

# **TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: UM ESTUDO NA CIDADE DE GUARAMIRANGA-CE**

Kauana de Sousa Soares

Luís Miguel Dias Caetano

## **RESUMO**

Esse estudo tem o objetivo de buscar entender sobre o turismo e o desenvolvimento local do turismo de Guaramiranga. O município por ter um clima ameno que fortalece o turismo trouxe por meio de convicções coletadas e analisadas das pessoas entrevistadas, que mostrou questionamentos que possam colaborar no crescimento econômico e social. O turismo sendo uma indústria das principais atividades econômicas e inclusivas do Ceará, demonstra sua importância no segmento de desenvolvimento sustentável, que tem significância para o capitalismo que mostra os fenômenos naturais e patrimônios culturais, sendo uma forte influência para os turistas e nativos da região. A Serra de Guaramiranga possui atrativos que contém entretenimento em suas belas paisagens e lazer na parte cultural, além da sua gastronomia que busca ser seu referencial no ramo alimentício e seus festivais que contém cultura e música. A forma metodológica buscou conhecimento do município estudado no site da prefeitura e questionários que são voltados para turistas e donos de empreendimento, realizado no município local com o intuito de colher um panorama sobre o desenvolvimento do turismo e quanto pode gerar benefícios sociais e econômicos. E através desses entretenimentos, a cidade se desenvolve por anos com sua capacidade de inovar cada vez mais. Portanto, o objetivo desse trabalho qualitativo é questionar e avaliar o impacto que o turismo pode trazer soluções que agregam as melhorias de planejamento das estratégias para que sejam planejadas e trabalhadas com o intuito de proporcionar mais desenvolvimento nos fatores econômicos da cidade. Além disso, de acordo com os resultados levantados, a pesquisa salienta os fatores do turismo e a importância de políticas públicas que trazem melhorias no desenvolvimento da cidade, também sugestões para a gestão do turismo que desempenham o seu papel em aumentar o destaque da Serra de Guaramiranga em estratégias definidas em organização, atrativos e renda para obter mais movimentação na cidade.

**Palavras-chave:** Turismo. Administração Pública. Desenvolvimento. Guaramiranga-CE

### **ABSTRACT**

This study aims to seek to understand about tourism and the local development of tourism in Guaramiranga. The municipality, for having a mild climate that strengthens tourism, brought through convictions collected and analyzed by the people interviewed, which showed questions that can collaborate in economic and social growth. Tourism, being an industry of the main economic and inclusive activities in Ceará, demonstrates its importance in the segment of sustainable development, which has significance for capitalism that shows natural phenomena and cultural heritage, being a strong influence for tourists and natives of the region. Serra de Guaramiranga has attractions that contain entertainment in its beautiful landscapes and leisure in the cultural part, in addition to its gastronomy that seeks to be its reference in the food sector and its festivals that contain culture and music. The methodological form sought knowledge of the municipality studied on the city hall website and questionnaires that are aimed at tourists and business owners, carried out in the local municipality in order to gather an overview of the development of tourism and how much it can generate social and economic benefits. And through these entertainments, the city develops for years with its ability to innovate more and more. Therefore, the objective of this qualitative work is to question and evaluate the impact that tourism can bring to solutions that add improvements to the planning of strategies so that they are planned and worked with the aim of providing more development in the economic factors of the city. In addition, according to the results raised, the research highlights the factors of tourism and the importance of public policies that bring improvements in the development of the city, as well as suggestions for tourism management that play their role in increasing the prominence of the Serra de Guaramiranga in strategies defined in organization, attractions and income to get more movement in the city.

**Keywords:** Tourism. Public administration. Development. Guaramiranga-CE

## **Introdução**

No âmbito organizacional é preciso lidar com constantes mudanças que ocorrem no cotidiano, com isso a inovação de uso de estratégias e ferramentas que auxiliam no processo e geram melhores resultados. Dessa forma, o turismo é uma ação marcante e um fenômeno econômico, político, social e cultural, sendo uma atividade econômica mundial que vem se destacando ao longo das décadas. Além disso, é possível captar seus aspectos econômicos e sociais que influenciam na capacidade de gerar empregos, distribuição de renda, e melhorias na qualidade de vida para os nativos.

Segundo Tomazzoni (2009), “o turismo tem um objetivo de uma cadeia produtiva, que tem laços principais como a gastronomia, hotelaria, entretenimento, serviços de lazer e mecanismos de informação que estão associados a pontos específicos da região local: a segurança, o comércio, o transporte, o artesanato, entre outros pontos que caracterizam a região, e também as mais abrangentes, como indústria, educação, estética, agricultura, etc.”

O turismo tem seus diversos significados, reunindo abrangências e abordagens que conquistam, aos poucos, o seu espaço. Nas oportunidades alcançadas de ser um ponto turístico, depende da cidade e suas características ou diferencial.

O município de Guaramiranga é localizado em uma região serrana do estado do Ceará, fazendo parte do Maciço de Baturité e da Área de Proteção Ambiental da Serra de Baturité, onde entre as suas riquezas encontramos o clima frio e grande biodiversidade.

A história da cidade está rodeada de cultura, arte, música, teatro, e entre outros fatores, tornando a cidade muito conhecida no estado do Ceará em outros estados vizinhos, sendo, por vezes, denominada como “Cidade das Flores”, “Cidade da Música”, “Cidade do Vinho”, entre outros nomes. Uma das principais classificações da cidade, é a denominação da “Suíça Cearense”, devido ao seu clima que já virou notícia diversas vezes pela medida de temperatura, se assemelhando ao clima europeu, tornando-se refúgio para aqueles que procuram se refrescar e aproveitar um clima frio.

