



**DEPARTAMENTO DA ÁREA DE SERVIÇOS
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

LARISSA MARQUES OLIVEIRA SANTOS

**TURISMO DE INTERCÂMBIO: ESTUDO DE PERFIL E MOTIVAÇÃO DOS
EMPREENDEDORES DESTA SEGMENTAÇÃO EM CUIABÁ - MT**

**CUIABÁ-MT
2021**

FOLHA DE APROVAÇÃO

TURISMO DE INTERCÂMBIO: ESTUDO DE PERFIL E MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES DESTA SEGMENTAÇÃO EM CUIABÁ/MT

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso –
Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.


BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Alini Nunes de Oliveira
(Orientadora – IFMT)



Prof. Dra. Ana Paula Bistaffa de Monlevade
(Examinadora Interna – IFMT)



Prof. Ma. Elen da Silva Moraes
(Examinadora Interna - IFMT)

Data: 30/07/2021

Resultado: Aprovada

TURISMO DE INTERCÂMBIO: ESTUDO DO PERFIL E DA MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES DESTA SEGMENTAÇÃO EM CUIABÁ - MT

Larissa Marques Oliveira Santos¹

Orientadora: Prof^a. Dra. Alini Nunes de Oliveira²

RESUMO

O turismo de intercâmbio é um segmento em expansão que tem o intuito de oferecer experiência e conhecimento aos turistas enquanto viaja ao redor do mundo. Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o setor empresarial cuiabano no que se refere ao turismo de intercâmbio e como objetivos específicos, identificar o perfil dos empreendedores de turismo de intercâmbio em Cuiabá; descrever as motivações que influenciam os empreendedores de intercâmbio a trabalharem nessa segmentação. Para a presente pesquisa, de caráter qualitativo, utilizou-se como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica e documental, assim como o instrumento de levantamento de dados a entrevista com os empreendedores de turismo de intercâmbio da cidade. A importância dessa pesquisa é mostrar o ponto de vista daqueles que ofertam o segmento na cidade. Os resultados indicam que o intercâmbio teve grande influência na vida dos empreendedores de uma forma positiva pelos quais os ajudaram a crescer tanto pessoal quanto profissional. Através de suas experiências puderam auxiliar seus clientes de forma com que sentissem segurança e conforto indicando os pacotes de acordo com perfil de cada cliente e também ajudaram suas agências mesmo em situações como a pandemia, continuaram persistindo e acreditando no crescimento da segmentação.

Palavras-chave: Segmentação do turismo. Turismo de intercâmbio. Empreendedores. Cuiabá/MT.

ABSTRACT

Exchange tourism is an expanding segment that aims to offer experience and knowledge while traveling around the world. This research has as a general objective to analyze the Cuiabano business sector with regard to exchange tourism and as specific objectives, identify the profile of exchange tourism entrepreneurs in Cuiabá; describing the motivations that influence exchange entrepreneurs to work in this segmentation. For this qualitative research, the bibliographic and documentary research was used as methodological procedures, as well as the data collection instrument the interview with the city's exchange tourism entrepreneurs. The importance of this research is to show the point of view of those who proffer the segment in the city. Results indicate that the exchange had a great influence on the entrepreneurs lives in a positive way, by helping them to grow both personally and professionally. Through their experiences, they were able to help their clients so that they felt secure and comfortable, indicating the packages according to each client's profile, they also helped their agencies, even in situations such as the pandemic, they continued to persist and believe in the growth of this segmentation.

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá. laris.marques88@hotmail.com.br

² Professora Orientadora. Doutora em Geografia e Docente do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá do Curso de Bacharelado em Turismo e Eventos Integrado. alini.oliveira@cba.ifmt.edu.br

Key Words: Tourism Segmentation. Exchange Tourism. Entrepreneurs. Cuiabá/MT.

INTRODUÇÃO

De acordo com o Ministério do Turismo (2010a), esta segmentação basicamente está ligada à movimentação turística gerada por atividades de estudo, geralmente seguindo programas de aprendizagem e vivências de novas realidades, que se movimentam com a finalidade de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional.

É importante destacar os aspectos relevantes sobre o turismo de intercâmbio, como ele ocorre e o que leva os empreendedores a optarem por trabalhar nesse segmento turístico para maior êxito na função. O perfil do consumidor que auxilia a criação e renovação dos produtos para que eles possam ter uma experiência e conforto de boa qualidade partindo de seus gostos e, conseqüentemente, promovendo melhorias na gestão das agências ao criar pacotes de Intercâmbio.

Com isso, as perguntas norteadoras que motivam esse estudo surgem a partir das seguintes indagações: Quem são os empreendedores de turismo de intercâmbio da cidade de Cuiabá? O que os motiva a trabalhar nesta segmentação? Assim, considerando a devida relevância desta segmentação, este estudo tem por objetivo geral analisar o setor empresarial cuiabano no que se refere ao turismo de intercâmbio. E como objetivos específicos: identificar o perfil dos empreendedores de turismo de intercâmbio em Cuiabá; descrever as motivações que influenciam os empreendedores de intercâmbio a trabalharem nessa segmentação.

O motivo pelo qual o tema escolhido está sendo abordado foi no intuito de compartilhar novas informações de como está sendo trabalhada a segmentação na cidade de Cuiabá, não só aos moradores, mas também a quem planeja trabalhar na área ou tem interesse em consumir o produto. É importante mostrar novos dados de pesquisa na percepção das agências de viagens e dos próprios empreendedores, que com o passar dos anos estão se reinventando para buscar maior conforto e segurança ao oferecer e criar pacotes de intercâmbio ao consumidor.

Este estudo trata-se de uma pesquisa qualitativa, documental e bibliográfica. A pesquisa qualitativa é definida como uma forma de coleta de informações que visa interpretar a realidade. De acordo com Polit; Becker e Hungler (2004, p. 201), “A pesquisa qualitativa tende a salientar os aspectos dinâmicos, holísticos e individuais da experiência humana, para apreender a

totalidade no contexto daqueles que estão vivenciando o fenômeno”. Com isso, a pesquisa qualitativa possibilita maior zelo com a interpretação da realidade, pois considera os elementos subjetivos das relações sociais do ser humano.

Segundo Fonseca (2002, p. 32), a pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc.

