A IMPORTÂNCIA DA QUALIFICAÇÃO PARA O TURISMO RECEPTIVO

Cilmara Domingues dos Santos

Luiz Fernando de Souza

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo apresentar os benefícios que podem ser gerados pelo Turismo Receptivo e a importância da capacitação, tanto profissional, quanto da comunidade em geral para recepção de turistas. O objetivo foi alcançado a partir de pesquisa bibliográfica, em sites e também em acervo pessoal. A partir do estudo realizado nota-se a importância do desenvolvimento de projetos, como o de extensão, por exemplo, que auxiliam na capacitação de alunos e da comunidade para bem-receber o turista**.**

Palavras-chave: Turismo; Turismo Receptivo; Qualificação.

1. INTRODUÇÃO

O Turismo é uma das atividades que mais cresce atualmente, gerando renda, desenvolvimento social e cultural para muitos locais. De acordo com o site www.sedtur.mt.gov.br, no ano de 2013 o Brasil se consolidou com um dos países onde o turismo mais cresce no mundo, com um crescimento maior do que alguns destinos tradicionais como França, Espanha, Itália e México. Um dos motivos para que isso ocorra é o aumento do tempo livre da população em geral, a grande necessidade por lazer e fuga do stress do dia a dia, como aliados surgem os parcelamentos feitos pelas agências e as promoções dos destinos procurados.

Desta forma, aumenta também a exigência do turista. O fácil acesso às informações traz resultados positivos e negativos; positivos para o consumidor que pode conhecer o mundo em apenas um clique e também para um agente consultor que deve estar atento às novidades e conhecer um pouco de tudo. No entanto, a mesma ferramenta que auxilia pode se tornar um ponto negativo a partir do momento em que o profissional não está capacitado para as novidades disponíveis no mundo virtual. Um agente consultor jamais deve falar que não conhece determinado destino, mas que não o visitou.

Com o acesso à internet é possível conhecer um hotel em 360° graus, ou mesmo um destino turístico. Os sites como booking.com, tripadivisor, entre outros, trazem opiniões das mais diversas falando bem ou mal de hotéis, agências e, assim por diante, é um local onde todos podem expor seu ponto de vista sem constrangimentos. Já o empreendedor do ramo turístico precisa ter jogo de cintura e fazer o possível para seu estabelecimento não seja desvalorizado por possuir demasiadamente comentários negativos e cuidar para que os elogios sejam feitos em maior número.

Assim sendo, qualidade acaba se tornando mais difícil no que diz respeito ao Turismo, já que este está inserido no setor de serviços e seu produto não pode ser tangível, fazendo-se necessária uma maior atenção por parte de quem trabalha com esse ramo para que o cliente -turista- possa desfrutar da oferta e, assim, verificar a peculiaridade do que lhe é oferecido.

2. INTRODUÇÃO AO TURISMO

A Revolução Industrial, que ocorreu no século XX fez surgir o tempo de trabalho, tempo livre e tempo de lazer, no qual está o tempo de Turismo. O surgimento da máquina à vapor, neste mesmo período, também auxiliou o desenvolvimento do turismo, já que o tração animal foi deixado de lado e as locomotivas eram velozes e carregavam grande número de pessoas.

Juntamente com o desenvolvimento industrial e, consequentemente, dos transportes, ocorreu também o desenvolvimento do Turismo, tornando a viagem do turista não apenas um negócio para os prestadores de serviço, mas com a percepção de que ao se trabalhar com pessoas, trabalha-se com sonhos. As melhorias nos serviços e equipamentos turísticos tornou-se cada vez mais necessária, fato que pode ser exemplificado na criação do vagão leito, para maior conforto do passageiro, bem como na hotelaria, com criação de banheiros privativos, espelhos de corpo inteiro e, assim por diante.

A partir do que foi discorrido, observa-se que existem várias definições de Turismo, muitas delas citam o não desenvolvimento de atividade remunerada.

> O Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DE LA TORRE apud BARRETO, 2000, p.13).