A região antes era habitada por várias etnias, e por passar momentos históricos como o aumento das plantações, expansão da pecuária, que se estabeleceu o centro urbano, antes da nomenclatura “Guaramiranga”, era chamada Vila da Conceição. No ano de 1980, se originou nesse famoso nome, que o topônimo é dividido em duas partes, primeiro “guará” que vem de vermelho, e segundo “miranga” que representa garça que significa pássaro vermelho, nome vindo do Tupi-Guarani e que tem grande relevância no território brasileiro.

Segundo os dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), realizado em 2010 e algumas estimativas em 2019, a área territorial é de 90,817 km<sup>2</sup>. As estimativas apontam para uma população de 5.073 pessoas; uma densidade demográfica de 70,06 hab/km<sup>2</sup>, a escolarização de crianças entre 6 a 14 anos é de 97,6% e o índice de desenvolvimento humano municipal situa-se em 0,637. A cidade possui conjuntos e comunidades que são mais afastadas e que fazem limites do município, tendo as divisões da população nesses espaços.

Em termos de empregabilidade no município, se divide em cargos públicos que são estabelecidos em prefeitura, hospitais, setores das secretarias e no setor privado que são em restaurantes, hotéis, pousadas, agências, lojas e entre outros empreendimentos. E também se destaca pela agricultura e cultivo das flores que se localiza na zona rural do município, trazendo o processo do plantio e colheita até a comercialização, sendo assim, fortalecendo costumes e tradições da agricultura e os comércios da cidade.

A cidade garante melhores condições para residentes e visitantes, tornando-se necessário que existem melhorias de infraestruturas do município para suprir as necessidades e serviços privados que buscam ter aumento de vendas e mais lucro. Nesse sentido, o setor público tenta garantir algumas infraestruturas e o setor privado os serviços de acolhimento, compondo a necessidade de forma complementar na tentativa de oferecer melhores condições para um crescimento econômico no município.

Diante do papel importante que o setor de turismo desempenha dentro da Serra de Guaramiranga, a pesquisa busca identificar melhorias para a cidade, averiguando o nível de satisfação dos envolvidos e trazendo resultados que possam impactar com os profissionais que estão responsáveis pelo turismo, que tentam fortalecer o setor através dos aspectos fortes do turismo regional. Nesse sentido, colocamos como problemática: de que forma o turismo pode contribuir para o desenvolvimento do município de Guaramiranga?

Face a esse contexto, a pesquisa tem como objetivo geral analisar o turismo desenvolvido dentro do município de Guaramiranga, conhecendo os fatores turísticos que colaboram para o desenvolvimento econômico da cidade. Para o seu desenvolvimento foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: (i) compreender os estudos sobre turismo, desenvolvimento e estratégia em administração pública, com o foco de compreender a dinâmica de uma cidade turística, (ii) analisar os resultados coletados da pesquisa sobre os visitantes que buscam desfrutar dos benefícios que a cidade oferece no município local e (iii) analisar os resultados coletados do estudo sobre os donos de estabelecimento, para procurar novas estratégias e inovações no quesito de turismo da cidade de Guaramiranga.

A dinâmica do turismo em várias partes do mundo vem se fortalecendo diante das influências que se adequam aos fatores de inovação. No Brasil, o incentivo à busca por inovação, tanto em termos de estratégias quanto de equipamentos, ainda não recebeu destaque devido à predominância da infraestrutura como base principal para o agrupamento do conhecimento. Dessa forma, o desenvolvimento do turismo busca a ideia de ser referência no país, através de sua estratégia em recursos naturais, históricos ou sociais.

Além disso, a pesquisa justifica-se pelo fato de se realizar um levantamento sobre o potencial turístico na cidade de Guaramiranga, conhecendo a percepção dos visitantes e dos comerciantes e apontando para eventuais melhorias na experiência turística.

Nessa perspectiva, analisaremos o papel do turismo no desenvolvimento local, considerando esse desenvolvimento como um processo de melhoria socioeconômica para qualidade de vida da população e envolvendo o fortalecimento da economia local. Também na criação de empregos, o aumento da renda, a preservação dos recursos culturais e naturais, e a promoção da participação da comunidade no desenvolvimento de sua própria região. Por outro lado, a abordagem colocada na pesquisa é de uma oferta turística de base comunitária buscando envolver diretamente a comunidade local nas atividades turísticas.

## **Referencial Teórico**

### **Conceito de Desenvolvimento Local**

Atualmente, o desenvolvimento local é visto como uma forma de oportunidade para o município, gerando destaque em fatores que colaboram na economia brasileira, isto é, fatores que permitem o crescimento do local desejado. Quando se refere ao local, logo vem o fator espaço, mas o desenvolvimento local vai além disso, buscar aumentar os benefícios principalmente em municípios que buscam o crescimento.

“O desenvolvimento local é um conceito que aponta primeiramente para a questão da autonomia municipal, do protagonismo dos atores envolvidos e da capitalização dos resultados no próprio Município. Vale dizer também que o desenvolvimento local não decorre — ou é o resultado automático — do desenvolvimento gerado em outras esferas de governo, como a União ou os Estados, podendo possuir elementos muito próprios, envolvendo atores que habitam, dialogam e transitam também na esfera municipal.” (ENAPE, 2018, p. 6)

O Desenvolvimento local tem como dois aspectos que compreende a essa nomenclatura, “desenvolvimento” que está ligado em novos acontecimentos que contribui no processo de novas ações, gerando benefícios para o município. Já o “local” é referente ao espaço onde ocorreram as mudanças. Com isso percebe-se que esses aspectos que compõem são influenciadores de políticas públicas que possam engrandecer as ações para esse desenvolvimento, assim, corresponde a geração de renda ou riquezas.

