



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
CAMPUS AVANÇADO NATAL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO

LÁZARO FREIRE DA COSTA

EMPREENDENDO NO TURISMO RURAL DE DONA INÊS-PB:
proposta de negócio para abertura de uma pousada

NATAL
2016

LÁZARO FREIRE DA COSTA

EMPREENDENDO NO TURISMO RURAL DE DONA INÊS-PB:

proposta de negócio para abertura de uma pousada

Monografia apresentada à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

ORIENTADOR: Prof. Esp. Djalma Xavier de Mesquita

CO-ORIENTADORA: Prof^a. Esp. Janaína Mikarla Dantas da Costa

NATAL

2016

**Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.**

Costa, Lázaro Freire Da

Empreendendo No Turismo Rural De Dona Inês-Pb: Proposta De Negócio Para Abertura De Uma Pousada / Lázaro Freire Da Costa – Natal, RN, 2016.

96 f.

Orientador(a): Prof. Esp. Djalma Xavier de Mesquita

Co-Orientador(a): Prof^a. Esp. Janaina Mikarla Dantas da Costa

Monografia (Bacharelado). Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Campus de Natal. Curso de Turismo

1. Turismo Rural. 2. Empreendedorismo. 3. Economia Solidária. I. Mesquita, Djalma Xavier de. II. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. III. Título.

LÁZARO FREIRE DA COSTA

EMPREENDENDO NO TURISMO RURAL DE DONA INÊS-PB:

proposta de negócio para abertura de uma pousada

Monografia apresentada à Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Aprovado em: ____/____/____.

Banca Examinadora

Prof. Esp. Djalma Xavier de Mesquita
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

Prof^a. Esp. Janaína Mikarla Dantas da Costa
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

Prof. Dr.. Antônio Jânio Fernandes
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

Prof^a. Dr^a. Izabel Cristina da Costa Bezerra
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

Ao aluno que um dia sonhou em poder contribuir para a melhoria do curso no qual frequentava nesta instituição, mas que pelas mais variadas questões, fossem elas políticas, ideológicas, ou simplesmente por ter sido isolado por àqueles que se acham donos da instituição, teve seus sonhos aqui enterrados.

Ao espírito empreendedor, socialista e fraterno, que resiste a ferro e fogo dentro deste aluno, alimentado pela esperança nos olhos daqueles camponeses que acreditam na mudança de suas vidas, através do trabalho e do surgimento de novas oportunidades que o turismo traz em sua porta.

AGRADECIMENTOS

A Deus, primeiramente, por nos conceder a vida e os dons da sabedoria e do discernimento.

Aos meus pais pelo apoio na caminhada.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN, pela qualidade do ensino a mim proporcionada dentro do Curso de Geografia, formando um cidadão capaz de pensar em alternativas para mudar a sociedade.

À família geotrilheira que nos ajudou a descobrir e a desenvolver o potencial turístico de Dona Inês-PB.

Aos amigos e ao povo querido do município de Dona Inês-PB, por fazer despertar o interesse dentro de mim por esta linda cidade.

Ao meu orientador e amigo, professor Djalma de Xavier Mesquita, que mesmo sabendo das divergências entre a minha pessoa e a instituição nunca me abandonou e sempre acreditou no meu trabalho.

Aos meus seletos professores da instituição, que possuem a minha admiração pelo trabalho e, acima de tudo, por não compactuar por uma falsa visão romancista de que a qualidade do ensino, pesquisa e extensão do curso vai muito bem obrigado.

São desses tipos de profissionais que a instituição carecem.

“Hoje ela está madura
Meio século de existência
Com um povo hospitaleiro
Mostrando com sapiência
Deposita sua fé
E em Jesus de Nazaré
Está toda sua crença.
A fé é mais que ciência
É a certeza do que não vê
Tornar-se realidade
E de fato acontecer
É por isso que Dona Inês
Hoje com voz e vez
Com tendência a crescer...
Uma cidade estruturada
Com um olhar futurista
Valorizando a cultura Meio ambiente e
turista
Mantendo a tradição
Com trabalho e ação
Alimentando a conquista...
Mas tem algumas carências
Para o turismo avançar
Resolver alguns gargalos
Precisamos conversar
Para o problema resolver
E o turismo crescer
Vamos as mangas arregaçar...
Investir em receptivos
Boas pousadas construir
Gerar empregos e renda
Sem o ambiente agredir
Pensar em sustentabilidade
Seja no campo ou cidade
Com tendência a evoluir...”

Mariano Ferreira da Costa,
Cordel Dona Inês, filha de uma paixão
(2011)

RESUMO

O presente trabalho aborda as potencialidades turísticas do município paraibano de Dona Inês como uma alternativa para desenvolver a economia local por meio de empreendimentos voltados à atividade turística, fazendo uso da aplicação do conceito de economia solidária, com o desenvolvimento de propostas voltadas para a abertura de cooperativas de produtos e serviços para atender a demanda de turistas. A produção segue uma sequência de desenvolvimento, em que é discutido o conceito de turismo e hospitalidade, a caracterização do município com os perfis socioeconômicos, passando para o debate sobre empreendedorismo, para assim, chegar a identificar as potencialidades de negócios locais envolvendo a livre iniciativa, ou a formação de cooperativas com o envolvimento dos participantes da Agricultura Familiar. E por fim, será apresentado um plano de negócio com a proposta da abertura de uma pousada rural, sendo um exemplo de oportunidade de negócio para o município. A metodologia utilizada nesta pesquisa foi o método científico dedutivo, em que serão consideradas as observações dos fenômenos presentes no decorrer da pesquisa, para chegar à conclusão da hipótese prevista no tema proposto. A pesquisa possui caráter qualitativo, com técnica exploratória, em que será observado *in loco* o fenômeno proposto na hipótese do trabalho, onde foi estimulado a participação dos entrevistados para saber sobre as reais necessidades envolvendo a temática turismo dentro do município palco da pesquisa.

Palavras-chave: Turismo rural. Empreendedorismo. Economia Solidária. Dona Inês-PB

ABSTRACT

This paper addresses the tourism potential of Paraíba municipality of Dona Inês as an alternative to develop the local economy through projects aimed at tourism, making use of the application of the concept of solidarity economy, with the development of targeted proposals for opening products cooperatives and services to meet the demand of tourists. The production follows a developmental sequence in which is discussed the concept of tourism and hospitality, the characterization of the municipality with socioeconomic profiles, passing to the debate on entrepreneurship, thus, come to identify the local business potential involving free enterprise or the formation of cooperatives with the involvement of the participants of Family Agriculture. Finally, a business plan will be presented with the proposal of opening a rural inn, is an example of business opportunity for the city. The methodology used in this research was the deductive scientific method, it will be considered the observations of phenomena present during the research, to conclude the case provided for in the proposed theme. The research has qualitative, with exploratory technique, which will be observed in situ the proposed phenomenon in the case of labor, which has stimulated the participation of respondents to know about the real needs involving thematic tourism within the county stage of the research.

