

Recebido: 01.04.2024**Aprovado: 15.05.2024****Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review**

ANÁLISE SWOT SOBRE A EDUCAÇÃO TURÍSTICA NA CIDADE DE MANAUS

SWOT ANALYSIS OF TOURISM EDUCATION IN THE CITY OF MANAUS

Ricardo Sales Dias¹**Email: rsd.tur@uea.edu.br****ORCID: 0009-0007-6280-5997****Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins²****Email: camenezes@uea.edu.br****ORCID: 0000-0003-1830-2042****Lucas Xau dos Santos³****Email: lxds.tur@uea.edu.br****ORCID: 0009-0004-5827-7296****Michella Ribeiro Pereira⁴****Email: mrp.tur@uea.edu.br****ORCID: 0009-0002-0273-8722**

RESUMO

A Análise SWOT é uma ferramenta crucial para avaliar a viabilidade de negócios, fornecendo um diagnóstico organizacional e de mercado que auxilia na formulação de estratégias e tomada de decisões. A utilização dessa ferramenta destaca pontos importantes a serem observados na educação turística na população de Manaus, avaliando o panorama geral no qual essa atividade se insere. O turismo, em suas diversas formas, é uma das atividades econômicas de maior crescimento global, sendo que o turismo de natureza, maior destaque da região, ganha destaque. Embora traga benefícios como geração de emprego e renda, pode também resultar em problemas, como a desvalorização do patrimônio natural e cultural. Investir na educação da sociedade e capacitação dos sujeitos envolvidos é essencial para lidar com esses desafios de forma ética e cidadã. Manaus, com sua rica biodiversidade e patrimônio cultural, enfrenta a pressão do desenvolvimento turístico. Para aproveitar os benefícios do turismo enquanto minimiza os impactos negativos, é necessário um planejamento turístico cuidadoso, incluindo gestão consciente de recursos, desenvolvimento de habilidades e qualificação da força de trabalho.

Palavras-Chave: Ferramenta Swot, Turismo, Manaus.

¹ Graduando em Bacharelado em Turismo. E-mail: rsd.tur22@uea.edu.br. Universidade do Estado do Amazonas

² Turismóloga, Mestre em Gestão de Negócios Turísticos, Doutora em Turismo e Hotelaria, Professora Adjunta do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas. E-mail: camenezes@uea.edu.br

³ Graduando em Bacharelado em Turismo. E-mail: lxds.tur22@uea.edu.br. Universidade do Estado do Amazonas

⁴ Graduanda em Bacharelado em Turismo. E-mail: mrp.tur22@uea.edu.br. Universidade do Estado do Amazonas

ABSTRACT

The SWOT Analysis stands as a pivotal tool for assessing business viability, offering an organizational and market diagnosis that aids in strategy formulation and decision-making. Its application underscores crucial points to be observed in educating the population of Manaus about tourism, evaluating the overall landscape in which this activity operates. Tourism, in its diverse forms, emerges as one of the fastest-growing global economic activities, with nature tourism, a major highlight of the region, taking center stage. While bringing benefits such as job creation and income generation, it can also lead to issues like the devaluation of natural and cultural heritage. Investing in societal education and capacity building for stakeholders is crucial to addressing these challenges ethically and responsibly. Manaus, with its rich biodiversity and cultural heritage, faces the pressures of tourism development. To harness the benefits of tourism while minimizing negative impacts, careful tourism planning is essential, including conscientious resource management, skill development, and workforce qualification.

Keywords: SWOT Analysis Tool, Tourism, Manaus.

1. INTRODUÇÃO

A sigla SWOT, originada do idioma inglês e um acrônimo de *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Trata-se de uma análise para constatar a posição metodológica de uma empresa, ou nesse caso, da área abordada, de forma a compreender cada variável que forma o que se chama de Matriz SWOT, que possui dois pontos importantes: **Interno** e **Externo**

O ambiente interno abrange tudo que está dentro dos domínios da empresa e, portanto, pode ser controlado, no qual observam-se pontos **Fortes** e **Fracos**. O ambiente externo se refere às situações que não estão diretamente envolvidas com a empresa, no qual aparecem as **Oportunidade** e as **Ameaças** (Trigo et al., 2020).