Esta definição cita que quem viaja a turismo não pode realizar nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, caso isso realmente ocorresse, não poderia haver a segmentação "Turismo de Negócios e Eventos", já que quem participa de uma palestra, por exemplo, está sendo remunerado para isso. Percebe-se, então, que assim como acontece a evolução da atividade, os conceitos a seu respeito também evoluem, No entanto a mais aceita atualmente é da Organização Mundial do Turismo, que cita o Turismo de Negócios.

> O turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante as viagens e estadas, bem como, as relações que surgem entre eles em lugares distintos de seu ambiente natural, por um período de tempo consecutivo inferior à um ano mínimo 24h (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócio e outros. (OMT apud FUNARY; PINSKY, 2003, p. 7).

Percebe-se aí, a evolução de conceitos, já que a OMT possui uma definição muito mais ampla que a do autor de La Torre, enfatizando a atividade turística enquanto geradora de lucro.

A grande busca por Turismo, faz com que seja mais difícil atender à todas as exigências do turista, desta forma, cria-se as segmentações de mercado que facilitam a organização em grupos e também auxilia na hora da preparação profissional para a tender cada público de forma específica.

A exigência por maior qualidade acaba gerando oportunidade, onde podem ser criados novos produtos que atendam desde os desejos mais simples aos mais sofisticados. Consequentemente, isto também gera maiores empregos e auxilia no desenvolvimento econômico daqueles locais que estão atentos aos benefícios que podem ser trazidos pela atividade turística, como segue na afirmação do autor:

> O setor turístico oferece oportunidades de boas alternativas aos empresários que nele investem ou desejam investir, desde que planejados com critério e se estabeleçam em locais convenientes, tanto pela qualidade da oferta e suas especificidades quanto pelo volume da demanda. O

> sucesso, no entanto, depende muito da qualificação do potencial, dos equipamentos e dos serviços oferecidos ou à disposição do público. (ANDRADE, 1999, p.24).

Na afirmação acima, verifica-se que o autor reforça a necessidade da qualidade nos serviços prestados e o mesmo sugere que isto deve ser feito através de planejamento adequado, pois só assim, trará os benefícios almejados por quem investe no setor. Esse planejamento deve estar presente em todas as etapas de uma viagem de turismo, desde o momento em que o turista vai à uma agência de viagens para compra de um pacote turístico, até o momento em que chega ao destino desejado. O planejamento envolve não somente a qualidade dos equipamentos utilizados, mas também dos serviços prestados, como do bem-receber, por exemplo. Desta forma, é possível atender às exigências da demanda, tornando o ato de viajar algo prazeroso e não estressante e cansativo.

A partir do momento em que se trabalha o planejamento de forma adequada, maximizando os bônus e minimizando o ônus é possível fazer com que um destino obtenha sucesso, tornando possível que um país se transforme em um destino receptor.

3. IMPORTÂNCIA DO TURISMO RECEPTIVO

O produto turístico é composto de várias partes como oferta, demanda, produto entre outros. A oferta é basicamente a motivadora de um deslocamento, sendo assim, esta se encontra em um determinado destino que ao motivar o deslocamento do turista em grande número configura-se como um destino receptor de turismo.

O Turismo mundial é dividido em grandes setores, como afirma Queiróz, disponível no site http://turismoreceptivo.wordpress.com/: o exportativo ou emissivo, responsável por venda de passagens, hotéis, resorts, cruzeiros e pacotes formatados através de agências ou operadoras e o receptivo que deve atender à cultura, idioma, recepção e alojamento de turistas, administração, conservação e preservação dos atrativos visitados, ser especializado nas condições, logística e

infraestrutura das cidades onde se inclui formação mão-de-obra, mobilidade, sinalização, limpeza, segurança, iluminação e assistência médica.

Ao se visitar o destino de Turismo, configura-se o que se chama de Turismo Receptivo, no entanto o conceito de turismo receptivo diz respeito ao país como um todo, e não um destino apenas, como na afirmação seguinte:

> O turismo interno e o externo dizem respeito ao núcleo emissor de visitantes ou, com outras palavras, à sua origem e ao seu destino. Mas, quando o núcleo emissor é o país estrangeiro, o país que acolhe os visitantes denomina-se *receptivo*". (ANDRADE, 1999, p.52).