Keywords: Rural Tourism. Entrepreneurship. Solidarity Economy Dona Inês-PB .

LISTA DE GRÁFICOS

1- Distribuição da população por gênero (Pesquisa).....	34
2- Distribuição da população por gênero (Censo 2010)	34
3- Faixa etária dos entrevistados	35
4- Níveis de escolaridade dos entrevistados	36
5- Capacitação profissional dos entrevistados	37
6- Evolução do PIB Agropecuário da Paraíba.....	38
7- Evolução do PIB do Setor Terciária da Paraíba	38
8- Ocupação dos Entrevistados	39
9- Ocupação por setores da economia.	40
10- Pessoas ocupadas por grupos de atividades na Paraíba	40
11- Faixa de renda dos entrevistados	41
12- Cenário real da situação ocupacional dos entrevistados	42
13- Instituições que ministraram cursos no município.....	43
14- Pontos turísticos de Dona Inês na visão dos entrevistados.	47
15- Lugar que o entrevistado indicaria a um turista em visita a Dona Inês	48
16- Grau de conhecimento dos entrevistados sobre alguma obra ou ação que beneficiou o turismo local	49
17- Ações da Prefeitura que Beneficiaram o Turismo	49
18- Necessidades do município para atender melhor o turista.....	62

LISTA DE QUADROS

1- Estágios de desenvolvimento da pousada Chalés de Inês.....	68
---	----

LISTA TABELAS

1- Origem do fluxo de turistas na Paraíba em 2015.....	73
2- Descrição das receitas e valores	80
3- Descrição dos custos fixos da pousada	80
4- Descrição dos custos variáveis da pousada	81
5- Demonstrativo simplificado dos resultados da pousada (simulação)	81
6- Prazo médio de vendas.....	81
7- Prazo médio de compras	82
8- Necessidade de estoque para operação na pousada	82
9- Ocupação por setores da economia.	82
10- Necessidade líquida de capital em dias para operação na pousada	83
11- Resumo do capital de giro.....	83

LISTA DE FOTOGRAFIAS

- 1- Alunos do curso de Turismo da UERN reunidos com as famílias assentadas do Assentamento Tanques.51
- 2- Participantes do Projeto Geotrilhas iniciam as operações dos serviços voltados para o segmento do turismo rural no Assentamento Tanques52

LISTA DE FIGURAS

1- Mapa do município de Dona Inês em relação ao Brasil e ao Estado da Paraíba..	32
2- Mapa do turístico da Paraíba 2016	53
3- Logomarca da Cooperativa Paranaense de Turismo	60
4- Mapa de Dona Inês em relação aos polos emissores de turismo (João Pessoa-PB e Natal-RN)	69
5- Mapa de Dona Inês em relação aos municípios de Serra de São Bento e Monte das Gameleiras na região Agreste Potiguar.....	70
6- Mapa de Dona Inês em relação aos municípios integrantes do Brejo Paraibano e participantes do circuito Caminhos do Frio.....	71
7- Esquema demonstrativo do posicionamento de Dona Inês como centro turístico a partir do início das operações da pousada e das cooperativas e empreendedores individuais.....	72
8- Imagem de satélite do terreno da pousada e sua posição em relação aos destinos turísticos de Dona Inês e região.....	76
9- Fluxograma de operacionalização.	78
10- Planta total da Pousada Chalés de Inês	79
11- Plantas alta e baixa dos Chalés de Inês	79

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 TURISMO	17
1.1 TURISMO RURAL.....	21
1.2 HOSPITALIDADE.....	23
1.2.1 Meios de hospedagem	25
2 DONA INÊS-PB	29
2.1 CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DO MUNICÍPIO	32
2.2 CARACTERÍSTICAS SOCIOECÔMICAS DA POPULAÇÃO.....	33
2.3 O POTENCIAL TURÍSTICO DE DONA INÊS	44
2.3.1 Perspectiva do conhecimento sobre o que é turismo para a população ..	46
2.3.2 Cenário atual e perspectivas sobre o futuro do turismo em Dona Inês	50
3 EMPREENDEDORISMO	54
3.1 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS ENVOLVENDO A AGRICULTURA FAMILIAR EM DONA INÊS.....	56
3.2 COOPERATIVISMO.....	58
3.2.1 Cooptur: a primeira cooperativa de turismo rural do país	59
3.3 Pousada Rural.....	61
4 PLANO DE NEGÓCIO	65
4.1 O EMPREENDIMENTO: Pousada Chalés de Inês	67
4.1.1 Plano Estratégico	67
4.1.1.1 Missão e objetivos estratégicos.....	67
4.1.1.2 Meta do empreendimento.....	67
4.1.1.3 Foco do negócio.....	67
4.1.1.4 Estágio atual do desenvolvimento do produto/serviço	67
4.1.1.5 Ameaças e Oportunidades	68
4.1.1.5.1 Ameaças	68
4.1.1.5.2 Oportunidades.....	69
4.1.2 Análise de mercado do empreendimento	72
4.1.2.1 Macroambiente do empreendimento	72
4.1.2.2 Mercado alvo	74
4.1.2.3 Tendência de mercado.....	74

4.1.2.4 Mercado concorrente.....	75
4.1.2.5 Mercado fornecedor	76
4.1.2.6 Localização	76
4.1.3 Operacionalização.....	77
4.1.3.1 Regime de operação	77
4.1.3.2 Descrição do produto/serviço	77
4.1.3.3 Descrição do processo operacional	77
4.1.4 Receitas e custos	80
4.1.4.1 Receitas operacionais	80
4.1.4.2 Custo fixo anual (1º ano)	80
4.1.4.3 Custo fixo variável (1º ano)	80
4.1.4.4 Demonstrativos simplificados de resultados (1º ano)	81
4.1.5 Projeção de fluxo de caixa	81
4.1.5.1 Cálculo do prazo médio de vendas	81
4.1.5.2 Cálculo do prazo médio de compras	82
4.1.5.3 Cálculo da necessidade média de estoques	82
4.1.5.4 Cálculo necessidade líquida de capital de giro em dias	82
4.1.5.5 Caixa mínimo	82
4.1.5.6 Capital de giro	83
4.1.6 Indicadores	83
4.1.6.1 Ponto de equilíbrio anual.....	83
4.1.6.2 Tempo de retorno do investimento (TR).....	84
4.1.6.3 Lucratividade e rentabilidade do empreendimento	84
4.1.7 Plano estratégico de marketing	85
4.1.7.1 Plano de Comunicação	85
4.1.7.2 Estratégias de venda.....	85
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS.....	87
ANEXOS	92

INTRODUÇÃO

A proposta desta pesquisa busca alternativas para dinamizar a economia de um pequeno município paraibano com alto potencial de desenvolvimento através da atividade turística em que sejam prestigiadas todas as suas características naturais e culturais. O “*lócus*” desse estudo é o pequeno município de Dona Inês. Localizado na região do Curimataú paraibano, cercado por serras e brejos que dão a pequena cidade de pouco mais de 10.000 habitantes uma posição estratégica no circuito do frio da Paraíba e do Agreste potiguar.