A Análise SWOT é uma ferramenta valiosa para avaliar a viabilidade de negócios, oferecendo um diagnóstico da organização e do mercado, auxiliando na formulação de estratégias e na tomada de decisões em áreas que precisam de melhorias, abordando desafios e riscos. Este trabalho de pesquisa visa destacar aspectos cruciais para a implementação da educação turística para a população de Manaus.

Com suas diversas formas e modalidades o turismo é uma das atividades econômicas que mais cresce no mundo. O segmento *Nature-based tourism* (Turismo baseado na natureza) se destaca gradativamente ao longo dos anos segundo a **Pesquisa sobre a potência do ecoturismo brasileiro**, realizada pela Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura (ABETA), Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR) e Ministério do Turismo. Manaus é uma cidade prospera, por se encontrar no coração da floresta amazônica, sendo assim, a capital do estado do Amazonas, é um dos mais importantes destinos dos turistas que visam identificar a diversidade cultura existente, as

belezas naturais como o encontro entre Rio Negro e Solimões e a maior floresta tropical do mundo (Ito, 2022).

A capital do Amazonas, com 1.571.000 km² dos 6.700.000 km² de floresta tropical pertencente a Amazonia Legal, referenciada como um dos destinos turísticos mais procurados devido seus atrativos naturais e culturais, é o sujeito do presente estudo. Como objeto da pesquisa temos a Educação Turística.

É nesse cenário que as cidades com recursos naturais ou histórico-culturais, tornam-se válvula de escape na busca de qualidade de vida, o que chama o interesse da iniciativa pública e privada, para desenvolver um turismo que atenda essa demanda. Nessa realidade, faz-se necessário sistemas de gestão que desenvolva um turismo planejado atentando conscientemente para recursos e ofertas, diminuindo os aspectos negativos, fazendo crescer os aspectos positivos, estimulando a geração de emprego e renda, proporcionando qualificação, fatores fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística de uma região.

Tudo que foi dito até então, acarreta um saldo positivo na balança comercial brasileira, em especial, nos destinos turísticos, pois gera emprego e renda favorecendo localidades estratificadas e afastadas dos centros de desenvolvimento econômico do país, amenizando as desigualdades sociais provocadas pela má distribuição de renda territorial.

Tais questões geram desafios com investidas na educação da sociedade como um todo, e capacitação da parcela que atua no contato direto com turistas, integrando ambas as partes de forma ética e cidadã no fenômeno turístico.

2. METODOLOGIA

Como procedimento metodológico, trata-se estudo de natureza qualitativa, na qual buscou-se fundamentar uma pesquisa descritiva exploratória de caráter bibliográfico e documental, baseada em Prodanov e Freitas (2013). A fonte da coleta de dados se fez em ambiente virtual a partir de pesquisas em indexadores e periódicos do Google Acadêmico, SciELO e Capes.

Prodanov e Freitas (2013, p.70) abordam que a pesquisa de caráter qualitativo se destaca pela busca em compreender os aspectos sociais, culturais e humanos que não são passíveis de quantificação, ou que não deveriam sê-lo. Esses autores descrevem que a pesquisa descritiva exploratória de caráter bibliográfico e documental busca descrever e explorar um tema, problema ou fenômeno por meio da análise de fontes disponíveis. Visa compreender o estado

atual do conhecimento sobre o assunto, identificando lacunas, tendências e perspectivas futuras, ampliando o entendimento e fundamentando novas pesquisas ou intervenções.

Durante a pesquisa, foi possível formar um posicionamento sobre a capacidade e a necessidade de intervenção na educação turística da cidade de Manaus, o que permitiu criar um breve levantamento que serviu de base para elaborar a Matriz SWOT.