Verifica-se a afirmação do autor de que o turismo receptivo é aquele onde um destino (país) recebe visitantes de outro país, os quais farão uso de toda infraestrutura disponível bem como hotéis, restaurantes, transportes, entre outros.

A importância do turismo receptivo se dá no fato de atrair turistas de outros países para o Brasil e, assim, gerar divisas, beneficiando a comunidade como um todo, como na afirmação seguinte:

> [...] o Turismo fomenta várias atividades, gera negócios, empregos, impostos, salários e consumidores, diminui o desemprego, inadimplência e a violência. Sem falar nos benefícios culturais gerados pela necessidade de formação adequada, conhecimento e idiomas, interação com os turistas de diferentes lugares do mundo, difusão do potencial cultural e econômico da região. (QUEIRÓZ, 2012)

É possível analisar na afirmação acima, que o autor confirma a questão de envolvimento da comunidade e os benefícios que o turismo pode gerar ao abranger a população em geral.

No entanto, o que se nota é que a grande preocupação dos governantes está mais voltada para o emissivo, o qual também gera lucro, mas para uma parcela menor.

A reflexão da uma comunidade acerca da importância de se eleger pessoas da área turística e atuantes no setor, deve se fazer presente no momento de eleger seus representantes para que, desta forma sejam implantadas políticas corretas para o desenvolvimento turístico e feitos os investimento necessários, refletindo em benefícios.

O dinheiro que é gasto por um turista em uma cidade é distribuído para diversos setores da economia loca, financiando assim, pelo menos parcialmente uma melhora na qualidade de vida de um determinado local.

Desta forma, avaliar os lucros gerados pela atividade turística em seu valor nominal, é negar a existência deste ciclo que é o fenômeno turístico e o seu efeito multiplicador na sociedade, há então a necessidade de compreender a importância do turismo receptivo na economia local. E talvez, antes de determinada localidade tentar desenvolver a sua economia através da atividade turística deva entender todo o fenômeno e a importância de profissionais competentes na área para atuar no setor e aplicar uma metodologia adequada, para que toda a comunidade sinta esse tal efeito multiplicador.

O fenômeno turístico, antes de tudo de conhecimento da área, seus benefícios e reveses, e muito investimento dos empreendedores interessados, tanto da iniciativa privada quanto pública para que esse desenvolvimento socioeconômico seja compreendido no contexto turístico da economia local através do conhecimento e do cálculo desse efeito multiplicador.

Além disso, a vinda de turistas proporciona uma enorme troca cultural, desde o modo de se vestir, falar e o próprio idioma, fator que deve ser trabalhado em um destino receptivo, para que os visitantes não se sintam “perdidos” em um país alheio à sua cultura.

Em qualquer tipo de atividade turística existe troca de cultura, mesmo que seja realizada no local mais remoto possível. Nenhum local é igual, os costumes e o modo de viver das pessoas por mais que estas estejam próximas, sempre serão diferentes, os falares, a culinária, os costumes, isso é cultura.

O ser humano desde sempre buscou saber sobre seu passado, como viveram seus antecedentes, onde viviam como eram suas casas e até mesmo o cenário completo, a cidade em si, o país onde moravam, nesse ponto faz-se necessária uma imagem, um símbolo, uma edificação, qualquer coisa que remeta à lembrança do passado, mas não basta apenas lembrar, tem que sentir ao máximo o que seus avós, bisavós viviam, como eram seus costumes, suas crenças, por isso a importância dos objetos concretos que tornam essa vivência mais intensa.

Daí a importância de se trabalhar com a qualificação daqueles que terão contato direto e indireto com os turistas.

3.1 Importância da Qualificação para o Turismo Receptivo

Os turistas além de usufruírem da infraestrutura de um destino, trazem também, além de divisas, a troca de cultura entre visitante e comunidade.