Enquanto que Marconi e Lakatos (2003) destacam que a pesquisa bibliográfica busca identificar toda bibliografia publicada (periódicos, livros, monografias, etc.), pautando o pesquisador sobre o tema estudado. Para este estudo, ainda foram pesquisados acervos particulares das agências que ofertam intercâmbios em Cuiabá, visando compreender as informações sobre os consumidores e pacotes de turismo de intercâmbio.

Para obtenção dos dados primários foram realizadas quatro entrevistas semiestruturadas direcionadas aos empreendedores de agências que comercializam os produtos de Intercâmbio em Cuiabá: Agência de Intercâmbio STB (*Student Travel Bureau*), Best Intercâmbio, IE Intercâmbios e Challenge Intercâmbio. Devido à pandemia de Covid-19, as entrevistas presenciais seguiram os protocolos de segurança com o uso de máscara, álcool em gel e distanciamento com os entrevistados e também foi utilizado o método de entrevista via e-mail para aqueles que nesse período de pandemia estão trabalhando em *home office* e também pela disponibilidade dos entrevistados. Foram consideradas as nove agências de Intercâmbio que oferecem o segmento na cidade de Cuiabá, no entanto, não foram todas que participaram da pesquisa por não retornarem os contatos ou por indisponibilidade do proprietário.

1. TURISMO DE INTERCÂMBIO: CAMINHOS TEÓRICOS DE ENTENDIMENTO

Segundo Ministério do Turismo (2010a) para compreender o turismo de intercâmbio faz-se necessário o entendimento das temáticas que são utilizadas na definição desse segmento: **a)** a primeira trata-se da movimentação turística, que neste caso são os interesses por realização e/ou participação de atividades dirigidas, programas de aprendizagem, conhecimento e entendimento sobre aspectos culturais e sociais em um determinado lugar; **b)** a segunda aborda sobre o interesse pela qualificação e ampliação de conhecimento, visando o aumento no grau de aptidão e instrução individual a partir do desenvolvimento de uma atividade prática; **c)** e a terceira o desenvolvimento do conhecimento propriamente dito, com base em informações e experiências de alguma atividade específica, seja relativo a uma profissão ou até mesmo ao

aprendizado e aprofundamento em outro idioma; **d)** e a quarta que pondera sobre o desenvolvimento pessoal e profissional voltado a um ganho quantitativo e qualitativo em conhecimentos, relevante na formação para o mercado.

Assim como os autores Tomazzoni e Oliveira (2013) abordaram, a experiência proporcionada pelo intercâmbio promove desenvolvimento pessoal, tanto para a pessoa que conhece uma outra realidade, quanto para quem recebe o intercambista. Os benefícios são justamente a troca de experiência das realidades locais e enriquecimento cultural. Por isso, podemos ter uma ideia da dimensão que essa atividade turística ao ser realizada pode contribuir em vários aspectos tanto a quem está ofertando, a quem está consumindo e até mesmo a quem está recebendo os intercambistas em suas casas. Com diferentes realidades, trazem diferentes pontos de vista para todos e ao mesmo tempo agregando novas culturas e conhecimentos.

Com a demanda crescendo, também surgem preocupações e dúvidas de quem tem interesse nesse segmento e uma delas é a questão da idade. Os pacotes ofertados pelas agências ou empreendedores buscam atender a demanda de diferentes idades para que todos possam ter essa experiência de acordo com sua idade e sua preferência de atividade. Segundo Giaretta (2003), a prática de intercâmbio tem aumentando cada vez mais, não só entre os jovens, mas os adultos também vêm tendo interesse na segmentação para trocas de experiências e negócios. Assim sendo, o intercâmbio é um compartilhamento de cultura e experiências, que transforma a vida da pessoa que está realizando o intercâmbio e para a família receptora.

Este segmento oferece benefícios para aqueles que têm o interesse de fazer o segmento internacional, afim de buscar conhecimento e experiências em países estrangeiros para que possam reaproveitar em seu país de origem, assim, desenvolvendo-o. O Ministério do Turismo (2010a, p. 18) afirma que, “adquirir experiência internacional faz parte dos planos de milhares de estudantes de diferentes idades, níveis acadêmicos e de todos os lugares do mundo”.

Assim, o turismo de intercâmbio pode contribuir para o crescimento pessoal e profissional de quem o pratica. Indivíduos que vivenciam a realidade de outras culturas tornam-se mais aptos a conviver com visões diferentes, sendo mais calmos e tolerantes em relação a elas. Fatos como esses podem contribuir para o aprimoramento de características de liderança. O intercâmbio proporciona experiência para ambas as partes, tanto para a pessoa que conhece outra realidade quanto para quem recebe o intercambista (TOMAZZONI; OLIVEIRA, 2013).

O Ministério do Turismo (2010b, p. 15) delimitou o conceito do Turismo de Estudos e Intercâmbio, com base na motivação por atividades e programas de aprendizagem: “turismo de

estudos e intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação”.

Com uma grande demanda no Brasil, nota-se que muitos buscam ter essa experiência devido ao mercado de trabalho dar mais oportunidades a essas pessoas que vivenciaram essa segmentação. Neste contexto, o segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio obteve um crescimento expressivo que pode ser observado na tabela abaixo:

Quadro 01 – Número de intercambistas do Brasil
para o exterior

Ano	Intercambistas (Brasil para o exterior)
2004	42 mil
2005	54 mil
2006	71 mil
2007	85 mil
2008	120 mil
2009	140 mil
2010	167 mil
2011	175 mil
2012	175 mil
2013	202 mil
2014	232 mil

Fonte: Relatório de Inteligência Turismo – Sebrae (2016).

Ao comparar os dados de 2004 a 2014 há um crescimento de 190 mil intercambistas que saíram do Brasil para o exterior, isto é um quantitativo considerável que por si só justifica a relevância de pesquisar sobre a temática supracitada.

Existem diversas modalidades do turismo de intercâmbio com vertentes bastante definidas, como por exemplo, cursos de idiomas; cursos profissionalizantes; estágios; intercâmbios universitários, estudantis e esportivos e visitas técnicas. Entretanto, o direcionamento para cada vertente é identificado e definido de acordo com os interesses do público, da infraestrutura básica necessária, da carga-horária e do conteúdo ministrado, formatado com base em programas e de suas atividades complementares, de acordo com o Ministério do Turismo (2010b).