3. RESULTADOS E DISCURSÕES

Uma análise SWOT é uma ferramenta simples, porém bastante precisa usada para ajudar organizações a desenvolver estratégias de negócios. Com autoria creditada a dois professores da *Harvard Business School*: **Kenneth Andrews** e **Roland Christense**. A palavra tem sua origem no inglês, sendo um acrônimo de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

Galvão et al. (2008, p.121) explica que as características da análise SWOT:

Se apresenta basicamente como uma análise de cenário e se divide em ambiente interno (Forças e Fraquezas) e ambiente externo (Oportunidades e Ameaças). As forças e fraquezas são determinadas pela posição atual da empresa e se relacionam, quase sempre, a fatores internos. Já as oportunidades e ameaças são antecipações do futuro e estão relacionadas a fatores externos.

3.1 Forças

Cada espaço é composto por lugares moldados pelas experiências e percepções das pessoas, que atribuem sentimentos, memórias e significados a esses locais. No contexto turístico, a Amazonia possui o potencial de se transformar em uma experiência única para os visitantes.

A Amazonia desempenha um papel significativo ao dar consistência ambiental aos turistas de todas as partes do mundo. Suas atribuições agem como elementos empíricos que resistem aos processos de globalização. Ao reproduzirem suas características de maneiras específicas, a Amazônia revela suas singularidades diante da tendência globalizante de padronização (Nogueira, 2004).

3.2 Fraquezas

3.2.1 Capacitação

O turismo brasileiro carece de mão de obra qualificada. Tal demanda fez com que o Governo Brasileiro criasse uma Política Nacional de Qualificação no Turismo, em novembro de 2018, com o apoio da Universidade de Brasília (UnB) e do Conselho Nacional de Turismo. O documento apresenta diretrizes para que o país alcance excelência no atendimento ao turista.

Manaus apresenta características semelhantes a outras cidades turísticas do país em relação à qualidade da mão de obra local. No entanto, destaca-se pela oferta diversificada de cursos especializados, como Curso de Guia, Curso de Inglês Aplicado a Serviços Turísticos e Agente de Informações Turísticas, ministrados em todo o estado pelo Centro de Educação Tecnológica do Amazonas (Cetam), inclusive em parceria com a Empresa Estadual de Turismo do Estado do Amazonas (Amazonastur) e outros, em períodos especiais.

Segundo o site da Amazonastur, a geração de postos de trabalhos formais no segmento cresceu 17,5%, em 2022, em relação ao ano de 2020, com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) da Secretaria de Trabalho do Ministério da Economia.

3.2.2 Propaganda e Marketing

Uma boa estratégia de Marketing é muito importante para propagar o produto turístico de uma determinada localidade, atraindo novos visitantes, porém, precisa-se de cuidado e atenção para elaborar uma campanha de Marketing, pois uma falha nesse processo pode gerar formas indesejadas de interpretação, prejudicando a imagem do destino turístico.

Uma dica na hora de elaborar a estratégia de marketing é analisar campanhas relacionadas ao que se deseja divulgar que deram errado em outros momentos, pois elas ajudam a entender o que não é bem aceito pelo público-alvo, ou ainda pela sociedade local, puxando o assunto para a visão da atividade turística.

3.3 Oportunidades

3.3.1 Turismo no contexto pedagógico

Abordaremos o Turismo no Contexto Pedagógico com base no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da egressa do curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), Clauderlane Monteiro Lima. Seu objetivo foi analisar a viabilidade e os benefícios do

turismo pedagógico para o ensino médio no Amazonas. Lima (2023, p.14) define turismo pedagógico como a interação entre o ensino em sala de aula e o espaço estudado.

A autora sugere que os conteúdos sejam abordados de forma transversal, por meio de projetos, já praticados em algumas escolas, como aula de campo ou passeios no Ensino Fundamental 1. Destaca-se a importância de observar as características da cidade e os elementos que a compõem, pois o turismo educacional pode despertar sensibilização, valorização e preservação da cultura regional e da memória histórica da comunidade e do município.

Para Cardoso (2014, apud Lima 2023, p.15), as atividades com o turismo pedagógico podem ser desenvolvidas em três etapas básicas: 1ª) Despertando a curiosidade; 2ª) Aula-Passeio; e 3ª) Compartilhando as experiências.