Para ter desenvoltura desses conceitos, é preciso entender que existem outras definições que buscam complementar esse processo, nisso o desenvolvimento econômico local é um termo que está associado com a renda e o sistema econômico, já o desenvolvimento social é o resultado que busca obter bens e serviços através desse processo, ou seja, é um resultado de um processo que busca trazer mais benefícios para sociedade e qualidade vida de forma coletiva.

“É importante, no entanto, que as ações municipais não sejam pensadas de forma isolada, e sim por meio de programas que contenham medidas para superar os diversos entraves existentes no circuito econômico local, trabalhando segmentos produtivos diferentes, elos distintos das cadeias produtivas e empreendimentos de porte e caráter diferenciados.” (ENAPE, 2018, p. 24)

Percebe-se que os conceitos citados se complementam, afirma que o conjunto de programas são mais eficientes e consistentes para ultrapassar os desafios do que uma forma individual, desse modo, nota que as políticas públicas são instituídas quando atende o máximo de anseios e tende de impactar mais sociedade, seja de forma econômica, social ou sustentável.

Portanto, a importância de estabelecer um bom desenvolvimento local, é entender os fatores que mais envolve no município para gerar objetivos e métodos que buscam auxiliar nas medidas tomadas para resolver dificuldades ou o impedimento de uma ação realizada.

### **A Importância do Turismo no Desenvolvimento Local**

A significância do turismo para o campo de desenvolvimento está crescendo gradualmente nos países, o valor que existe nesse fator traz benefícios para a população com o objetivo de buscar melhorias nas táticas e metas que colaboram no desenvolvimento local.

“Desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com geração de empregos e renda, proporcionando a inclusão social está previsto no Plano Nacional do Turismo e também no Plano Estadual do Turismo.” (ANDRIOLLI, 2019, p. 5)

Dessa forma, movimentação local, geração de renda e oportunidades são uma trajetória que proporciona o sucesso do espaço que será aplicado, no entanto, para poder alcançar esses objetivos, é dever do município fortalecer o seu turismo através da satisfação das pessoas. Conhecer o espaço que podem conter riquezas seja elas na música, fato histórico, clima, teatro, entre outros fatores que podem encorajar o desenvolvimento econômico e local.

O turismo é uma atividade que movimenta a economia, a cultura, o fator social e entre outros, de qualquer forma, o turismo sempre se encontra em competitividade tanto capitalista ou reconhecimento. Porém os indicadores financeiros e orçamentários para o município não foram adicionados no presente estudo pela falta do acesso desses dados e informações. Nisso, o turismo traz resultados de forma positiva, seja pela influência do fator cultural, histórico ou social, e econômico.

O seu crescimento requer a união de conhecimento e meios atrativos que torne algo inesquecível para as pessoas. Então, o turismo é simplesmente um fator que pode gerar um bom desenvolvimento econômico e social para a cidade e além de trazer bons resultados no setor de turismo.

### **Políticas Públicas para o Turismo Local**

As políticas públicas são um conjunto de ações e decisões realizadas pelo governo para a resolução de dilemas públicos que afetam a sociedade, diante disso, cada governo tem sua rede e projetos que se tornam política pública para beneficiar o interesse público e o desenvolvimento da gestão do turismo.

“As políticas públicas são instrumentos que, se bem elaborados, implementados, monitorados e avaliados corretamente são capazes de promover o desenvolvimento social e econômico, não somente das populações, mas também dos setores da economia ao qual se destinam. São ações que visam à melhoria do bem estar social e, portanto, devem ser elaboradas levando em consideração a participação da sociedade.” (SILVA, COSTA E CARVALHO, 2013, p. 1)

De forma estratégica, para o turismo por ser uma atividade que exige metodologias acaba englobando o conhecimento do território e inovação, deve-se está de alinhado com os princípios das políticas públicas para haja o alcance das metas estabelecidas e saciando as necessidades da população, nisso definir prazos curtos ou longos, para que exista sempre uma rotatividade de atividades que permitem usar a criatividade e inovação.

“Se as políticas nascem do processo de planejamento, há que se reconhecer que, por outro lado, o planejamento é retro-alimentado pelas políticas dele derivadas, pois é no ambiente das políticas públicas que o planejamento ganha corpo, adquire significado. A política não é apenas um instrumento do planejamento; ela é a sua alma.” (CRUZ, 2005, p. 40)

“As políticas públicas são necessárias para o sucesso do setor turístico, pois estabelecem regras e diretrizes a serem cumpridas a longo e médio prazo; sem estas diretrizes o setor está destinado ao insucesso. Estas políticas servem para prevenir os problemas suscitados.” (SILVA, et al, 2013, p. 4)

As políticas públicas exigem um planejamento bem elaborado devido por ser a estrutura do processo de implementação, segundo os autores, a significância da política pública no planejamento do setor de turismo é estar alinhada com as pessoas (gestão) e também com o método estratégico (planejamento), que possam debater as dificuldades que mais fere os resultados almejados.