A procura pelo turismo de intercâmbio tem apresentado intensidade para as modalidades de intercâmbio estudantil (ensino regular de nível fundamental e médio), intercâmbio

universitário, intercâmbio esportivo, cursos de idioma, cursos técnicos e profissionalizantes, estágios profissionais, visitas técnicas e pesquisas científicas (SOARES; ANSILAGO, 2016).

Um dos programas que cresceu em meio do intercâmbio e está sendo um dos motivos do crescimento econômico é o trabalho voluntário, que surgiu entre as instituições filantrópicas e operadores turísticos com o objetivo de buscar novos recursos. O voluntarismo internacional fornece uma grande oportunidade no currículo e além de buscar novas informações de forma sustentável tendo contato com projetos sociais de sua escolha para fora do país (MAGALHÃES, 2015).

Assim, o intercâmbio não contribui apenas na obtenção de conhecimento e informações, também se trata do conhecer a si mesmo, adquirir novas habilidades e ter uma boa comunicação. Uma forma de se encontrar e ter confiança em seu aprendizado para elaborar futuros projetos e ter amizades com diferentes pessoas pelo mundo, dividindo seus costumes e cultura (TOMAZZONI; OLIVEIRA, 2013).

A importância desse segmento turístico está relacionada ao receber e dar oportunidade às pessoas de poderem estudar e até mesmo trabalhar fora de seus países podendo obter experiências da qual possam aproveitar e adquirir novos conhecimentos. Isso ajuda a fortalecer também demandas aos locais atrativos assim fazendo com que o consumo cresça na cidade e esta seja bem vista ao redor do mundo. E um dos mais importantes que seria compartilhar a cultura, fazendo trocas de experiências ao se relacionar com os intercambistas.

Por meio das agências de viagens que distribuem diversos serviços de intercâmbio, há maior facilidade para que as pessoas consumam esse segmento de forma a aderir à preferência dos clientes.

1.1 INTERCÂMBIO AO REDOR DO MUNDO

A atividade de intercâmbio teve o seu início no século XIX começando na Europa onde as famílias ricas desejavam que seus filhos estudassem fora do país com o objetivo de compreender outros idiomas nas melhores universidades da Europa e junto com a melhoria nos meios de transporte e comunicação facilitou com que o movimento desta segmentação fosse mais recorrente e com isso tornou-se possível até para as famílias de classe média usar este meio (GASTAL; KROEFF, 2004).

No Brasil durante os anos 1960 a 1970, em nome de clubes sociais como Rotary e Lions Club promoveram programas onde o objetivo era a troca de conhecimento entre os jovens, onde os estrangeiros eram convidados a passar um tempo morando com famílias brasileiras, para

vivenciar costumes e hábitos diferentes, assim fazendo com que o intercâmbio tivesse mais engajamento.

Uma considerada parcela da sociedade vem desenvolvendo um interesse na procura de desenvolvimento pessoal e profissional, buscando no intercâmbio uma experiência para adquirir conhecimento tanto em cursos, bem como nas dimensões do trabalho e cultura. Assim, Ministério do Turismo (2010b, p. 18) destaca que este:

É um segmento de ampla abrangência que engloba diversas modalidades turísticas, em diversos países do mundo e, como ocorre independentemente de características geográficas ou climáticas específicas, pode ser oferecido durante todo o ano. Seu desenvolvimento ocorre de forma paralela ao desenvolvimento industrial da Europa e posterior à Reforma Protestante, quando uma visão de mundo mais ampla se tornava essencial para acompanhar a evolução científica da época. Destarte, era dada aos jovens a possibilidade de sair de seus países para estudar e conhecer culturas diversas.

Assim, a educação e aprendizado internacional tratado como turismo de Intercâmbio tornou-se parte essencial nas balanças comerciais de países como Estados Unidos, Nova Zelândia, Reino Unido, Austrália e Japão, conforme dados de 2010 da Organização Mundial do Comércio. Isso pode ajudar a desenvolver e trabalhar bem o turismo no Brasil com o prazer de conviver e conhecer pessoas diferentes, aprendendo culturas e costumes diferentes.

Segundo Ministério do Turismo (2010a), muitas vezes esses intercambistas encontram diversos obstáculos até conseguir se qualificar para o mercado de trabalho. Aprender um novo idioma, conhecer novos lugares, ampliar suas visões, se adaptar ao local de destino e as questões financeiras desde valor do curso, moradia e alimentação, são dificuldades a serem enfrentadas no cotidiano, porém que fazem o intercâmbio ser inesquecível. Sem contar as paisagens, a cultura, a beleza que é estar em um outro país.

Gastal e Kroeff (2004, p. 6) apontaram que os intercâmbios culturais iniciaram após I Guerra Mundial, com objetivo de fomentar o entendimento e a reconciliação dos países e culturas recém-saídos do conflito.

Em 1949, houve uma associação de jovens alemães onde formaram um grupo de viagem para que pudessem socializar com pessoas de outros países, numa forma de criar laços com famílias diferentes e desenvolver trabalhos voluntários, assim trazendo uma boa imagem ao país, que na época acontecia a Guerra Mundial.

Londres é uma das cidades mais pesquisadas entre os estudantes para a realização do intercâmbio, conforme a pesquisa feita por uma consultoria britânica QS (*Quacquarelli*

Symonds) com mais de 87 mil estudantes. Os dados mostram que no período dos anos 2018 e 2019, a procura pelo país teve um aumento que colocou a cidade pelo segundo ano consecutivo sendo a melhor cidade do mundo para os estudantes. Isso ocorreu pelo fato de que a cidade fornece diversidade para seus estudantes, universidades que chamam atenção devido a bons materiais de estudo e oportunidades, e inclusive os diversos atrativos turísticos que a cidade apresenta (LONDRES, 2019).

Em meio a pandemia que surgiu no final de 2019, a BELTA fez uma divulgação de dados em agosto de 2020 através de uma *live* para mostrar os impactos que o Turismo de Intercâmbio teve durante a pandemia e quais seriam as tendências de acordo com as escolhas futuras dos estudantes logo após o surgimento da vacina e a segmentação voltasse ao normal. Segundo a BELTA, durante a pandemia os agentes tiveram uma queda de 46% de vendas e consequentemente grande parte dos estudantes tiveram que esperar a liberação dos países pós COVID-19. Nessa mesma pesquisa trazem informações de que os Cursos de Idiomas têm sido um dos pacotes mais vendidos e que em 2019 houve um crescimento de 5,86% na procura de viagens de estudo ao exterior, comparando ao de 2018 que teve 364.400 viajantes para 386.000 viajantes em 2019 (BELTA, 2020).

