da tecnologia no desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e Sustentáveis. **Caminhos de Geografia**, v.19, n.65, p.286-299, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.14393/RCG196521>

SEPLAN. **Inventário Estratégico de oferta turística do Estado de Roraima**. Departamento de Turismo de Roraima, 2021.

SONAGLIO, K. E.. Aproximações entre o turismo e a resiliência: um caminho para a sustentabilidade. **Turismo: Visão e Ação**, v.20, n.1, p.80-104, 2018. DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v20n1.p80-104>

SOUZA, G. J. L.. **A Formação acadêmica dos colaboradores de um hotel executivo em Florianópolis**. Monografia (Tecnólogo em Hotelaria) - Instituto Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2017.

TRINDADE, B. S.; CÉSAR, P. A. B.; VIANNA, S. L. G.. Governança do Turismo: planejamento e gestão local e regional em Gramado (RS) Brasil. **Rosa dos Ventos**, v.11, n.

3, p.653-663, 2019. DOI:

<https://doi.org/10.18226/21789061.v11i3p653>

TSENG, M. L.; LIN, C.; LIN, C. W. R.; WU, K. J.; SRIPHON, T.. Ecotourism development in Thailand: Community participation leads to the value of attractions using linguistic preferences. **Journal of cleaner production**, v.231, p.1319-1329, 2019. DOI:

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.305>

VELASQUEZ, G. G.; OLIVEIRA, J. P.. O Sistema flexível de turismo: avanço na análise sistêmica do turismo. **Turismo: Visão e Ação**, v.20, n.2, p.343-360, 2018. DOI:

<https://doi.org/10.14210/rtva.v20n2.p343-360>

WOLF, I. D.; CROFT, D. B.; GREEN, R. J.. Nature conservation and nature-based tourism: A paradoxo. **Environments**, v.6, n.9, p.104, 2019. DOI:

<https://doi.org/10.3390/environments6090104>

VIGNATTI, F.. **Gestão de Destinos Turísticos: como atrair pessoas para polos, cidades e países**. Rio de Janeiro: SENAC, 2008.

Os autores detêm os direitos autorais de sua obra publicada. A CBPC – Companhia Brasileira de Produção Científica (CNPJ: 11.221.422/0001-03) detêm os direitos materiais dos trabalhos publicados (obras, artigos etc.). Os direitos referem-se à publicação do trabalho em qualquer parte do mundo, incluindo os direitos às renovações, expansões e disseminações da contribuição, bem como outros direitos subsidiários. Todos os trabalhos publicados eletronicamente poderão posteriormente ser publicados em coletâneas impressas ou digitais sob coordenação da Companhia Brasileira de Produção Científica e seus parceiros autorizados. Os (as) autores (as) preservam os direitos autorais, mas não têm permissão para a publicação da contribuição em outro meio, impresso ou digital, em português ou em tradução.