3.3.2 Turismo 5.0

Atualmente, o mundo está cada vez mais imerso no ambiente digital e sua importante presença na sociedade não é mais pura projeção futura, mas sim uma realidade do presente. A tecnologia é fundamental para o setor turístico, auxiliando as organizações nas atividades regulares e, simultaneamente, aprimorando a experiência do consumidor. Por esse motivo, estabelecimentos hoteleiros, agências de viagens e turismo, companhias aéreas, restaurantes e demais estabelecimentos gastronômicos e outras formas de negócios desta atividade precisam estar atualizados com as mais recentes inovações tecnológicas a serem usadas em serviços turístico.

3.3.3 Internet e conexão na Região Norte e Manaus

Nesta seção da Análise SWOT, abordaremos os desafios e os progressos na infraestrutura de internet, ressaltando a importância crucial da conectividade para a eficiente implementação do turismo 5.0 e seu impacto no desenvolvimento social e econômico da região. A Região Norte do Brasil, que abrange mais de 45% do território nacional e inclui estados como Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins, junto com o Nordeste, apresenta os indicadores mais baixos de uso da internet no país, conforme indicado pela pesquisa TIC Domicílios e PNAD (Idec, 2022).

As desigualdades históricas e as distâncias extensas e remotas na Região Norte, aliadas à falta de infraestrutura e custos elevados, impactam negativamente os serviços de

telecomunicações. Isso resulta em baixa qualidade, cobertura limitada e preços exorbitantes no acesso à internet (Bolano; Vieira, 2012).

3.3.4 Atividades inerentes ao turismo em Manaus

Manaus destaca-se como um notável polo turístico, enraizado em sua rica herança histórica e cultural. O Centro Histórico de Manaus é um testemunho arquitetônico que transporta visitantes para períodos passados, com suas construções imponentes e ruas pavimentadas de paralelepípedos. Novos segmentos como o Micoturismo na Reserva Adolpho Ducke, são oportunidades diferenciada para os amantes da natureza explorarem uma reserva de biodiversidade notável.

Ao planejar uma viagem a Manaus, muitos turistas já trazem consigo a concepção equivocada de que a Amazônia é homogeneizada exclusivamente pelo modo de vida indígena. Essa percepção, no entanto, revela-se imprecisa quando confrontada com a realidade.

3.4 Ameaças

Destacou-se a Imprudência, Negligência e Imperícia, dos profissionais capacitados, regulamentados e registrados para com a ética e a moral da atividade turística, e a Falta de comprometimento com as Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

As imprudências na educação turística são evidenciadas pela falta de cuidado dos profissionais, que devem ser instruídos para promover uma abordagem educativa que priorize a sustentabilidade, o respeito cultural e a consciência ambiental. Isso inclui evitar fornecer informações imprecisas, desconsiderar a cultura local e incentivar comportamentos irresponsáveis, como desrespeitar normas de segurança e demonstrar falta de sensibilidade cultural.

A negligência é evidenciada pela falta de informações sobre a cultura local, ausência de orientações sobre práticas sustentáveis, descuido na promoção do respeito às normas locais e falta de ênfase na preservação ambiental. É crucial abordar essas questões para garantir uma experiência turística responsável e benéfica tanto para a comunidade local quanto para o meio ambiente.

No Porto de Manaus, especificamente no Cais *Roadway*, são observadas várias negligências de profissionais que oferecem serviços clandestinos. Essas práticas representam

riscos à vida dos clientes que optam por economizar, muitas vezes com produtos como viagens de barco e lancha que claramente carecem de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs). A situação é preocupante e demanda atenção.

Quanto a imperícia, observa-se um profissional que não possui as habilidades necessárias, ou ainda, não está dentro da legalidade, pois não se registra. Não busca aprimorar suas competências, e estratégias metodologias (ambas condições necessárias ao exercício de qualquer profissão), sendo atribuições fundamentais para evitar a imperícia e promover uma educação turística eficaz.

Com o auxílio dessa ferramenta buscamos analisar, os principais pontos discutidos, em sala de aula, acerca da Educação Turística na cidade de Manaus. Como resultado a Matrix SWOT da Educação Turística na cidade de Manaus tomou outra forma devido as pesquisas levantadas. Apesar das forças e ameaças não sofrerem substituição de seus elementos, ocorrerão adição na primeira e instabilidade na segunda, sendo que a segunda cedeu elementos para a primeira.