Neste sentido, ações empreendedoras são necessárias para que o município realmente possa conseguir atrair o interesse dos turistas que encontram no turismo rural num “*lócus*” de escape para diminuir a rotina estressante da vida moderna nas grandes cidades.

Mas, o que seriam realmente estas tais ações empreendedoras?

Inicialmente, saber o que é empreendedorismo fará com que algumas arestas possam ser amparadas e venha a nos esclarecer de forma mais objetiva.

Sobre esse assunto Shumpeter, (1999, *apud*, Coutinho; Rigueti, 2015, p.1) afirma que:

[...] empreendedorismo está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios [...] sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

Podemos acrescentar no entendimento do autor que o empreendedorismo é a maneira de implementar uma ideia utilizando a criatividade e, em muito casos, partindo de poucos recursos que aumentam o risco da operação. Mas, com a dedicação do trabalho e, acima de tudo, é preciso acreditar na sua ideia. Desta forma, o empreendedorismo vem gradativamente contribuindo para o surgimento de novos negócios com possibilidades de ótima lucratividade, de acordo com a capacidade de inovação do empreendedor.

Sendo assim, conhecer as possibilidades de exploração econômica, neste caso, dos lugares propícios a atividades turísticas, é de fundamental importância para que o negócio tenha possibilidade de atingir o sucesso esperado.

De acordo com Graziano da Silva (1998, p.14),

[...] todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: turismo rural, agroturismo, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não.

Deste modo, podemos entender que o conjunto dessas atividades desenvolvidas no meio rural fazem com que o espaço rural venha a sofrer alterações decorrentes da exploração turística de seu potencial. Fazendo com que a economia local possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos seus municípios com a criação de novos negócios atrelados ao turismo, tendo em consequência a abertura de novos postos de trabalho na cidade.

Contudo, faz-se necessário que também exista uma preocupação para que as diferenças sociais presentes no modo de produção capitalista não fiquem mais acentuadas em decorrência daqueles que detêm o capital financeiro capazes de financiarem os equipamentos turísticos no município.

A cidade de Dona Inês possui em sua história a marca de ter sido um lugar em que a agropecuária e a monocultura da mandioca favoreceram os grandes fazendeiros da região oriundos de velhas oligarquias políticas do estado da Paraíba. Mas, na última década, os meeiros e vaqueiros que tanto trabalharam para o fazendeiro, foram finalmente beneficiados com os programas de reforma agrária do Governo Federal nos últimos anos. Havia para esses trabalhadores a possibilidade de possuírem um pouco de terra para plantar e criar seu pequeno rebanho.

Diante desta conquista, as associações de assentados rurais dos diversos assentamentos donainesense uniram forças para tentarem promover uma cadeia produtiva em seus assentamentos, contribuindo assim para o incremento das relações de trabalho nas terras comuns a todos.

Partindo deste modelo de gestão integrada da terra e, com a possibilidade da utilização das riquezas naturais e culturais do município, os assentados rurais podem ser os principais beneficiados com o surgimento de novos negócios ligados à cadeia turística, em que a comunidade possa gerir estas atividades de modo sustentável para todas as partes.

Para Zauoal (2008), o que vem sendo chamado de Turismo de Base Local é a prática do turismo em que a comunidade é sujeito de seu próprio avanço, participando desde a concepção do turismo até seu desenvolvimento e gestão,

considerando a complexidade, a diversidade e as realidades locais, apontando para o que se convencionou chamar hoje de sustentabilidade, ou turismo sustentável.

Lembrando que esta prática de gestão tem por objetivo favorecer as dimensões econômicas e sociais, garantindo a harmonia entre o meio ambiente e a própria cultura local. A prática do Turismo de Base local vem possibilitar aos seus adeptos uma melhor forma de gerir os recursos necessários para o desenvolvimento da atividade turística no município, possibilitando ganhos reais para a própria comunidade e a natureza.

1 TURISMO

Por muitos anos, o fato do homem se deslocar estava ligado restritamente às suas necessidades, fossem elas a de garantir simplesmente a sua sobrevivência, ou àquelas para atender suas cresças ou desejos ligados ao sobranatural.

No período da Era Paleolítico, que perdurou por volta de 2 milhões de anos atrás até meados de 10.000 a.C, o homem da idade da “Pedra Lascada” era um nômade que constantemente mudava de lugar em busca de caçar e coletar alimentos que garantissem a sua sobrevivência(SANDIM, 2009, p.9).

Já por volta do ano de 300 a.C, os egípcios navegavam pelo rio Nilo carregando enormes blocos de pedras para construir às pirâmides que serviriam de tumba para os seus monarcas e local de adoração do povo egípcio. (WALKER, 2002, p.34).

Nestes dois casos descritos, os deslocamentos eram uma necessidade para que estes dois povos continuassem a sobreviver, pois se de um lado, os nômades pré-históricos, ao não promoverem os seus deslocamentos sazonais, poderiam morrer de fome e cede devido à escassez destes bens. Por outro lado, os egípcios poderiam perder suas vidas e serem condenados com maldições por não atenderem os caprichos de seus monarcas.

Apenas com a civilização fenícia (3.000 a.C) é que as viagens começaram a se tornar frequentes com objetivos comerciais, com a troca constante de mercadorias e a busca cada vez mais de suprimentos. Exercendo a influência nas rotas marítimas comerciais (WALKER, 2002, p.34).

Com isso, os fenícios são detentores de uma vanguarda que abriu a possibilidade das civilizações posteriores em utilizarem os conhecimentos das rotas

comerciais, para assim, consolidarem ainda mais as relações comerciais pelos deslocamentos, buscando novos territórios que viessem a melhorar as condições de saúde e vida da população.

Assim, devido às necessidades dos povos durante os deslocamentos de consumirem acomodações e alimentação, começa a história a presenciar o surgimento do turismo.

De acordo com Funari e Pinsk, a Organização Mundial do Turismo, OMT, adverte que

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

Dessa forma, a atividade turística passa a ser reconhecida como ciência que através dos estudos destas relações comerciais da oferta de bens e serviços, procura desenvolver alternativas de surgimento, melhorias e gestão de produtos turísticos voltados para os viajantes.