“Observa-se que as políticas públicas municipal tem se refutado em potencializar a história patrimonial cultural e natural local, como fonte inesgotável de suporte e conhecimento para soluções assertivas de desenvolvimento a partir de atividades turísticas.” (SANTOS, 2019, p. 4)

Por fim, o autor ressalta o potencial que as políticas públicas têm para o turismo local, isso mostra de como pode haver impactos positivos do turismo para as comunidades. A geração de emprego e renda, o estímulo ao empreendedorismo, a preservação e valorização do patrimônio cultural e ambiental, o intercâmbio cultural e a melhoria da qualidade de vida, são benefícios para o município e quando se coloca em planejamento para gerar uma atividade contínua dentro das estratégias, se torna um programa, projeto, até mesmo uma política pública para o turismo.

## **Procedimentos metodológicos**

O presente estudo foi realizado através de uma pesquisa qualitativa com caráter exploratório, recorreu a fontes bibliográficas selecionadas nas plataformas como o Google Acadêmico e Scientific Electronic Library Online (SciELO), sites do município e da prefeitura e fonte de estatística pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Além disso, foram coletados dados através de questionários.

A realização dos questionários que buscam sustentar a pesquisa e a perspectiva do ponto de vista das pessoas que têm empreendimento e também dos visitantes da cidade permitiu que o trabalho tivesse mais impacto diante do assunto, trazendo a opinião das pessoas que dependem do turismo e usa esse fator como sustento de vida, e do outro lado, das pessoas que buscam desfrutar dos benefícios que a região proporciona. Desta forma, a pesquisa em campo tem a relevância de adquirir dados para compor o estudo proposto e analisar o processo de desenvolvimento, enquanto a pesquisa bibliográfica tem o intuito de unir as informações publicadas de acordo com o assunto desejado, tendo o objetivo de auxiliar como base para o desenvolvimento do determinado tema escolhido para a investigação.

O questionário foi aplicado a cem visitantes e cinquenta donos de empreendimentos na cidade, este número corresponde ao da amostra, apesar de não obter um percentual total ou de controle dos turistas. Foram aplicados em uma praça central e nas redondezas do centro do município de Guaramiranga, nos finais de semanas no período entre 26 de maio de 2023 até 14 de junho de 2023. A abordagem dos questionários ocorreu de forma presencial e online nas plataformas sociais e desempenhados em conversas, assim as respostas eram adicionadas no Google Forms e alimentando a planilha para reunir todas as informações colhidas. Os questionários foram aplicados por uma equipe composta por quatro elementos que, em locais estratégicos da cidade, nomeadamente, com maior fluxo de visitantes, possibilitaram a coleta dos dados.

As seguintes perguntas realizadas no questionário são para as pessoas que estão envolvidas pelo turismo, tendo dois momentos com os turistas e os donos de empreendimento.

### **VISITANTES**

1. Qual o seu gênero?
2. Qual é a sua idade?

3. Qual é a sua formação?
4. Qual é a sua ocupação atual?
5. É sua primeira vez na cidade?
6. Está viajando sozinho?
7. Qual o tipo de hospedagem?
8. Qual o tempo de permanência na viagem?
9. Qual o tipo de transporte utilizado?
10. Qual o consumo médio na viagem?
11. Quais foram os pontos turísticos visitados?
12. Quais as sugestões para o desenvolvimento turístico da cidade?

#### COMERCIANTES

1. Qual o seu gênero?
2. Qual é a sua idade?
3. Qual é a sua formação?
4. Qual é a sua ocupação atual?
5. Você acredita que o turismo tem contribuído para o desenvolvimento econômico da cidade?
6. Em sua opinião, quais são os principais atrativos turísticos da cidade?
7. Em relação aos serviços turísticos oferecidos na cidade, como você avalia: Acomodações, alimentação, transporte e atendimento aos turistas
8. Em sua opinião, quais são as medidas que poderiam ser tomadas para melhorar o turismo na cidade?
9. Você acredita que o turismo pode ser uma alternativa para o desenvolvimento econômico da cidade?
10. Na sua opinião, o turismo na cidade é bem divulgado?
11. Qual a sua opinião sobre a infraestrutura turística na cidade?
12. O que você acredita que o turismo pode trazer para a cidade?

Em seguida, após o processo de aplicação dos questionários, as informações e dados serão trabalhados e apresentados em forma de tabela. Contudo, a análise das informações obtidas foi realizada através de estatística descritiva e as questões abertas através de análise de conteúdo por categorias elaboradas a posteriori. Os resultados de cada tabela serão descritos com o objetivo de captar as opiniões e identificar as demandas relacionadas ao turismo da cidade, relacionando com as ações que o poder público pode impactar nas opiniões detectadas sobre o desenvolvimento e o turismo.

## Resultados e discussões

A apresentação dos resultados da pesquisa será realizada através tabelas e descrição de cada questão realizada. Cada informação obtida neste questionário permite a construção de opinião sobre a região turística. Assim, servirá como base para novos planejamentos de metas e estratégias até as novas ações na região local. O primeiro resultado dos questionários em tabelas e descrição são dos visitantes, em seguida dos donos (as) de empreendimento da cidade.

### 8.1. Resultados dos visitantes

Tabela 1: Gênero dos turistas entrevistados

<b>Gênero</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Feminino	51	51%
Masculino	49	49%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Segundo os dados apresentados na tabela, a maioria dos respondentes que se interessaram foram mulheres com o valor de 51% e homens de 49% no total de 100 pessoas.