As fraquezas compartilham com as forças, o posicionamento quanto a capacitação dos profissionais que atuam direta e indiretamente com o turista. Nas oportunidades, identificou-se que existem renomadas instituições públicas, como o Cetam, dentre outros, que investe na qualificação desses profissionais por todo o estado. Nesse sentido essas instituições de ensino buscam esporadicamente parcerias com empresas privadas que operam no setor turístico.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a principal forma de sanar as fraquezas, aproveitar as oportunidades extinguir as ameaças virá através da conscientização do valor cultural e patrimonial das pessoas. Essa sensibilização a consciência da sociedade para o turismo devem ser realizada por meio da divulgação e da educação turística. No que diz respeito à promoção turística, torna-se essencial empregar os canais de comunicação social de maneira integrada, conduzindo campanhas que destaquem a responsabilidade cívica relacionada ao turismo e a valorização do patrimonial cultural tão buscado pelos turistas.

Os habitantes locais e os visitantes podem ser engajados de maneira inovadora, participando da discussão de tópicos, concursos fotográficos, compartilhando relatos de viagens ou acompanhando programas de televisão, rádio e filmes, além de ler jornais, revistas e livros sobre assuntos de respeito e responsabilidade turística.

Para a educação da juventude, pode-se alcançar através da inclusão de assuntos referentes ao turismo nos currículos escolares e da organização de mais excursões educacionais.

A formação e o treinamento de profissionais que atuam diretamente com o turista devem abranger não apenas a capacitação e especialização técnica, mas também os aspectos morais e éticos, assim como os valores filosóficos e espirituais do turismo, como o naturalismo, a fraternidade universal etc. É importante destacar que a sensibilização turística requer a colaboração da comunidade na supervisão do uso e preservação do patrimônio turístico.

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura (ABETA); Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR); Ministério do Turismo. **ECOAR - Pesquisa sobre a potência do ecoturismo brasileiro**. Disponível em: <<https://ecoturismo.sebrae.com.br/storage/midiateca/documentos-1711390137-363.pdf>>.

Acesso em: 06 de fev. 2024.

BOLAÑO, César; Vieira, Eloy. **Economia Política da Internet: sites de redes sociais e luta de classes**. Manaus: Intercom. 2012

Brasil. Decreto nº 5.758, de 13 de abril de 2006. Institui o Plano Estratégico Nacional de Áreas Protegidas - PNAP, seus princípios, diretrizes, objetivos e estratégias, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 17 abr. 2006.

CURY, Mauro José Ferreira. (2002). Marketing turístico do Parque Nacional do Iguaçu: vida selvagem e imagens de animais. **Turismo em Análise**, 13(2) 88-95, 2002.

ITO, Daniel. **Manaus é um dos principais destinos turísticos da região amazônica**. 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/geral/audio/2022-09/manaus-e-um-dos-principais-destinos-turisticos-da-regiao-amazonica>>. Acesso em: 01 mar. 2024.

GALVÃO, Nathallye De Sousa Dantas; De Sousa Melo, Rodrigo. O Método De análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana (PB). **Caderno virtual de turismo**, v. 8, n. 1, 2008.

Idec. Acesso à Internet na Região Norte do Brasil (2022). **Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor e Derechos Digitales**. Disponível em: <<https://idec.org.br/pesquisas-acesso-internet>>. Acesso em: 30 de fevereiro de 2024.

LIMA, Clauderlane Monteiro. **Turismo e Pedagogia: uma proposta inovadora para o ensino médio no Amazonas**. Manaus. 2023.

NOGUEIRA, Marly. Considerações acerca do conceito de lugar geográfico: a singularidade socialmente produzida. In: **VI CONGRESSO Brasileiro de Geógrafos Goiânia**. 2024

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 20

TRIGO, Aline Guimaraes Monteiro; SANTOS, Nilma Silva Rezende dos; MARUYAMA, Úrsula; TRIGO, Jose Aires; ALMEIDA, Lara Brunelle. **Análise Swot: Panoramas Culturais no Rio de Janeiro**. 2020.

Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura (Abeta), a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (embratur) e o Ministério do Turismo;