No entanto, este posicionamento do turismo com os moldes de atividade econômica são evidenciados no decorrer da história em dois momentos distintos, sendo o primeiro, conforme descrito por Campos e Gonçalves em que

O turismo, como hoje o conhecemos, relacionado a viagens realizadas para fins de lazer, ou seja, de utilização do tempo livre que dispomos, depois de atendidas as necessidades da vida e as obrigações de trabalho, é um fenômeno relativamente recente. Historicamente, sua organização e seu desenvolvimento estão ligados a importantes fenômenos socioculturais, decorrentes da própria evolução do capitalismo moderno. [...] e o [...] cenário propício aos movimentos turísticos ocorridos em meados do século XIX foram, sem dúvida, as mudanças socioculturais produzidas pela passagem do capitalismo comercial ou mercantil ao capitalismo industrial." (CAMPOS; GONÇALVES, 1998, p.11).

De acordo com os autores, no momento em que houve a ruptura do período mercantil para o capitalismo industrial, inicia-se o processo de venda da mais-valia pelos indivíduos, que passam a conviver com uma rotina de trabalho em troca de salário. E foi justamente para aproveitar este pouco tempo livre dos indivíduos, que um visionário inicia no final do Século IX a exploração comercial do turismo nos moldes atuais.

Conforme Walker (2002, p.22), Thomas Cook tornou-se o primeiro agente de viagem profissional, quando em 1841 organizou uma viagem entre as cidades inglesas de Leischester a Loughborough com 540 pessoas, que participaram de uma convenção. A partir de então, Thomas Cook percebeu uma ótima oportunidade de negócio no turismo, passando a organizar com mais constância as viagens.

O segundo momento de importância para consolidar o turismo é apontado por Usher & Edward (1994) no período da pós-modernidade, que segundo os autores [...] refere-se a uma época, uma nova ordem socioeconômica, associada ao crescimento do setor de prestação de serviços e às formações sociais pós-industriais (USHER; EDWARD APUD XAVIER, 2007, p.16).

É justamente neste momento que surgem os centros de consumo, serviços financeiros e econômicos. Os grandes centros comerciais são áreas de entretenimentos que surgem para substituírem os antigos centros de produção industrial do mundo. Como sendo mais uma fase de evolução do Capitalismo.

Assim, ao analisar o turismo dentro destes dois extremos que caracterizaram o Capitalismo no mundo, esta atividade econômica foi amadurecendo e ganhou um importante papel dentro da economia mundial, possuindo características ímpares, conforme o World Travel and Tourism Council (WTTC).

Maiores indústria do mundo, com rendimento bruto de mais de 3,8 trilhões de dólares em 1997 e uma expectativa de 7,1 trilhões para o ano de 2007

Maiores contribuição industrial do mundo, responsável por mais de 10% do Produto Interno Bruto (PIB) dos Estados Unidos

Um dos maiores contribuintes do mundo

Emprega mais de 262 milhões de pessoas, 10% da força produtiva mundial

Tem expectativa de crescimento mais acelerado dentre todos os setores de trabalho do mundo. (WALKER, 2002, p.32)

De fato, tudo isso só foi possível graças à expansão do turismo pelo planeta, onde conseguiu chegar em regiões apenas anteriormente reclusas a populações autóctones, e até mesmo, a refúgios ecológicos sem registros da presença de pessoas, antes da exploração turística.

E se existe exploração comercial destes destinos turísticos é porque existem pessoas motivadas por diversas razões para conhecerem estes locais.

Walker (2002) afirma que as pessoas tendem a revigorar após uma viagem de férias pelo fato da mudança de ares, com a oportunidade de vivenciar novas experiências em contato com paisagens inéditas.

Para o autor, a motivação dos turistas está ligada à possibilidade de inserção neste espaço onde estão reunidos os atrativos naturais e históricos-culturais. A partir da experimentação da cultura alheia, o turista promove uma troca de valores durante as atividades socioculturais. Sendo assim, o espaço passa a ser voltado para o turismo, em que ganha uma dinamização de suas relações, como descrito por Xavier .

O espaço turístico abriga os equipamentos turísticos, a exemplo dos meios de hospedagem, serviços de alimentação, entretenimento e diversões, agenciamento e transportes. Além disso, no espaço turístico acontece o deslocamento das pessoas e a conduta das comunidades para receber o visitante.

O espaço do turismo envolve os centros emissores, os núcleos receptores e as vias ou os fluxos estabelecidos entre os locais de emissão e de recepção, por meio dos quais o homem mantém complexas formas de relacionamento com a natureza e com os grupos humanos. (XAVIER, 2007, p.31).

Com isso, o turismo passa a sugerir uma rede de negócios dentro do espaço, quando inúmeras oportunidades surgem a partir de ideias com diferencial de qualidade que atenda às necessidades dos turistas, sejam elas de deslocamento, hospedagem, agenciamento, restauração etc. Como também dos seus interesses enquanto durar a sua estadia no destino.

Conforme apresentado nesta seção, o turismo é caracterizado por ser uma atividade econômica com extrema importância para o desenvolvimento econômico e social de uma determinada região. Logo, é necessário que seja definida com clareza, qual a segmentação de mercado turístico que o destino irá trabalhar para assim, aproveitar todas as potencialidades presentes no espaço turístico. De acordo com o Ministério do Turismo,

[...] a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. (BRASIL, 2010, p.61)

Sendo assim, para definir qual segmentação de mercado turístico é a ideal para a aplicabilidade em uma região, deve ser considerada a presença da oferta,

representada pelo conjunto de características do território e, a presença da demanda que representa o grupo de clientes compreende os potenciais consumidores, que comungando das mesmas características comportamentais de consumo.

Para buscar uma proposta condizente de segmentação turística a ser aplicada em uma determinada região, fatores como a oferta e demanda devem constar na elaboração do produto turístico.

O MTur (Ministério do Turismo) (2010) aponta como características essenciais de oferta num território à presença da identidade geográfica, histórica e cultural; oferta de atividades práticas e culturais; e a oferta de serviços e infraestrutura dos setores público e privado. (BRASIL, 2010, p.74). A partir da presença destas características é que se inicia a formulação do produto turístico, definido assim por Andrade (1998) como:

[...] um conjunto de bens e serviços diversificados e essencialmente relacionados entre si, tanto em razão de sua integração com vistas ao atendimento da demanda quanto pelo fato de unir os setores primários, secundários e terciários da produção econômica. (ANDRADE *APUD* FERNANDES, 2001, p. 125).

Dessa forma, o resultado desta dinâmica entre os setores da economia proposta pelo autor só é possível caso o destino turístico possua capacidade de atratividade de demanda turística, pois só com a presença de público, é que os demais setores da economia local podem captar lucro através da oferta de produtos e serviços de forma direta ou indiretamente aos turistas, promovendo assim a circulação de capital e, conseqüentemente, desenvolvendo o município.

Na seção a seguir será apresentada a proposta de segmentação de mercado turístico nessa pesquisa.

1.1 TURISMO RURAL

Diante da complexidade dos grandes centros urbanos e cidades de médio porte, que compõe os entornos das regiões metropolitanas e pólos regionais, estes locais apresentam características típicas dos conglomerados urbanos.