2. CONTEXTUALIZANDO O TEMA

Conhecida por ser o Centro Geodésico da América do Sul, a cidade de Cuiabá foi fundada no dia 8 de abril de 1719 por Pascoal Moreira Cabral e Miguel Sutil. Estima-se uma população de 618.124 habitantes registrados em 2020 (IBGE, 2021).

Em 2017, o turismo de negócios da cidade teve destaque ao ponto de chegar a R\$3,01 bilhões em vendas de passagens aéreas, diárias de hotéis, locação de veículos e eventos. De acordo com o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), Cuiabá foi uma das cidades apontadas como “melhores cidades brasileiras para o desenvolvimento da atividade”. A cidade também apareceu no ranking *International Congress and Convention Association* (ICCA) (OLIVEIRA, 2017).

Em Cuiabá o setor de agenciamento que oferta o intercâmbio com as seguintes agências: STB Intercâmbio, IE Intercâmbios, Best Intercâmbio, Experimento Intercâmbio, Mango Intercâmbios, Egali Intercâmbios, *Connecting Borders* Intercâmbio e Viagens, CI Intercâmbio e Viagem (porém a mesma já não está mais instalada na cidade, mas apenas em Rondonópolis e Sinop).

Como a busca pelo Intercâmbio vem crescendo a cada ano, surgiu um evento na cidade de Cuiabá onde o público pode tirar suas dúvidas com representantes de Instituições Internacionais com o interesse de viajar e estudar fora do país. A Feira de Educação Internacional promovida pela Best Intercâmbio teve início no ano de 2016 e foi promovida nos anos de 2017, 2018, 2019 e 2020. Estas feiras aconteceram em estabelecimentos como o Hotel Deville, Holiday Inn e Shopping Estação. A cada ano surgia um novo público buscando informações e fechando pacotes com as agências de Intercâmbio. Com pacotes de viagens com diferentes programações e idades, a feira fez com que a busca se tornasse maior ainda; entre eles:

Quadro 02 – Opções de pacotes de intercâmbio

Cursos no Exterior	Programa voltado com o foco em aprimorar diferentes idiomas com seus hobbies, profissões e até mesmo com a família.
High School	Para jovens de 14 a 18 anos, que estejam cursando o ensino médio no Brasil e desejam estudar um semestre ou ano letivo no exterior.
Universidades	Nesta modalidade os estudantes podem optar por fazer apenas um semestre ou um ano do seu curso em uma universidade no exterior.
Trabalhar no Exterior	Com esse programa é possível trabalhar para fora do país para ajudar a aprimorar o idioma e acrescentar uma ótima experiência no currículo, podendo trabalhar na Disney, como au pair, estágios e estudo com trabalho.
Intercâmbio de Férias	É um pacote voltado para até 17 anos onde um grupo de jovens vão para fora do país aproveitar as férias para praticar algum esporte, fazer estágio, se preparar para faculdade.
Imigrar	Para estudantes que querem morar em outro país, esse programa oferece dois principais países: Canadá e Austrália, que vem se destacando entre os brasileiros ao optarem a mudança de país.

Fonte: STB (2021).

No dia 14 de março de 2020 ocorreu a Feira de Educação Internacional no Shopping Estação (figura 01), onde diversas agências de intercâmbio estiveram presentes oferecendo seus pacotes e programas, compartilhando informações e esclarecendo dúvidas ao público presente. Ao todo, foram 50 Instituições Internacionais presentes no evento com pacotes de Curso de Idiomas, High School, Universidade, entre outros. O intuito da feira foi chamar o público que

tem interesse em fazer esse segmento turístico para tirar suas dúvidas com os representantes das Instituições Internacionais pessoalmente para auxiliarem qual pacote ou programa se encaixa com o perfil e o que o interessado busca. Além dos representantes, também estavam presentes intercambistas para compartilharem as suas experiências e vivências que tiveram enquanto estavam fora do país. (FOLHAMAX, 2020)

Figura 01: 5ª edição da Feira de Educação Internacional em Cuiabá



Fonte: a autora, 2020.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para realização das entrevistas foram pesquisadas todas as agências de intercâmbio na cidade de Cuiabá – MT. Durante a procura, foram encontradas nove agências que oferecem a segmentação na cidade e todas estas foram contatadas por meio de redes sociais, e-mail, telefone fixo e whatsapp, contudo, se obteve retorno de apenas quatro agências que estiveram disponíveis e aceitaram fazer parte da pesquisa; entre os entrevistados(as): Rosana Curvo da Agência de Intercâmbio STB, Danylo Souza da Best Intercâmbio, Marlon Oliveira da IE Intercâmbios e Katiusse da Silva Garcia da Challenge Intercâmbio.

Devido à pandemia de COVID-19 que o mundo vem enfrentando, uma das entrevistas feitas foi realizada pessoalmente na agência e gravada com o modo de gravação de voz pelo celular e as outras três foram via e-mail por solicitação dos entrevistados que estão trabalhando em *home office*. Foi solicitado aos entrevistados a assinatura de um documento de autorização à realização e divulgação da pesquisa para fins acadêmicos.

Através da entrevista pode-se observar o impacto que os entrevistados tiveram trabalhando com o Intercâmbio e de como foi importante para eles crescerem tanto na vida pessoal e profissional. Eles contam sobre a satisfação em poder ajudar a realizar o sonho daqueles que buscam em fazer a segmentação turística de intercâmbio e abordam o fato de como é importante fazer essa experiência e de poder vivenciar algo novo que pode lhe ajudar em diversas formas.