Desta forma, ressalta-se a importância em oferecer qualidade nos serviços ofertados, utilizando-se mais uma vez de Andrade (1999) o qual afirma que a qualidade deve ser ofertada por qualquer país, rico ou pobre, desenvolvido ou subdesenvolvido, pois valoriza os recursos naturais e artificiais e ainda torna-se lucrativo para a economia nacional.

A qualidade dos serviços é item essencial no que diz respeito ao Turismo, como já citado anteriormente. No entanto, qualidade envolve diversos itens para que possa ser alcançada e um deles é a qualificação profissional que se faz necessária na atividade turística, bem como na indústria, comércio e assim por diante.

No entanto, para se trabalhar com Turismo é primordial o gosto pela profissão, pois se trabalha com pessoas e sonhos, e muitas vezes um turista deposita todas as suas expectativas em uma viagem, que deve ser vista pelo profissional com a importância devida, sem menosprezar o gosto do cliente.

As pessoas que buscam um profissional de Turismo trazem consigo necessidades que serão amparadas e solucionadas através do profissional o qual deve sempre ser gentil e atencioso, procurando satisfazer os desejos do nome do cliente e fidelizá-lo. Oferecer revistas, café e bolachinha, são atitudes aparentemente simples, mas que podem fazer toda a diferença na hora do atendimento.

Outro aspecto a ser ressaltado é o repasse de informações, o qual deve ser feito de forma clara, sem causar dúvidas, pois estas podem gerar consequências negativas posteriormente. Sabe-se que, até mesmo por estatísticas que cada cliente insatisfeito repassa esse fato para aproximadamente vinte pessoas e os satisfeitos, contam para aproximadamente cinco.

Por isso a importância de desenvolver a simpatia através de uma boa comunicação que repasse confiança e respeito ao turista. Ao se tratar de problemas

não se deve envolver o lado pessoal, mas sim, o profissional, visando soluções rápidas e, posteriormente, buscando contato para saber quais foram os resultados, no caso de apresentar resultados positivos, possivelmente o cliente voltará ao local.

O profissional de Turismo, muito mais do que os de outros setores, deve ter boa aparência, simpatia, atenção, educação e destreza. Transmitindo segurança para aquele que o procura, seja em uma agência de viagem, em um passeio conduzido por guia, um hotel ou uma empresa de transportes. Ao se trabalhar com pessoas o marketing pessoal é de extrema importância, mas, além disso, saber com o que se trabalha e buscar sempre se aprimorar, sabendo repassar informações desde as mais simples até as mais específicas.

Portanto, a qualificação deve ser interesse do profissional, mas também deve partir de uma união entre setor público e privado, envolvendo não somente quem tem contato direto, mas visando bom atendimento por parte daqueles que fazem contato secundário com o turista, ou seja, a comunidade.

Dentro conceito de qualidade inclui-se os serviços, além daqueles que fazem a atividade acontecer, como os profissionais da área, já citados anteriormente e os residentes que podem auxiliar em uma visão positiva ou negativa do local visitado. Assim sendo, torna-se necessário uma visão positiva da comunidade não somente no âmbito nacional, mas, especificamente do local onde vivem.

Entende-se o Turismo como um fenômeno social, para que produza efeitos positivos deve ser trabalhado junto à comunidade, para que a mesma enxergue a atividade turística como algo benéfico. Desse modo se faz necessário o conhecimento da comunidade em relação à matéria prima do turismo, o espaço, nesse caso a cidade onde vivem. Uma cidade, para que seja bem apresentada ao Turista deve antes ser boa para o seu morador, o qual deve conhecer sua história, tradições e seus patrimônios.

> Se a população, estudantes, professores, hoteleiros, taxistas, comerciantes e vendedores não conhecerem o valor de seus ambientes especiais e o que indicar aos visitantes, todos perdem. (MURTA apud CAMARGO, CRUZ, 2009 p.143.)

Percebe-se na afirmação da autora, a importância do envolvimento de todos, desde aqueles que irão trabalhar com a hospedagem do turista, até aquele morador

que pode prestar uma informação aleatória pra o mesmo. Este envolvimento pode ser feito por meio da academia, ao entrar em contato direto com a comunidade em geral através de projetos de extensão, por exemplo. Empresas também devem estar atentas à necessidade de inclusão e qualificação profissional, pois posteriormente os resultados positivos poderão ser notados através da satisfação do turista que, consequentemente, se reverte em lucro para o empresário e o local como um todo.