Tabela 2: Faixa etária

<b>Faixa etária</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
18 a 24 anos	22	22%
25 a 34 anos	37	37%
35 a 44 anos	19	19%
45 a 54 anos	12	12%
55 anos ou mais	10	10%

Total	100	100%
-------	-----	------

Fonte: Elaboração própria (2023)

De acordo com os dados, no quesito idade, a maioria das pessoas estão na faixa etária de 25 a 34 anos, totalizando 37%, em seguida, por 22% a pessoas entre 18 a 24 anos e por 19% são entre 35 a 44. Portanto, pode-se considerar que a maioria dos respondentes que visitam a cidade é formada por um público jovem.

Tabela 3: Escolaridade

Formação	N	%
Ensino fundamental completo	6	6%
Ensino médio completo	32	32%
Ensino médio incompleto	6	6%
Ensino superior completo	31	31%
Ensino superior incompleto	15	15%
Pós-graduação	10	10%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

De acordo com a tabela, a formação (escolaridade) representa 32% das pessoas que concluíram o ensino médio completo, enquanto 31% das pessoas concluíram o ensino superior completo e 15% do ensino superior incompleto, tendo em vista que, a maioria obtém uma formação escolar.

Tabela 4: Ocupação/ Emprego

Ocupação/Emprego	N	%
Administração	1	1%
Setor administrativo	6	6%
Analista de sistema	1	1%
Analista Operacional	1	1%
Aquaviária	1	1%
Autônomo(a)/Empresário	33	33%
Cinegrafista	1	1%
Construção civil	1	1%
Dono(a) de casa/Aposentado(a)	7	7%
Estudante	10	10%
Indústria	2	2%
Indústria	1	1%
Médico/ Área da saúde	8	8%
Polícia Militar	1	1%
Prestador de serviços	11	11%
Professor/Área da educação	11	11%
Servidor Público	4	4%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Os resultados obtidos na ocupação/emprego dos visitantes podem confirmar que 33% são formados por autônomos (a) /empresários, além destes, a porcentagem do prestador de serviço e professor/Área da educação, tem a representatividade de 22%.

Tabela 5: Visita na cidade

Primeira visita	N	%
Sim	24	24%
Não, 2º vez	14	14%
Não, 3º vez	7	7%
Não, 4º vez	7	7%
Não, 5º vez ou mais	48	48%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Nessa porcentagem, a maioria das pessoas que visitam a cidade costuma a retornar mais vezes, 48% dessas pessoas foram cinco vezes ou mais, assim, podemos reparar que grau de satisfação é bom e como a cidade consegue cativar e fidelizar seus visitantes.

Tabela 6: Acompanhantes

Acompanhantes	N	%
Não, 2 pessoas	24	24%
Não, 3 pessoas	12	12%
Não, 4 pessoas	23	23%

Acompanhantes	N	%
Não, 5 pessoas	10	10%
Não, mais de 5 pessoas	27	27%
Viajar sozinho	4	4%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

A maioria das pessoas que visitam Guaramiranga, pode-se afirmar que vão acompanhadas em grupos que apontam 27% do item de mais de cinco pessoas, 23% de 4 pessoas, e viagem a dois que indica 24%. Juntos formam 74%. Sendo isso, pode explicar o grande fluxo de movimentação que existe na cidade, mesmo que seja raro pessoas irem sozinhas.

Tabela 7: Tipo de hospedagem

Tipo hospedagem	N	%
Camping	3	3%
Casa	17	17%
Casa própria ou familiar	10	10%
Hotel	8	8%
Nenhum	36	36%
Pousada	25	25%
Suíte	1	1%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

O fato de que a movimentação da cidade possa ser grande os números apontam que 36% dessas pessoas vão a passeio e não ocupam nenhum tipo de hospedagem, logo em seguida, pode-se afirmar que 25% das pessoas ocupam pousadas. Dessa forma, os visitantes buscam experiências curtas nos espaços turísticos e na maioria das vezes os mesmos retornam várias vezes à cidade.

Tabela 8: Tempo de permanência.

Tempo da viagem	N	%
1 dia	44	44%
2 a 4 dias	54	54%
3 horas	1	1%
Mais de uma semana	1	1%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Nesse quesito de permanência, a maioria passa de 2 a 4 dias com a porcentagem de 54%, na qual, é definido nos finais de semanas que acontece a maior concentração de pessoas na cidade.

Tabela 9: Transporte utilizado (acesso).

Tipo de transporte	N	%
Carro	68	68%
Moto	22	22%
Ônibus	4	4%
Topique	3	3%

Tipo de transporte	N	%
Van	3	3%
Total	100	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Pelo meio de transporte para ter acesso a cidade, a tabela acima apontam que a maioria da população cerca de 68% informou que possuem carro próprio e 22% possuem moto, no caso, o acesso a cidade é um dos assuntos comentados entre os visitantes por conta das estradas e por não tantas vias onde os veículos possam circular.

Tabela 10: Consumo médio na viagem.

Consumo na viagem	N	%
501,00 a 1000,00	11	11%
Até 100,00	29	30%
De 101,00 a 500,00	48	49%
Mais de 1000,00	10	10%
Total	98	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

O consumo médio da viagem é sobre o custo que o visitante utiliza durante o tempo que passa no município, a maioria tem o custo entre R\$101,00 a R\$500,00 tendo em média de 49%, em seguida, até R\$100,00 que é representado por 30%. Dessa forma, comparando com tempo de permanência que apontou os finais de semanas e logo após, as pessoas que passam o dia na cidade.

Tabela 11: Pontos turísticos visitados.