3.1 O setor de turismo de intercâmbio em Cuiabá

Rosana é proprietária da Agência de Intercâmbio STB contou que o objetivo da sua agência é mostrar que tem opção para todo tipo de passageiro, com o intercâmbio você pode se adaptar ao tipo de experiência para cada fase da vida que a pessoa está vivendo. **Danylo** que trabalha na Best Intercâmbio conta que o objetivo é proporcionar experiências diferenciadas e únicas aos clientes. **Marlon** que é proprietário da IE Intercâmbios Cuiabá conta que seu objetivo é proporcionar aos clientes a oportunidade de evoluir profissionalmente e pessoalmente por meio da educação internacional. Já **Katiusse** é da agência Challenge Intercâmbio e conta que como objetivo a agência de intercâmbio tem o foco em orientação educacional e de carreiras para gerar experiências inesquecíveis e transformação de vidas.

A respeito do perfil dos empreendedores ao que se refere à idade e formação, **Rosana** contou que tem 40 anos e se formou em Turismo e Hotelaria. **Danylo** tem 34 anos e se formou em Ciências Contábeis. **Marlon** de 28 anos, por sua vez se formou em Engenharia Mecânica. **Katiusse** tem 36 anos e se formou em Turismo.

Questionados sobre o primeiro contato que tiveram com Turismo, **Rosana** teve contato com turismo desde muito nova ao fazer viagens de lazer quando era menor de idade. Quando tinha 14 anos, viajou para Nova York junto com as amigas de sua mãe para acompanhá-las e desde então as amigas de sua mãe já apontavam que ela trabalharia com Turismo no futuro. **Danylo** teve seu primeiro contato ao conseguir o primeiro emprego registrado na agência de viagens. **Marlon** teve o primeiro contato com o intercâmbio em 2010, quando viajou para Fort Lauderdale nos Estados Unidos. **Katiusse** conta que seu primeiro contato com o turismo foi quando começou a trabalhar numa agência de viagens em Cuiabá. Todos os entrevistados tiveram o seu contato com o turismo de forma semelhante, ou seja, o primeiro passo para que eles pudessem trabalhar com essa segmentação foi de fato terem vivenciado tanto trabalhando numa agência de viagens quanto consumindo o pacote de viajar para fora do Brasil.

Questionados sobre quais foram os motivos que os incentivaram a trabalhar com o Intercâmbio, **Rosana** explica que tudo foi de uma forma natural, ela se formou em Turismo, trabalhou um pouco na Hotelaria. Quando voltou para Cuiabá à procura de seguro e viagens por onde já havia feito intercâmbio na STB, surgiu a oportunidade de trabalhar com Intercâmbio e o que a manteve nesse ramo foi o fato de poder ajudar os jovens, de poder ajudar as famílias que queiram que seus filhos tenham oportunidade de estudar no exterior, então foi uma maneira que se encaixou bem por gostar de viajar e proporcionar aos seus clientes viagens com estudos. **Danylo** conta que o Intercâmbio é um mercado promissor e que ele ajuda seus clientes a realizarem os sonhos de poder vivenciar esse segmento. **Marlon** disse sobre as oportunidades de viajar pelo mundo, vivenciar culturas e costumes diferentes, conhecer pessoas e transmitir todo esse conhecimento aos seus clientes para terem a oportunidade de evolução profissional e carreira por meio do Intercâmbio Cultural. **Katiusse** diz que despertou o interesse em ter conhecimento das diferentes opções de estudos e experiências que vários países oferecem, além do constante aprendizado. Com isso, observa-se que a partir do momento que os entrevistados tiveram contato com o turismo e por terem experimentado o intercâmbio os ajudaram a compreender a dimensão que o segmento pode trazer em suas vidas e o que pode fazer na vida de outras pessoas e agora trabalhando com essa segmentação, podem oferecer e ajudar aqueles que sonham em estudar e trabalhar para fora do país de uma maneira que o cliente esteja satisfeito e feliz com sua decisão de ir em busca de novos conhecimentos e novas experiências de vida.

A respeito dos benefícios que o Intercâmbio pode proporcionar ao consumidor, **Rosana** disse que todos possíveis e até mesmo aqueles que você acha que não são possíveis, porque quando se tem a experiência de morar fora do seu país de origem por um tempo, mesmo que seja um mês, a pessoa acaba se adaptando a uma rotina nova, uma alimentação nova, amigos novos e tudo isso faz a pessoa amadurecer, tanto para um adolescente de 13 ou 14 anos quanto para um adulto de 40 anos porque ao sair da sua zona de conforto, ir para um país diferente do seu, você está sujeito a aprender um idioma novo, conhecer cultura nova, pessoas diferentes então o intercâmbio tem pontos positivos até mesmo quando você passa por situações desagradáveis, mas que no final consiga resolver conversando com a família anfitriã, conversando na escola e isso acaba sendo uma superação por ter resolvido um problema. Para **Danylo** é sobre aprender um idioma novo, viver em outra cultura, fazer amigos novos e também sobre assumir as responsabilidades e tomar decisões. **Marlon** diz que os benefícios são a evolução profissional e pessoal através dos estudos internacionais. **Katiusse** cita a experiência

pessoal em ver o mundo com outros olhos e na contribuição educacional que pode abrir portas para novas oportunidades profissionais.

Em se tratando de pacotes de intercâmbio mais procurados em suas agências, **Rosana** explica que nessa fase que estamos passando desde meados de 2020, a demanda para o Ensino Médio está muito em alta no exterior, ou seja, adolescente de 14 a 17 anos e também a Universidade no exterior, que com o inglês avançado pode aplicar para fora do Brasil, mesmo sendo curso superior não é apenas bacharelado, existem programas com curta duração profissionalizantes que em diversos países abrem as portas pra você imigrar, ser residente permanente. **Danylo** respondeu que o Ensino Médio no exterior vem sendo o mais procurado. **Marlon** apontou os pacotes dos Cursos de idioma no Canadá, EUA e países na Europa, o intercâmbio de estudo com a permissão de trabalho, diplomas profissionais e férias *teens*. **Katiusse** aponta os cursos de idiomas (inglês, francês e alemão); preparatório de idiomas para ingressar em Universidades/Colleges (Pathway); cursos com foco em áreas (Business, Medicina, por exemplo); Estudo e Trabalho (inglês com permissão de trabalho) e Profissionalizantes (Hospitality Business, Customer Service, Marketing e T.I.).