Desta forma, cabe aos estabelecimentos de ensino superior possibilitar que esse estudante participe de projetos, como uma forma de ampliar o conhecimento da realidade que o cerca e ter uma visão mais ampla acerca da atividade turística.

Profissionais da área de Turismo devem estar sempre atentos e procurar desenvolver atividades que aprimorem o conhecimento de determinado município. Uma boa forma de envolver a comunidade podem ser os projetos de extensão, que buscam contato direto com moradores e, além do mais, proporcionam a oportunidade para que o estudante possa vivenciar na prática o que é repassado em sala de aula.

4. PROJETO CONHECENDO PG

O projeto Conhecendo PG iniciou suas atividades no ano de 2011 após uma ideia que surgiu no Departamento de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

O principal objetivo é de atender a comunidade em geral, bem como escolas municipais e estaduais, instituições e entidades de classe estimulando o ponta-grossense a conhecer os atrativos turísticos da cidade e divulga-los para os próprios moradores e também para os turistas.

Após ocorrer a união de alguns parceiros para desenvolvimento do projeto, este foi lançado em março de 2011 e logo na semana seguinte já ocorreram os agendamentos.

Já nos primeiros dias, a agenda foi completada fazendo com que fosse necessária a criação de uma lista de espera.

No ano de 2011 o Conhecendo PG, atendeu a maioria dos passeios agendados sendo que, de acordo com relatório do projeto como segue abaixo:

- Natural: 12 agendados, 11 realizados;
- Histórico-Cultural: 8 agendados e realizados;
- Religioso: 4 agendados e realizados;
- Industrial: 1 agendado e realizado.

Neste ano a maioria das saídas foi realizada com escolas e instituições.

Já no ano de 2012 o projeto continuou com suas atividades ampliando o atendimento para estudantes de fora, como os que se deslocaram até Ponta Grossa para participar do Congresso Internacional de Administração, o ADM.

Em 2013, além o atendimento foi feito em escolas, instituições, e também faculdades.

Atualmente, os parceiros do projeto são a Fundação de Turismo, que fornece um guia, Viação Campos Gerais, que fornece o ônibus e Curso de Turismo da UEPG, com estudantes que fazem parte do acompanhamento nas saídas.

Devido ao bom andamento do Conhecendo PG, a parceria foi retomada mais uma vez, já que durantes os três anos de projeto foram realizadas cerca de 70 saídas, com uma média de 2.100 pessoas.

O convênio garante a implantação do projeto junto ao plano de extensão 'Pesquisa e Competitividade para a ordenação territorial do Turismo - Conhecendo PG', coordenado pelo professor da UEPG, Luiz Fernando de Souza.

Os passeios são totalmente gratuitos e dependem apenas de um agendamento antecipado. Com relação à idade dos participantes não existem restrições já que existem roteiros diversificados que atendem desde crianças até o público com mais idade.

Os roteiros integram passeios com abordagem cultural, natural, histórica e religiosa, além do industrial, como segue.

- **Roteiro Religioso:** passa pelo Mosteiro da Ressurreição, Casa do Divino e Catedral, Paróquia São Cristóvão;
- **Roteiro Industrial**: passa pela Beaulieu do Brasil e Heineken Cervejaria;
- **Roteiro Histórico-cultural**: passa pela Praça Marechal Floriano Peixoto, Museu Campos Gerais, Casa da Memória, Estação Saudade e Mansão Vila Hilda,

- **Roteiro natural:** leva à Adega Porto Brazos, em Itaiacoca.

No ano de 2014, a lista de passeios já se completou no primeiro semestre, fazendo-se necessária uma lista de espera.

A partir do que foi discorrido nota-se a importância do desenvolvimento de projetos como o Conhecendo PG, que integrem tanto comunidade local como estudantes, órgãos público e, se possível, entidades privadas também.