Tipo de Local	N
Igreja	40
Praça/Centro	36
Restaurante/Bar	33
Cachoeira	27
Pico Alto	21
Parque	12
Camping	6
Museu	3
Feira de artesanato	1
Teatro	1
Trilhas	1
Mirante 360°	1

Fonte: Elaboração própria (2023)

A tabela acima indica os atrativos turísticos que são mais visitados na cidade de Guaramiranga. A igreja, praça central, restaurante/bar são os três mais visitados, de acordo com as informações que o turista repassou. Diante disso, esses pontos turísticos têm a maior concentração de pessoas pela qual foram mais citados na pesquisa.

Ao observar os dados das tabelas adquiridas na pesquisa, de acordo com as tabelas, o perfil dos turistas é formado por um público jovem onde a maioria tem uma formação escolar e o número predominante são de autônomos/empresários, em seguida prestadores de serviços e profissionais da área da educação. Segundo os números, os mesmos têm frequência em ir à cidade e na maioria da vezes estão acompanhados em

grupo ou a dois, além disso, os indivíduos têm costumes de passar o 2 a 4 dias que frequentemente são os finais de semanas em que o grande número estão em pousadas ou optam ir a passeio tem duração de um dia. Conforme a pesquisa, a maior parte dos indivíduos possuem carro próprio e em média o custo da viagem está entre 100,00 reais a 500,00 reais. Além disso, os principais pontos turísticos mais visitados são a igreja, a praça e os restaurantes. Por seguinte, pode-se notar que a cidade cativa seus turistas através da sua frequência e o grande fluxo de pessoas, isso demonstra a existência do valor que o município e seus fatores trazem como benefícios para os indivíduos.

Tabela 12: Sugestão para o desenvolvimento turístico da cidade

Sugestão	Frequência	Exemplos de sugestões
Melhoria nas estradas	12	Reparos nas vias, pavimentação, melhor sinalização e segurança.
Adicionar sinalização	6	Placas indicativas, placas de trânsito
Estacionamento	5	Construção de estacionamentos, vagas adicionais
Valorizar o patrimônio e investir em novos pontos turísticos	4	Restauração de prédios históricos, criação de parques
Divulgação do turismo	4	Campanhas publicitárias, presença em redes sociais
Melhoria das estradas	3	Requalificação das vias, recapeamento
Mais atrações	2	Eventos culturais, exposições
Comércio para o público adolescente	2	Lojas, espaços de entretenimento

Sugestão	Frequência	Exemplos de sugestões
Falta de programação cultural	2	Festivais, shows, apresentações artísticas
Falta de restaurante de baixo custo	2	Restaurantes populares, opções econômicas
Sinalizar as estradas de acesso à cidade	2	Indicar direções, placas informativas
Wi-Fi públicos	2	Disponibilizar acesso gratuito à internet

Fonte: Elaboração própria (2023)

A partir destas sugestões das pessoas, pode-se afirmar que existem demandas turísticas e sugestões para a melhoria dos fatores que precisam ser reparados ou adicionados no plano de estratégias que envolve não só o setor do turismo, mas também outros setores. Os três primeiros itens se referem às estradas e sua deficiência, então o objetivo dessa questão foi ouvir pessoas que têm alguma sugestão sobre esses fatores.

Ao decorrer da pesquisa, temos sugestões citadas com a frequências de uma pontuação dos visitantes, caracterizadas como: manter a limpeza na cidade; trabalhar mais para o setor do turismo; mais visibilidade aos feirantes; teatro parado por muito tempo; falta de informação para hospedagem; obter meios de reciclagem na cidade; e mais informações para os pontos turísticos. Esses pontos seguem com sugestões de resolução da situação pontuada, como por exemplo: campanhas de conscientização, e coleta de lixo; feiras temáticas, divulgação dos produtos; criação de roteiros turísticos, parcerias com empresas; restauração de teatros, programação cultural; guia de hotéis, informações turísticas; coleta seletiva e conscientização ambiental; painéis informativos e *folders*. Esses pontos são sugestões que podem se tornar uma ação ou políticas públicas futuras, desse modo, trariam mais pontos positivos para o turismo e para a população.

### 8.1. Resultados dos (as) donos (as) de empreendimento

Tabela 13: Gênero

Gênero	N	%
Feminino	32	64%
Masculino	18	36%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

De acordo com a pesquisa realizada com os comerciantes e donos de empreendimento em Guaramiranga, a média de respondentes foi do gênero feminino com 64% de 50 questionários feitos, enquanto 36% são representados pelo gênero masculino.

Tabela 14: Faixa etária

Faixa etária	N	%
18 a 24 anos	2	4%
25 a 34 anos	13	26%
35 a 44 anos	12	24%
45 a 54 anos	15	30%
55 anos ou mais	8	16%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Segundo os dados que foram analisados no quesito idade, a maioria são de 45 a 54 anos com a porcentagem de 30%, logo após, com 26%, pessoas com 25 a 34 anos. Ao analisar, percebe-se que as pessoas com empreendimento já são um público adulto.

Tabela 15: Escolaridade

Formação	N	%
Ensino fundamental completo	3	6%
Ensino fundamental incompleto	6	12%
Ensino médio completo	21	42%
Ensino superior completo	7	14%
Ensino superior incompleto	7	14%
Pós-graduação	6	12%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Já na formação (escolaridade), a maioria são do nível ensino médio completo com 42%, já o ensino superior completo e incompleto ambos são de 14%. Diante disso, os empreendedores de nível médio apostaram em seus negócios para ganhar o seu sustento.