Já sobre a faixa etária do público que mais busca viagens de intercâmbio em suas agências, **Rosana** e **Danylo** mencionaram que vem sendo o público mais jovens de 14 a 25 anos. **Marlon** acrescenta que o programa é bem diversificado pois tem clientes de 14 anos até 60 anos, porém não tem limite de idade. Ele diz que o público de 18 a 30 anos tem uma demanda de 60% dos programas. **Katiusse** relata o público *teens* de 12 a 17 anos e adultos de 18 a 45 anos. E que nos últimos anos vem crescendo muito a busca de viajantes acima de 50 anos, que procuram novas oportunidades de imigração e levando a família junto. Com base nessas informações pode-se ratificar o que Giaretta (2003) menciona sobre a prática de intercâmbio tem aumentando não só entre os jovens, mas entre os adultos e idosos também e que todos eles buscam o conhecimento e a vivência nos estudos e negócios, não importa a idade.

De acordo com a BELTA, pessoas acima de 50 anos vem contratando pacotes de intercâmbio regularmente, a cada ano tem aumento de 20% desde 2016. Eles citam o fato de que as pessoas da maior idade sabem exatamente o que precisam e sobre a vontade de explorar o mundo a fora (BELTA, 2019).

Questionados sobre se há períodos de maior e menor procura e o motivo, **Rosana** explica que os embarques dos programas de *High School* e *Higher Education* acontecem geralmente em agosto e setembro, só que a preparação de documentos e a aceitação na universidade e nas escolas são um processo demorado. Então as inscrições começam em

novembro do ano anterior até março do ano referente para a pessoa embarcar em setembro, de acordo com as regras de cada escola. **Danylo** diz que existem sim e que as viagens acontecem em períodos de férias. Ele também conta que no início do primeiro semestre tem muita procura para viagens de férias em julho e no segundo semestre tem procura para viagens de férias em dezembro. Diferente dos dois entrevistados acima, **Marlon** disse que não tem datas específicas de maior procura e que a demanda é consistente ao longo de todos os meses. **Katiusse** também concorda que há sim esses períodos e diz que os cursos de idiomas podem ser realizados a partir de duas semanas. E cursos como *College* variam de dois anos para Certificado ou Diploma e graduação está entre três a quatro anos. Além da pós-graduação e mestrado de um a dois anos.

Em se tratando do momento atual em que o país ainda se encontra numa situação de pandemia de COVID-19, questionou-se os entrevistados sobre como as agências estão lidando diante da pandemia. **Rosana** comentou que no início da pandemia em março de 2020, imaginava que em quatro meses tudo voltaria normalizado, porém acabou se estendendo e com isso, o proprietário da rede STB no Brasil, José Carlos, em meio a uma de suas reuniões, disse um ditado: “Em tempos de crise, tem quem chora e tem aquela pessoa que vende o lenço”. Ela conta que a maioria das agências de intercâmbio tiveram dificuldades para lidar no início. No caso dela, a mesma tentou superar os problemas e entrou em contato com todos os seus clientes para achar a melhor solução de lidar com a pandemia, ou seja, assegurando seus clientes que quando tudo voltasse ao normal, não teriam dificuldades para fazer o intercâmbio mesmo depois de um ano as barreiras terem fechado. **Danylo** conta que no início tiveram um grande impacto. O mundo inteiro fechou suas fronteiras, ninguém podia entrar ou sair. A agência teve que reorganizar toda a estrutura física e pessoal da agência e que hoje em dia, quase um ano e meio depois, as coisas começaram a voltar ao normal. **Marlon** também fala que foi preciso de muita resiliência para lidar com as adversidades e tranquilizar os seus clientes que estavam com embarque agendados. Porém cresceram profissionalmente com todas as adversidades e que estão mais fortes. **Katiusse** explicou sobre a constante adaptação com a mudança de regras, a qualificação em métodos de negociação e marketing, e a necessidade de ir se ajustando as novas oportunidades de estudo junto as instituições de ensino no exterior, como cursos online e híbrido (estudante inicia online e termina presencial no país de escolha).

Por fim, foram questionados a deixarem um conselho para aqueles que pensam em fazer intercâmbio futuramente ou até mesmo para aqueles que planejam trabalhar nessa segmentação. **Rosana** diz para quem quer fazer intercâmbio a palavra certa é fazer com organização e com antecedência, tem que se planejar, tem que estar disposto a ouvir o que uma

pessoa que trabalha com educação internacional tem a dizer. Então quem está disposto a fazer intercâmbio tem que procurar a assessoria e ter um diálogo muito aberto e sincero a respeito do que está buscando. E para quem quer trabalhar com intercâmbio, tem que gostar muito de estudar. Porque muitas vezes não tiveram a oportunidade ainda de ir ao exterior, ainda não tiveram oportunidade de fazer o intercâmbio. Já **Danylo** aconselha que se a pessoa tem um sonho de viver no exterior, não desista desse sonho. Deve correr atrás, porque é possível para todos os que realmente querem. Existem os mais variados tipos de programas e valores para todos os bolsos. É uma experiência incrível. Quem deseja trabalhar nessa área, deve buscar conhecimento. Esse é um mercado onde o conhecimento vale tudo. As pessoas buscam segurança nas agências. **Marlon** conta que o mundo é muito pequeno para estar sempre no mesmo lugar. O intercâmbio é a oportunidade de conhecer sobre você, sobre outras culturas, outros idiomas e evoluir profissionalmente. **Katiusse** acrescenta sobre buscar estar constantemente se atualizando, buscando se aprimorar nessa área que é apaixonante. Ela aconselha que todos busquem realizar a oportunidade de fazer intercâmbio, abrir sua mente para novo mundo de história, cultura, gastronomia, pessoas, conhecimento e oportunidades.

Quadro 3: síntese das principais informações obtidas a partir das entrevistas

Nome	Idade	Formação	Trabalho	Motivação que os incentivaram a trabalhar na segmentação
Rosana	40 anos	Formada em Turismo e Hotelaria	Agência de Intercâmbio STB	Desde muito jovem teve contato com turismo e intercâmbio
Danylo	34 anos	Formado em Ciências Contábeis	Best Intercâmbio	Pelo fato do Intercâmbio ser um mercado promissor
Marlon	28 anos	Formado em Engenharia Civil	IE Intercâmbios	Pelas oportunidades de poder aprender novas culturas e um idioma novo
Katiusse	36 anos	Formada em Turismo	Agência Challenge Intercâmbios	Ter muitas opções de estudo e experiências em diferentes países

Fonte: dados da pesquisa empírica (2021)

Org.: a autora (2021)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, ficou claro os benefícios do Turismo de Estudos e Intercâmbio para todos os envolvidos, quer seja os empreendedores, intercambistas ou famílias que os recebem,

além disso, é um segmento que influencia diretamente na balança comercial dos países, uma vez que a movimentação financeira deste segmento contempla uma vasta prestação de serviços.