São eles os grandes fluxos de veículos em seus logradouros, temperaturas elevadas devido à substituição da cobertura vegetal pelo concreto e asfalto e, o ritmo de vida frenético e estressante, que por muitas vezes, ocasionados pelo

cumprimento de uma carga horária semanal nas atividades econômicas, ou mesmo pelo crescimento da violência por partes dos seus habitantes, sendo determinado pelo processo capitalista de produção, o espaço rural apresenta-se como um refúgio natural para esses indivíduos.

Assim, servindo-os como uma válvula de escape das complicações emocionais decorrentes do estilo de vida urbano. Esta busca por esse tipo de refúgio é justificada por Marx (2005) como sendo

[...] gerada por um desejo de se retirar face ao poder e complexidade crescentes da civilização. O que é atraente no pastoralismo é a felicidade representada por uma imagem da paisagem natural, um terreno intocado ou, se cultivado, rural. O movimento em direção a esta paisagem simbólica pode também ser entendido como um movimento para longe de um mundo artificial (...) Noutras palavras, este impulso dá azo a um movimento simbólico para longe de centros da civilização em direção ao seu oposto, natureza, para longe da sofisticação em direção à simplicidade, ou, para introduzir a metáfora principal do modo literário, para longe da cidade em direção ao campo. (MARX, *apud* SILVA, 2006, p.300).

Segundo o autor, a aproximação com o rural, que ele descreve como pastoralismo, por si só é uma motivação para que o turista sinta-se convidado a pegar a estrada em direção a estes locais que contrapõe a tudo que eles consideram como corriqueiro nas cidades.

Contudo, não basta apenas a possibilidade de vivenciar novas experiências num outro espaço diferente do habitual, mas sim, que outros fatores venham a favorecer para que seja viabilizada esta aproximação. O primeiro ponto nesta perspectiva de pensamento é a proximidade das cidades emissoras de turistas, devido à própria logística necessária para a chegada destes turistas, que mesmo estando em momentos de lazer e descanso, não deixam de lado os seus compromissos na cidade. Buscando sempre alternativas de lazer, entretenimento e descanso próximo as suas cidades de origem.

Sendo assim, para que sejam atraídas essas divisas, a escolha do segmento turístico por parte destes lugares devem atender as expectativas dos turistas, fazendo uso do potencial turístico presente em seu território. Em se tratado de espaços rurais, o segmento do turismo rural, mesmo ainda tratado de forma amadora, sem ordenação e incentivo, apresenta-se nesta proposta como uma ótima alternativa para atrair o público emissor dos centros urbanos.

A definição de turismo rural, de acordo com as diretrizes do turismo rural no Brasil, pode ser conceituada como

[...] o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (BRASIL, 2003, p.11).

Este segmento do turismo surge como uma possibilidade de envolver a própria comunidade rural nas atividades de descanso e lazer. Ofertando produtos e serviços oriundos de suas propriedades para satisfazer as necessidades dos turistas. Gerando em contrapartida, o comprometimento com a produção agropecuária, com a agregação de valor aos produtos e serviços ofertados; e o resgate e promoção do patrimônio cultural e natural.

A justificativa para tamanho otimismo parte do fato de que as características presentes na paisagem rural envolvendo os aspectos humanísticos e naturais, e os resultados de suas interações, são favoráveis para a exploração do Turismo rural. Fazem parte dessas características, segundo Krahl (2003), à escala, que favorece o atendimento em pequena capacidade, gerando baixo impacto; a localização, que por si só já gera uma perspectiva positiva ao turista que espera encontrar uma paisagem totalmente contrária ao urbano, com a preservação dos recursos naturais e das características arquitetônicas do lugar; a manutenção das atividades agropecuárias, garantindo a continuação das tradições e costumes, bem como da própria cultura; e por fim, a diversidade dos serviços oferecidos, que variam de acordo com a região.

Contudo, apenas o tamanho otimismo não é suficiente para atrair os turistas dos pólos emissores. Faz-se necessário que uma gama de outros fatores venham a convergir em direção ao objetivo de criar e consolidar o destino turístico. E a hospitalidade é uma das virtudes que devem atender as expectativas do público turístico.

1.2 HOSPITALIDADE

O termo hospitalidade sempre foi bastante presente no decorrer da história da humanidade e, continua a ser fazer parte do nosso cotidiano graças a sua evolução.

Para Walker (2002, p.4) seu desenvolvimento, desde o antigo costume de dividir o pão com um estranho de passagem até as complexas operações dos multifacetados conglomerados de hospitalidade de nossos dias.

Os primeiros registros escritos sobre a hospitalidade estão presentes nas menções do código de Hamurabi (por volta de 1.700 a.C.), quando os proprietários das chamadas tavernas eram passivos da pena de morte, pelo mero expediente de adicionar água à cerveja dos seus clientes. (WALKER, 2002, p.4).

Um outro registro histórico documentado sobre a menção da hospitalidade é encontrada na Bíblia Sagrada na passagem do “Lava Pés”, segundo o livro de João.

Levantou-se da ceia, tirou o manto e, tomando uma toalha, cingiu-se. Depois deitou água na bacia e começou a lavar os pés aos discípulos, e a enxugar-lhos com a toalha com que estava cingido. Chegou, pois, a Simão Pedro, que lhe disse: Senhor, lavas-me os pés a mim? Respondeu-lhe Jesus: O que eu faço, tu não o sabes agora; mas depois o entenderás. Tornou-lhe Pedro: Nunca me lavarás os pés. Replicou-lhe Jesus: Se eu não te lavar, não tens parte comigo. Disse-lhe Simão Pedro: Senhor, não somente os meus pés, mas também as mãos e a cabeça. Respondeu-lhe Jesus: Aquele que se banhou não necessita de lavar senão os pés, pois no mais está todo limpo; e vós estais limpos, mas não todos. Pois ele sabia quem o estava traindo; por isso disse: Nem todos estais limpos. Ora, depois de lhes ter lavado os pés, tomou o manto, tornou a reclinar-se à mesa e perguntou-lhes: Entendeis o que vos tenho feito? Vós me chamais Mestre e Senhor; e dizeis bem, porque eu o sou. Ora, se eu, o Senhor e Mestre, vos lavei os pés, também vós deveis lavar os pés uns aos outros. Porque eu vos dei exemplo, para que, como eu vos fiz, façais vós também. Em verdade, em verdade vos digo: Não é o servo maior do que o seu senhor, nem o enviado maior do que aquele que o enviou. Se sabeis estas coisas, bem-aventurados sois se as praticardes. (BÍBLIA, João, 13, 4-17).