Tabela 16: Ocupação

Ocupação	N	%
Artesã	2	4%
Comerciante	27	54%
Empresário	1	2%
Gestor hoteleiro	9	18%
Proprietário de restaurante	11	22%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

A tabela acima mostra a ocupação/emprego que resulta em 54% que são comerciantes, além deles, o ramo de alimentação é um dos empreendimentos mais conhecidos na cidade que segue com 22% como média desses investimentos.

Conforme com os resultados acima, os perfis que os empresários possuem são um público nem tão jovem comparando com os visitantes, a maioria deles em termo de escolaridade tem o segundo grau completo e sua ocupação aponta que a maioria são comerciantes, logo em seguida proprietários de restaurante e gestor hoteleiro. Pode-se considerar que a cidade possui uma desenvoltura em relação aos seus negócios e variedades para atender as necessidades dos nativos e comerciantes, apesar que o município Guaramiranga tem um custo de vida maior do que outros municípios do maciço de Baturité.

Tabela 17: Contribuição do desenvolvimento econômico da cidade

Turismo no desenvolvimento	N	%
Sim	49	98%
Não responde	1	2%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Quanto ao turismo e desenvolvimento, essa tabela está focada como o turismo tem contribuído para o desenvolvimento econômico da cidade, ao apresentar os dados, apenas 1 pessoa que corresponde a 2% não respondeu, enquanto 98% acreditam que o turismo tenha influência positiva dentro da cidade.

Tabela 18: Sobre a divulgação do turismo

Turismo bem divulgado	N	%
Não	29	58%
Sim	21	42%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

A princípio os resultados dessa tabela estavam sendo positivos, algumas pessoas acreditam que as redes sociais seja uma ferramenta mais utilizada para a divulgação do turismo e usando o marketing digital tem a influência de como captar mais visitantes, porém, ainda não é suficiente para demonstrar os benefícios da cidade ou atrair mais pessoas como anos anteriores. As porcentagens indicam que 58% não são bem divulgados, enquanto 42% são bem divulgados. Isso reflete nos resultados dos turistas que também entram em concordância através da tabela de sugestões de melhorias, salientando as campanhas publicitárias e reforçando nas redes sociais.

Tabela 19: Em relação aos serviços turísticos oferecidos na cidade, como você avalia: Acomodações, alimentação, transporte e atendimento aos turistas.

Qualidade infraestrutura turística	N	%
Bom	6	12%
Regular	32	64%
Péssima	2	4%
Ruim	10	20%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Na questão de infraestrutura turística, a maioria considera regular com a porcentagem de 64%, em seguida, 20% das pessoas consideram ruim. De 50 empreendedores que têm uma vivência com a cidade, apontaram que poderia ter melhorias, nesse caso, pontos turísticos e eventos são parte de uma história cultural que deveria ter mais atenção já que os visitantes valorizam uma cidade turística estruturada.

Tabela 20: Medidas que poderiam ser tomadas para melhorar o turismo na cidade

Indicadores	Média	DP
Acomodações	2,84	0,58
Alimentação	2,78	0,90
Transporte	1,62	0,77
Atendimento	2,45	0,68
Geral	2,43	0,47

Fonte: Elaboração própria (2023)

A tabela acima mostra indicadores que influenciam na cidade como acomodação; alimentação; transporte; e atendimento. Os resultados foram baseados nas médias das respostas que resultaram na média de cada indicador e logo após o desvio-padrão.

Tabela 21: Turismo como alternativa para o desenvolvimento

Turismo como alternativa para o desenvolvimento	N	%
Sim	50	100%
Não	0	0%
Total	50	100%

Fonte: Elaboração própria (2023)

Conforme com as informações, o turismo tem sido por anos uma fonte de renda e um fator que influencia no desenvolvimento da cidade, na opinião dos donos de empreendimento concordam 100% que sim, o turismo é uma alternativa para a renda municipal.

Tabela 22: Ponto turístico mais visitado

Local	N
Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga	33
Pico Alto	25
Parque das Trilhas	22
Festival Nordestino de Teatro	18
Igreja de Nossa Senhora da Conceição	13
Mirante 360°	11
Cachoeiras	9
Vale das Nuvens	4
Linha da Serra (Estátua de Fátima e Cabanas da Serra)	1

Fonte: Elaboração própria (2023)

Na tabela acima, são pontos turísticos que mais interessam o público no ponto de vista dos respondentes. Com o número de 33, o Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga é o mais frequentado, em seguida, o Pico Alto com o número de 25 respostas.

Tabela 23: Infraestrutura turística da cidade

Tipo de Medida	N
Investimento em infraestrutura turística	31
Aumento da divulgação da cidade como destino turístico	23
Melhoria da qualidade dos serviços oferecidos	20
Capacitação dos trabalhadores do setor	18

Tipo de Medida	N
Mapeamento da cidade para os turistas	1
Atrações funcionando durante a semana	1

Fonte: Elaboração própria (2023)

Segundo as informações sobre o tipo de medida para melhorar o desenvolvimento turístico, pode-se afirmar que a maioria das pessoas concordam que o item de Investimento em infraestrutura turística é mais recomendado para tipo de melhorias local.

Tabela 24: Vantagens do turismo

Vantagens do turismo	N
Mais empregos	30
Maior movimento no comércio local	28
Investimentos em infraestrutura	10
Maior visibilidade da cidade	14
Fonte de renda	1

Fonte: Elaboração própria (2023)

As vantagens do turismo foi uma questão que traz os benefícios de ações que poderão ser realizadas para o aumento do desenvolvimento do local. Ao ser aplicado nesta pesquisa, o item de “Mais empregos” e “Maior movimento no comércio local” foram os mais votados, dessa forma, concretiza-se que as melhorias são boas opções para contribuir no aumento desse fluxo, já que houve concordância com o público entrevistado. Ao tirar a conclusão dos donos de negócios buscam que a cidade empregue mais e também o aumento de fluxo entre o comércio e os indivíduos.