É importante destacar que existem benefícios para além da questão financeira, isto é, benefícios que englobam o desenvolvimento pessoal (individual e coletivo) e cultural, assim como foi pontuado pelos autores Tomazzoni e Oliveira (2013). Estes ganhos proporcionam maturidade e amadurecimento dos participantes, pois possibilita o reconhecimento da diversidade e diferença na vivência de cada sujeito.

É válido destacar que o universo de análise em questão é amplo, podendo contemplar atividades individuais e/ou coletivas, em escolas ou universidades, trabalho ou recreação. Com isso, não existe impeditivo em relação a idade para participar, além de que contribui para o desenvolvimento econômico e social, tendo o crescimento pessoal mais próximo possível de uma sociabilidade ética e cidadã.

Em base das perguntas da pesquisa pode-se identificar os quatro empreendedores da cidade de Cuiabá e o que os motivam a trabalhar nesse segmento. Como resultado, os empreendedores apresentam idade entre 28 e 40 anos, com curso superior completo e o fato de todos eles já terem experiência no ramo do Intercâmbio foi uma das motivações pelos quais continuaram exercendo o trabalho para poder auxiliar seus clientes e a desenvolver melhor suas agências trazendo novidades, conforto e segurança. Dentre nove agências procuradas apenas quatro delas participaram da pesquisa por disponibilidade e interesse.

Pode-se notar que devido a experiência de cada um dos entrevistados, suas motivações de compreender o que é o turismo de intercâmbio e o por que o segmento é tão importante são pelos quais se empenham em fazer a segmentação prosperar na cidade de Cuiabá. Em busca de conhecimento e experiências, eles oferecem aos seus clientes oportunidades para que possam crescer em cada fase da sua vida ao escolher um programa de intercâmbio.

Conforme a pesquisa apresentada, os objetivos propostos tanto gerais quanto específicos foram concluídos, entretanto, nem todos os empreendedores foram entrevistados por conta da disponibilidade, assim deixa em aberto para uma futura pesquisa para apresentar novos dados com a participação destes que faltaram. Além disso, sugere-se ampliar o escopo da pesquisa buscando-se a ótica dos intercambistas cuiabanos, de forma a averiguar as motivações deste público. Assim, conclui-se que esta é uma pesquisa que pode ser desenvolvida para mais estudos aprofundados, ainda mais quando toda essa fase de pandemia estiver controlada e todos estiverem devidamente vacinados e obter mais informações na visão desses empreendedores e que possa servir de ajuda e orientação para aqueles que pretendem trabalhar nesta segmentação.

REFERÊNCIAS

- BELTA lança virtualmente sua nova pesquisa Selo Belta 2020 e Pesquisa Impacto do Covid-19 no Intercâmbio. **Belta**, 9 set. 2020. Disponível em: <https://www.belta.org.br/belta-lanca-virtualmente-sua-nova-pesquisa-selo-belta-2020-e-pesquisa-impacto-do-covid-19-no-intercambio/> . Acesso em: 17 jul. 2021.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo**: Experiências, Tendências e Inovações - Artigos Acadêmicos / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010a.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Estudos e Intercâmbio**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010b.
- CUIABÁ sedia Feira de Educação Internacional com opções de Intercâmbio. **Folha Max**, 7 mar. 2020. Disponível em: <https://www.folhamax.com/economia/cuiaba-sedia-feira-de-educacao-internacional-com-opcoes-de-intercambio/247647> . Acesso em: 12 ago.2021.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- GASTAL, S.; KROEFF, B. L. Os Novos Nomadismos e A Identidade “Jovem”: A experiência dos intercâmbios culturais. **Artigo Caxias do Sul**, p. 1-17, out. 2004.
- GIARETTA, M. J. **Turismo da juventude**. Barueri: Manole, 2003.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/cuiaba/panorama> . Acesso em: 1º jul. 2021.
- INTERCÂMBIO para maiores de 50 anos cresce 20% ao ano. **Belta**, 14 fev. 2019. Disponível em: <https://www.belta.org.br/intercambio-para-maiores-de-50-anos-cresce-20-ao-ano/> . Acesso em: 12 ago. 2021.
- LONDRES, Tóquio e Melbourne são as melhores cidades para fazer intercâmbio. **G1 Educação**, 1º ago. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/08/01/londres-toquio-e-melbourne-sao-as-melhores-cidades-para-fazer-intercambio-diz-consultoria.ghtml> . Acesso em: 16 jul. 2021.
- MAGALHÃES, F. de S. **Turismo de estudos e intercâmbio como fator de incentivo ao voluntariado na cidade de Curitiba-PR**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, É. Empresa de Intercâmbio internacional chega a Cuiabá com cursos de a partir de R\$790. **Olhar Direto**, 23 ago. 2017. Disponível em: <https://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?id=13888¬icia=empresa-de-Intercambio-educacional-chega-a-cuiaba-com-cursos-a-partir-de-r-790> . Acesso em: 31 ago. 2020.

POLIT, D.; BECK, C.; HUNGLER, B. **Fundamentos de pesquisa em enfermagem: métodos, avaliação e utilização**. Trad. de Ana Thorell. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

SANTANA, A. G. Cuiabá figura em lista de melhores cidades para turismo de negócios; setor movimentou R\$ 3 bi no trimestre. **Olhar agro & negócio**, 20 dez. 2017. Disponível em: <https://www.agroolhar.com.br/noticias/exibir.asp?id=25854¬icia=cuiaba-figura-em-lista-de-melhores-cidades-para-turismo-de-negocios-setor-movimentou-r-3-bi-no-trimestre>. Acesso em: 1º jun. 2021.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Relatório de Inteligência – Turismo**, out. 2016. Disponível em: <https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios> . Acesso em: 19 mar. 2020.

STB – *Student Travel Bureau*. Disponível em: <https://www.stb.com.br> . Acesso em: 18 jul. 2021.

SOARES, D. P.; ANSILAGO, N. **O papel das informações na escolha de destinos internacionais de turismo de estudos e intercâmbio**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão de Turismo). Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, Matinhos, 2016.