Em ambos os casos, a ideia de hospitalidade sugere que as atitudes tomadas pelos anfitriões jamais poderiam causar algo inconveniente para os hóspedes. Muito pelo contrário. O visitante deveria ser tratado com extrema presteza, de modo que todas as suas necessidades pudessem ser atendidas com o máximo de satisfação. Sendo também, uma forma de replicar o sentimento a mesma recíproca como um verdadeiro ensinamento.

Para fim de definição, a forma de bem receber o hóspede é o que preceitua o conceito de hospitalidade e suas práticas. Assim, conforme o pensamento de Baptista (2002, p. 162)

[...] um modo privilegiado de encontro interpessoal marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro. As práticas de hospitalidade deverão marcar todas as situações da vida, ou seja, a hospitalidade não deverá ficar circunscrita à disponibilidade para receber o turista, o visitante que chega de

fora e está de passagem pela cidade, é necessário que esta atitude de acolhimento e cortesia, seja a todo o próximo, seja o vizinho, o colega de trabalho, um desconhecido.

Desta forma, a hospitalidade pode ser considerada como um elemento que possibilita o fluxo de turistas num determinado destino turístico. Isso se deve ao fato de que a forma como são desenvolvidas às relações interpessoais entre o prestador de serviço e o consumidor, são fundamentais para que o turista tenha todas as suas expectativas atendidas. O que fará com que este turista possa regressar numa outra oportunidade ao destino, ou até mesmo, a possibilidade deste turista ser um multiplicador de novos clientes, simplesmente por indicar o destino que tanto lhe agradou.

Para tanto, ofertar locais destinados para acomodação de hóspedes, com estruturas capazes de satisfazer os desejos destes turistas são essenciais para o sucesso de qualquer destino turístico.

A seção a seguir apresenta uma abordagem sobre meios de hospedagem na hotelaria e, qual melhor estabelecimento para atender tal proposta.

1.2.1 Meios de Hospedagem

Hospedar alguém é uma dádiva presente na história da hospitalidade quando os viajantes chegavam a um destino após sua longa jornada, encontravam um anfitrião disposto a lhe darem comida e abrigo, mesmo se fosse com fins lucrativos. Assim, já eram caracterizados os primeiros passos da hotelaria. Para Campos (1997, p.1)

Hotelaria é uma indústria de bens de serviço. Como qualquer indústria, possui suas características próprias de organização e sua finalidade principal é o fornecimento de hospedagem, alimentação, segurança, e vários outros serviços coligados à atividade de bem receber. Surgiu nos idos de 450 a.C., quando, no sopé do monte Cronos, em Olímpia, na Grécia, foi construída a primeira hospedaria com finalidade específica de hospedar os visitantes que ali compareciam para assistir aos jogos olímpicos. É o primeiro "hotel" de que se tem notícia.

Desta forma, o autor já apontava a hotelaria como uma atividade econômica bem organizada, com serviços pré-definidos que eram oferecidos aqueles que buscavam as hospedarias. Estes serviços foram aprimorados no decorrer dos séculos até chegar à era moderna, quando as hospedarias são substituídas pelos

hotéis. Estes continuando o mesmo fim comercial de hospedar, mas diferem dos seus antecessores pelas características de aposentos mobiliados com banheiros privativos e serviços completos de alimentação e outros ligados à hotelaria. (CASTELLI, *apud*, BRASIL, 2007).

Os hotéis passam a diferenciar-se pela possibilidade da oferta de um ambiente mais privativo para os hóspedes e, ao mesmo tempo, de consumir serviços básicos, como uma simples alimentação, que agora passavam a ser oferecidos nos estabelecimentos de hospedagem.

A evolução dos serviços oferecidos pelos meios de hospedagem torna-se mais evidente a partir da oferta de hotéis exclusivamente para turistas na Suíça em 1830. E quando César Ritz fundou o primeiro hotel com seu nome em Paris utilizando o conceito de banheiro privativo nos quartos e a adoção a uniformização dos seus funcionários. Iniciando uma era de organização e gestão de hotéis em redes hoteleiras (RIBEIRO 2011).

Em referência aos primórdios da hotelaria no Brasil, Ribeiro (2011) elenca como os fatos mais relevantes para a história hoteleira nacional, o hábito de hospedar viajantes nos antigos casarões e fazendas na época colonial, a utilização da palavra hotel pela primeira vez em 1817 no estabelecimento *Hôtel Royaume Du Brésil* situado no Rio de Janeiro e por fim, o surgimento no século IX dos primeiros hotéis construídos para este fim em São Paulo. Sendo os hotéis Palma, Paulistano, Do Comércio e o Itália.

Todos estes pressupostos da hotelaria foram essenciais para que, na atualidade fossem elaborados diretrizes. Elas tinham como objetivo dar o máximo de qualidade possível aos estabelecimentos de hospedagem, que evoluíram cada vez mais, oferecendo serviços que transformaram os hotéis em grandes centros de serviços voltados para satisfazerem os seus clientes, ocasionando até mesmo, a mudança de seus nomes, mas ainda conservando o princípio da hospitalidade que é o receber bem.

Sendo assim, como os meios de hospedagens são fundamentais para que haja a prorrogação do tempo de permanência dos turistas no destino turístico, foi necessário uma nova reclassificação das suas nomenclaturas e, em especial, no Brasil.

A Lei nº 11.771/2008 definiu a conceituação do termo no Brasil. Segundo à legislação, os meios de hospedagem são considerados:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008, p.1).

São nestes estabelecimentos onde os hóspedes podem contar com os serviços de hospedagem e restauração. Serviços essenciais para garantir uma estada satisfatória e, o prolongamento de sua permanência no local visitado, bem como, a possibilidade de seu retorno, caso suas expectativas em relação ao estabelecimento sejam todas atendidas.

Os meios de hospedagens no Brasil são subdivididos em sete tipologias, segundo o Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem (SBClass), de acordo com o Ministério do Turismo (2010). Segundo a entidade reguladora do turismo nacional, são sete os tipos de meios de hospedagens existentes em nosso país, sendo eles classificados como Hotel, Resorts, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel (BRASIL, 2010).

Com a decisão do Brasil em reduzir o número de meios de hospedagens passivos de classificação, ficou evidente que a medida teve como principal objetivo gerenciar de forma mais eficaz estes estabelecimentos. Procurando concentrar esforços capazes de criar parâmetros seguros que possibilitasse certificar os estabelecimentos e, conseqüentemente, fazer com que haja um maior engajamento no sentido destas empresas proporcionarem mais qualidade nos serviços oferecidos aos hóspedes, visando boas referências.

Para um melhor entendimento sobre os meios de hospedagens presentes no SBClass, apresentamos as suas características, de acordo com o Instituto de Pesos e Medidas de São Paulo – IPEM (2016), órgão executor do programa de classificação no estado.

Cama & Café: Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida.

Hotel: Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária.

Hotel Histórico: Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos

histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.

Hotel Fazenda: Meio de hospedagem localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo.

Pousada: Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.