## 9. Considerações finais

O trabalho realizado atendeu as expectativas do seu objetivo, que buscou analisar as formas que o turismo e o desenvolvimento local são ocorridos e trouxe sugestões que podem ser aplicadas na gestão de turismo do município de Guaramiranga, com o objetivo de melhorias e bons resultados no turismo local. O turismo é uma atribuição que requer desenvolvimento, estratégias e objetivos para ter uma boa recepção aos turistas e fidelizá-los. Percebe-se que o município estudado depende do fluxo de pessoas que visitam a cidade, devido a quantidade de empreendimentos que existem na cidade.

A administração pública tem um papel relevante para o crescimento de novas políticas públicas e como o poder público tem autonomia para desenvolver essas estratégias. É de grande importância que os resultados da pesquisa tenham impactos positivos para auxiliar em novas estratégias que podem ser desenvolvidas. Percebe-se que existem fatores que ajudam no desenvolvimento local, por exemplo, hotelaria, restaurantes, locais de interesse turístico e festival.

Conforme os resultados apresentados, percebe-se que existem deficiências que causam o desinteresse das pessoas que visitam e também prejudica para aqueles que querem promover o seu negócio, apesar que os visitantes retornem com frequência por conta das novidades de atrações ou pontos turísticos então a maioria dos respondentes pretendem voltar a cidade. As necessidades de políticas públicas no município para melhorias em infraestrutura, a divulgação turística da cidade, estratégias de acomodação dos automóveis dos visitantes, aumentar atrações culturais, entre outras ações que poderiam ser realizado com atuantes do turismo com parcerias, como influenciadores que existem na cidade de Guaramiranga com o intuito de informar e atrair os turistas para mostrar os benefícios do lugar, também existem outros influenciadores que vê a cidade para divulgação.

O objetivo desse artigo é questionar e avaliar o impacto que o turismo pode proporcionar no desenvolvimento econômico e social da cidade, além disso, a pesquisa traz sugestões que buscam a melhoria em suas atividades turísticas com intuito de fortalecer o embasamento das informações analisadas.

Portanto, ao mostrar os resultados, podem ser desenvolvidas políticas públicas tanto para os visitantes como também para empreendedores que são os primeiros contatos com o turista, também o investimento na cidade e reforço cultural em atividades que podem ser realizadas.

## Referências

- ANDRIOLLI, Elaine Marisa. **Implantação de roteiro turístico da erva-mate no município de Novo Barreiro - RS - Projeto de intervenção**. Escola Nacional de Administração Pública (Enap), Brasília, p. 1-26, 18 out. 2019.
- BELTRÃO, M. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022**. Ministério do Turismo – Brasil.
- BARRETTO, Margarita. **Cultura e turismo: discussões contemporâneas**. 2. ed. [S. l.]: Campinas: Papirus, 2012. 175 p. ISBN 9788530808549.
- COSTA, Flávia Roberta. **Turismo e patrimônio cultural: interpretação e qualificação**. São Paulo: SENAC, 2009. 251 p. ISBN 9788573598735.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado**. Geosul, Florianópolis, v. 20, n. 40, p. 27-43, dez. 2005.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9. ed. São Paulo: Futura, 1998. 335 p. ISBN 9788574132181.
- GASTAL, Susana; MOESCH, Martini. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. 9. ed. São Paulo: Aleph, 2007. 83 p. ISBN 9788576570363.
- INOVAÇÃO PÚBLICA NO BRASIL: uma visão geral de seus tipos, resultados e indutores.. *In*: CAVALCANTE, Pedro Luiz Costa. **INOVAÇÃO PÚBLICA NO BRASIL: uma visão geral de seus tipos, resultados e indutores..** Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), 2017. cap. 6, p. 119-144.
- LOIOLA, Elizabeth. **Turismo e desenvolvimento local sustentado**. Rap, Rio de Janeiro, p. 818-848, out. 2004.
- MELLO, Leonardo José Amaral de. **Desenvolvimento Local e Sustentabilidade**. *In*: PÚBLICA, Escola Nacional de Administração. Políticas Públicas e Governo Local. Brasília: Enap, 2018. Cap. 3. p. 1-33.
- MODELOS de Administração Pública. *In*: SANABIO, Marcos Tanure; SANTOS, Gilmar José dos; DAVID, Marcus Vinicius. **Administração Pública**

**Contemporânea:** política, democracia e gestão. Juiz de Fora: UFJF, 2013. cap. 1, p. 27. ISBN 978857672166-6.

SANTOS, Jasdenir Maria Cavalcanti dos. **DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO EM TERRITÓRIO INDÍGENA NO MUNICÍPIO DE PESQUEIRA - PE.** Escola Nacional de Administração Pública, Município de Pesqueira, p. 1-29, 2019.

SILVA, Fabiana dos Santos; COSTA, Sarany Rodrigues da; CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de. **POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL:** estratégias para administração da atividade no país. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Rio de Janeiro, p. 1-10, out. 2013.

TOMAZZONI, Edegar Luís. **Turismo e desenvolvimento regional:** dimensões, elementos e indicadores. Caxias do Sul: EDUCS, 2009. 219 p. (Série Turismo). ISBN 9788570615008.