TOMAZZONI, E. L.; de OLIVEIRA, C.C. Turismo de intercâmbio: perfis dos intercambistas, motivações e contribuições da experiência internacional. **Turismo Visão e Ação**, v. 15, n. 3, p. 388-408, 2013.

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista – agências de intercâmbio

Sobre você:

- 1 – Nome?
- 2 – Idade?
- 3 – Formação?
- 4 – Qual foi o primeiro contato com o Turismo?
- 5 – Quais foram os motivos que incentivaram a trabalhar com o Intercâmbio?
- 6 – Pra você, quais são os benefícios que o Intercâmbio pode contribuir ao consumidor?

Sobre a agência:

- 1 – Nome da agência?
- 2 – Nome do proprietário?
- 3 – Data de fundação?
- 4 – Quais são os objetivos da agência com o segmento de Intercâmbio?
- 5 – Quais são os pacotes oferecidos pela agência?
- 6 – Os pacotes oferecidos são para todas as idades?
- 7 – Qual público tem o maior interesse no intercâmbio?
- 8 – Como a agência está lidando diante da pandemia?
- 9 – Um conselho para aqueles que pensam em fazer intercâmbio futuramente ou até mesmo para aqueles que planejam trabalhar nessa segmentação.


ANEXO A – Documentos de autorização de pesquisa

CARTA DE AUTORIZAÇÃO

Eu, ROSANA POUSO CURVO,
DIRETORA STB PLUS, tenho ciência e autorizo a realização da
 pesquisa intitulada Turismo de Intercâmbio: Estudo de Perfil e Caracterização dos Empreendedores sob
 responsabilidade do pesquisador Carolina Juliano O Sombra no
Agência de Intercâmbio STB. Para isto, serão disponibilizados ao
 pesquisador de promotores, estagiários

Cuiabá-MT, 28 de junho de 2021.

Rosana Pouso Curvo
 Assinatura


 São Paulo Travel Bureau
 Cuiabá-MT - 3523-2109
 0851.09.206.921/0001-78

Atenção: Este documento deverá ser impresso em folha de papel timbrado do local onde a pesquisa será realizada e/ou conter o carimbo institucional do responsável.

Autorização de Imagem

Eu, Rosana Farias Cury
(RG. 993562-3), CPF 594624501-53), autorizo a gravação de vídeos e fotografias e a veiculação das minhas imagens e depoimentos/entrevistas em qualquer meio de comunicação para fins didáticos, de pesquisa e divulgação de conhecimento científico sem qualquer ônus e restrições.

Fica ainda autorizada, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação, não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Cuiabá-MT, 28 de junho 2021.



Rosana Farias Cury

Assinatura

CARTA DE AUTORIZAÇÃO

Eu, Marlon Oliveira tenho ciência e autorizo a realização da pesquisa intitulada **"Turismo de Intercâmbio: Estudo de perfil e a motivação dos empreendedores desta segmentação em Cuiabá - MT."** sob responsabilidade da pesquisadora Larissa Marques Oliveira Santos via email. Para isto, serão disponibilizados a pesquisadora depoimentos, entrevistas...

Cuiabá-MT, 09 de Julho de 2021



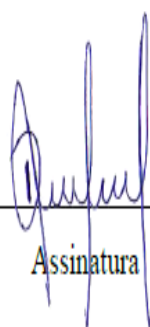
Assinatura

Autorização de Imagem

Eu, Danylo Souza, RG. 1592647-8, CPF 009.089.611-46, autorizo a gravação de vídeos e fotografias e a veiculação das minhas imagens e depoimentos/entrevistas em qualquer meio de comunicação para fins didáticos, de pesquisa e divulgação de conhecimento científico sem qualquer ônus e restrições.

Fica ainda autorizada, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação, não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Cuiabá-MT, 13 de julho de 2021



Assinatura

CARTA DE AUTORIZAÇÃO

Eu, Danylo Souza, gerente da empresa Best Intercâmbios, tenho ciência e autorizo a realização da pesquisa intitulada "Turismo de Intercâmbio: Estudo de perfil e a motivação dos empreendedores desta segmentação em Cuiabá – MT." sob responsabilidade da pesquisadora Larissa Marques Oliveira Santos via email. Para isto, serão disponibilizados a pesquisadora depoimentos, entrevistas...

Cuiabá-MT, 13 de julho de 2021.


Assinatura

Atenção: Este documento deverá ser impresso em folha de papel timbrado do local onde a pesquisa será realizada e/ou conter o carimbo institucional do responsável.

CNPJ: 10 700 478/0001-88
BEST TRAVEL TO STUDENTS
AGÊNCIA DE VIAGENS LTDA.
Rua Marechal Deodoro da Fonseca, Nº 1781
Sala B - Centro
CEP. 78005-100
CUIABÁ —  **MT.**

Autorização de Imagem

Eu, Katiusse da Silva Garcia,
(RG.1666329-2 SSP-MT), CPF 011.234.491-71), autorizo a gravação de vídeos e fotografias e a veiculação das minhas imagens e depoimentos/entrevistas em qualquer meio de comunicação para fins didáticos, de pesquisa e divulgação de conhecimento científico sem qualquer ônus e restrições.

Fica ainda autorizada, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação, não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Cuiabá-MT, 14 / Julho /2021.

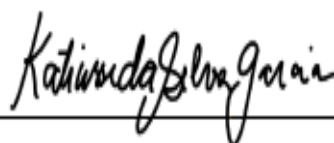


Assinatura

CARTA DE AUTORIZAÇÃO

Eu, Katiusse da Silva Garcia (seu nome),
Consultora Educacional (seu cargo), tenho ciência e autorizo a
realização da pesquisa intitulada **“Turismo de Intercâmbio: Estudo de perfil
e a motivação dos empreendedores desta segmentação em Cuiabá – MT.”**
sob responsabilidade da pesquisadora Larissa Marques Oliveira Santos via
email. Para isto, serão disponibilizados a pesquisadora depoimentos,
entrevistas...

Cuiabá-MT, 14 / Julho /2021.



Assinatura

Atenção: Este documento deverá ser impresso em folha de papel timbrado do local onde a pesquisa será realizada e/ou conter o carimbo institucional do responsável.