Flat/Apart Hotel: Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.

Resort: Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento. (SÃO PAULO, 2016, p.1).

Conforme a tipologia presente no SBClass os meios de hospedagem e, considerando as características particulares de cada estabelecimento inserido dentro desta classificação, é perceptível como existem meios de hospedagem brasileiros que estão aptos para atenderem todas as demandas turísticas e as exigências do mercado internacional. Possuindo uma variedade de serviços por estabelecimento, que também possuem uma variação de preços, de acordo com a oferta de serviços. Garantindo a oferta de preços para todas as faixas de consumo.

No entanto, a instalação destes empreendimentos não é feita de maneira uniforme dentro do mercado turístico brasileiro. Evidentemente que, a instalação de meios de hospedagens luxuosos e de grande porte, não deva possuir uma vida longa em destinos turísticos que ainda não despertaram o interesse dos turistas.

Neste caso, é prudente considerar que investimentos na instalação de estabelecimentos hoteleiros devem levar em conta a potencialidade turística e o fluxo da demanda nos destinos turísticos.

Em se tratado de roteiros voltados para o segmento de turismo rural, é interessante que o investidor faça uso de toda potencialidade local, com os atrativos naturais e culturais, com o objetivo de inserir o turista na vivência da ruralidade.

Deste modo, os meios de hospedagem no espaço rural devem contar com o aconchego doméstico interiorano, numa tentativa de remeter aos tempos das visitas a casa da vovó por parte dos hóspedes. Inserindo-os dentro da rotina do campo e suas vivências. Mas, em contrapartida, devem-se possuir as características comerciais das grandes redes hoteleiras, que priorizam os padrões de qualidade e métodos de serviços eficazes.

Assim, abre-se a possibilidade para o surgimento de meios de hospedagens no campo, como hotéis fazendas em grandes propriedades, como também de cama & café, sendo esta última uma alternativa para incrementar a renda em pequenos sítios. Em ambos os casos, que possam oferecer serviços de qualidade e atividades tipicamente rurais para uma demanda específica, que procuram o campo pelo simples fato de descansarem da sua rotina estressante na cidade, ou simplesmente reviver a época de sua juventude.

2 DONA INÊS

Os espaços rurais são locais ideais para implementação do segmento de turismo rural. Compõem seu espaço geográfico paisagens naturais, características arquitetônicas históricas ainda preservadas e a evidência da sua cultura, costumes e tradições de forma mais explícita, por serem algo que estão presentes em sua própria rotina de diária. Estes fatores podem atrair uma demanda turística, graças ao fato da possibilidade de poder vivenciar um pouco dessa cultura, pelos indivíduos oriundos dos centros urbanos.

Portanto, surge uma ótima oportunidade de negócio para pequenos municípios do interior do Brasil, em especial, nos estados do Nordeste devido aos constantes períodos de estiagem, que prejudica as atividades agrícolas, causando desequilíbrio no orçamento das famílias do campo.

Partindo deste ponto de vista, apresentamos neste capítulo, o município de Dona Inês. Um pequeno município do interior do Estado da Paraíba, que aparece como uma boa potencialidade turística voltada para o segmento do turismo rural, capaz de incentivar o surgimento de empreendimentos ligados à atividade turística e demais prestações de serviço.

Um dos fatores que colaboram para a inserção do município no nincho do turismo paraibano é a sua localização próximo às cidades emissoras de turistas. O

que torna de fundamental importância para a viabilização do projeto turístico. Além das características próprias do município, conforme descrito pela própria prefeitura municipal:

A Serra de Dona Inês é muito bonita, é uma serra única, separada das demais pelos rios Curimataú ao norte e leste e pelo Salgadinho a Oeste, e a norte pela baixada que se estende para o Rio Grande do Norte. Do alto da Serra, a 527 metros em seu ponto mais alto, ali nas proximidades da Reserva de Mata Atlântica Mata do Seró, nascem os riachos que a rasgam ladeira a baixo, formando muitas pequenas quedas d'águas como a Cachoeira do Letreiro, Queda do Barrocão, Salto do Seró (Talhado). É nos meses de maio a julho que a Serra se transforma, devido à estação chuvosa. Tem-se verificado baixas temperaturas no ponto mais elevado, cerca de 14 graus e uma cerração intensa que chega a cobrir toda a cidade. O vento é cortante durante a noite, caracterizando o clima tropical de altitude (DONA INÊS, 2015, p.1).

O jovem município de 56 anos de emancipação política apresenta características favoráveis para o desenvolvimento de atividades rurais, aproveitando o clima ameno de altitude, a presença de reservas nativas de mata com leitos de rios cortando o território. Quanto à questão de logística, a posição geográfica é privilegiada em relação às capitais da Paraíba e do Rio Grande do Norte, distantes do município 156 Km e 158 Km respectivamente.

Sua história está ligada diretamente a atividade pecuária, onde tem a origem do seu nome pouco comum, que remete a uma mulher por nome de Inês. Segundo os registros municipais,

A história de Dona Inês começa para valer a partir de 1852, que é a inscrição mais antiga que se tem notícia, cravada na fachada da Igreja-Mãe, onde foi o núcleo da vila que se tornou emancipada em 1959. Conta a história oficial que por volta de 1800, vaqueiros em busca de reses encontraram uma mulher branca de nome Inês, acompanhada de um negro, acampada ao pé do enorme lajedo onde existe até hoje um pequeno açude de nome Cajueiro. Essa mulher dita como fina e bonita nunca mais foi vista, mas a sua passagem não foi jamais esquecida, vindo a dar nome ao lugar. (DONA INÊS, 2015, p.1).

A atividade pecuária não só é responsável pela origem do nome primitivo do município, mas também impulsiona os primeiros anos de povoamento e tímido desenvolvimento da Serra de Dona Inês. Segundo a Prefeitura Municipal (2015, p.1) o local é um ponto de descanso entre as feiras de Araruna e Bananeiras em território paraibano e, a feira de Nova Cruz no Rio Grande do Norte. Importantes centros

comerciais do Século XIX, com constante movimentação de tropeiros, atraindo assim, as famílias Costa, Da Silva e Teixeira para fixar residência.

No entanto, existem evidências da presença de povos até mesmo bem antes da colonização do Brasil, devido a inscrições rupestres atribuídas aos índios potiguaras. Figuras estas presentes na Pedra do Letreiro, que está situada no riacho da Serra (DONA INÊS, 2005, p.1).

Passado um século do avistamento da “sinhá” Inês, a população do povoado, vila e agora distrito de Dona Inês, não possuía condições favoráveis de desenvolvimento econômico, vivendo em mais de 100 anos de estagnação.