Desta forma, todos saem ganhando. A comunidade ganha a partir do momento que obtém conhecimento que, muitas vezes é estritamente acadêmico e de pessoal que trabalha com a atividade turística. Os estudantes ganham quando conseguem obter o contato direto com a realidade ao seu redor, podendo praticar aquilo que é ensinado em sala de aula. E entidades e órgãos públicos recebem vantagens ao ter seu nome divulgado e, posteriormente podendo também se beneficiar com a possível vinda de novos visitantes para a cidade.

5. METODOLOGIA

O método utilizado para a elaboração do presente artigo é o indutivo que consiste em generalizar as observações a fim de se construir uma resposta. Além disso, foram realizadas pesquisas de cunho bibliográfico, os quais foram norteadores do estudo realizado bem como pesquisas em sites e em acervo pessoal.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo, que se desenvolveu juntamente com o desenvolvimento industrial, tornou-se uma das atividades que mais gera divisas para determinado país.

Porém, no que diz respeito ao Brasil nota-se que ainda existe uma grande preocupação com o Turismo Emissivo, enquanto o Receptivo acaba, muitas vezes, sendo deixado de lado por parte das autoridades competentes que deveriam dar mais atenção ao assunto.

Desta forma, ressalta-se a importância do profissional de Turismo para desenvolver atividades que sejam ligadas à essa atividade, já que, muitas vezes, esse trabalho é desenvolvido por pessoas com outra formação e que possuem uma visão equivocada.

O planejamento adequado do Turismo é citado em diversos livros, revistas, sites e assim por diante, e faz-se necessário para minimização dos seus efeitos negativos e maximização dos efeitos positivos. Esse planejamento inclui diversas ações onde pode se incluir a capacitação dos profissionais do setor, e mesmo da comunidade em geral, pois essas pessoas poderão contribuir para uma boa visão de um destino.

Assim, nota-se que projetos de extensão, assim como o Conhecendo PG podem se tornar excelentes ferramentas para essa qualificação, onde todos os agentes participantes saem ganhando e, consequentemente pode existir uma valorização maior da comunidade em geral com relação ao Turismo e seus benefícios, e isso reflete na atração de turistas para visitar determinado local, pois a partir do momento em que os próprios moradores confiam no seu potencial, o visitante também irá confiar.

REFERÊNCIAS

ANDRADE. J, V. **Turismo**: Fundamentos e Dimensões. 6.ed. São Paulo, SP: Ática, 1999.

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo.** 18.ed. Campinas, SP: Papirus, 2009.

BAPTISTA, M. **Turismo:** Competitividade Sustentável. Ed. nº 2393. Lisboa, São Paulo: Verbo. 1997.

BRASIL SE CONSOLIDOU COM UM DOS PAÍSES ONDE O TURISMO MAIS CRESCE NO MUNDO. Disponível em: < http://www.sedtur.mt.gov.br/>. Acesso em: 19 jan. 2014 às 12h15min.

CAMARGO, Patrícia de; DA CRUZ, Gustavo. **Turismo Cultural**: Estratégias, Sustentabilidade e Tendências.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Org.). **Turismo e Patrimônio Cultural**. 3.ed. Rev. e Ampl. São Paulo: Contexto, 2003, p. 17. (Turismo Contexto).

LOHMANN, G; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do Turismo:** Conceito, Modelos e Sistemas. São Paulo, SP: Aleph, 2008.

MARCELINO, N.C. Lazer e Educação. 12.ed. Campinas, SP: Papirus, 2007.

ANSARAH, M, G, R. **Turismo:** Como Aprender, Como Ensinar 2. 3.ed. São Paulo, SP: Senac, 2004.

PARCERIA RETOMA CONHECENDO PG. Disponível em: <http://www.diariodos campos.com.br/variedades/parceria-retoma-conhecendo-pg78238/>. Acesso em: 06 mai. 2014 às 23h32min.

QUEIRÓZ, J. 2012. **Crise na Bahia Expõe Principal Gargalo do Turismo Interno no Brasil**. Disponível em: <http://turismoreceptivo.wordpress.com>. Acesso em: 07 abr. 2014 às 21h40min.