De acordo com a Prefeitura Municipal (2015) até o início de 1959, ainda ligado territorialmente ao município de Bananeiras, o distrito era composto por cerca de 689 habitantes, que residiam em casas de palha ou gravatá. O comércio quase que inexistente, e baseado numa economia agrícola de plantio do agave e algodão e a agricultura de subsistência com o cultivo de feijão, mandioca, fava e milho e a criação de alguns animais. Tendo a preferência do rebanho ligada à atividade pecuária.

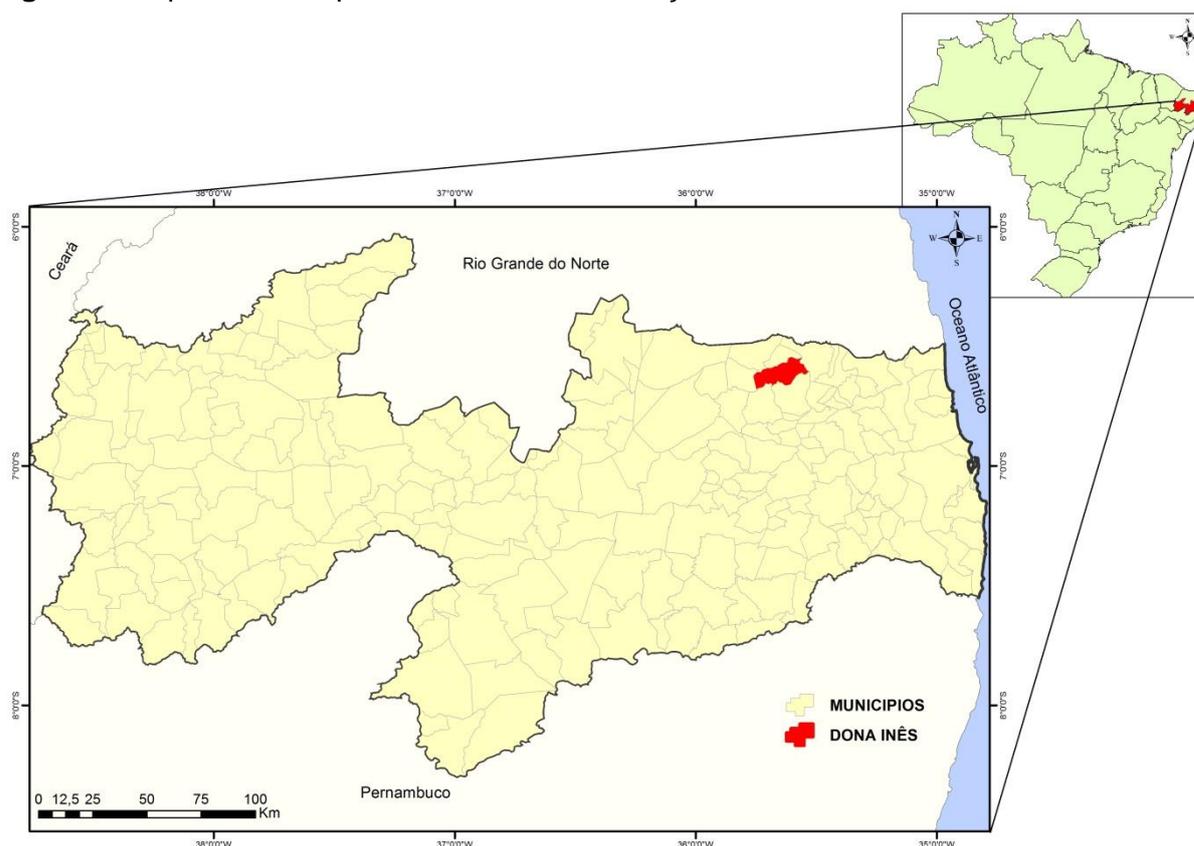
Após a emancipação política que ocorreu em 17 de novembro de 1959, o município passa a contar com os seus primeiros prédios e a abertura dos principais acessos a Bananeiras e a comunidade do Bilinguim, que dar acesso aos demais municípios do Curimataú Oriental da Paraíba e a região Agreste do Rio Grande do Norte. Contudo, as melhorias para a população só acontecem quando por volta do período da ditadura militar, a Igreja Católica e os partidos de oposição da época confrontam o poder público local para igualdade nas políticas públicas e na implementação da reforma agrária no município. Fazendo a partilha das terras que eram quase monopolizadas pelo ex-prefeito Joaquim Cabral de Melo, com 4 mil hectares. Valor correspondente a 24,07% de todas às terras do município (DONA INÊS, 2015).

Com o início do programa de Reforma Agrária, os beneficiados tiveram a oportunidade de melhorar suas condições de vida, graças à posse da terra e o acesso a linhas de créditos as quais os assentados foram beneficiados, possibilitando assim que as famílias assentadas desenvolvessem com mais eficácia às atividades agropecuárias em suas propriedades.

2.1 CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DO MUNICÍPIO

O município possui características geográficas que também possibilita sua inserção no mercado turístico.

Figura 1: Mapa do município de Dona Inês em relação ao Brasil e ao Estado da Paraíba¹.



Segundo o Ministério das Minas e Energia (2005, p.8)

O município de Dona Inês está localizado na Microrregião Dona Inês e na Mesorregião Agreste Paraibano do Estado da Paraíba. Sua Área é de 132 km² representando 0.2347% do Estado, 0.0085% da Região e 0.0016% de todo o território Brasileiro. A sede do município tem uma altitude aproximada de 421 metros distando 101,2299 Km da capital. O acesso é feito, a partir de João Pessoa, pelas rodovias BR 230/BR 104/PB 105/PB 103. (BRASIL, 2005).

Ainda referente à localização geográfica do município, Dona Inês está situada na mesorregião da Curimataú Oriental, abrangendo o semiárido brasileiro. O

¹ SILVA, Maria da Conceição Paz. Mapa desenvolvido através do programa de Sistema de Informação Geográfica ArcGIS. 2016.

município é considerado pequeno em virtude da sua área territorial. Circunvizinhado por outras cidades importantes, como Bananeiras, Araruna no Estado da Paraíba e, Nova Cruz pelos lados do Rio Grande do Norte. O acesso é considerável fácil em relação à capital João Pessoa e as cidades de médio porte locais com rodovias em boas condições de rodagem.

Quanto às características físicas e geomorfológicas, o município encontra-se inserido numa unidade geoambiental formada por serrotes, inselbuergues e maciços residuais, com áreas de altitudes variantes entre 200 a 500 metros. Com a presença de penhascos rochosos. A vegetação é composta por espécimes da Caatinga Hipeoxerófila e pequenas porções de Florestas Caducifólia. Sua bacia hidrográfica está inserida dentro dos domínios da bacia do Rio Curimataú, possuindo como principais afluentes o próprio Curimataú e o riacho da Vaca Morta (BRASIL, 2005).

Na prática, encontramos a maior altitude do município na mata do Seró, com 527 metros. Este local também é uma reserva de mata atlântica ainda não oficializada, onde possuem nascentes de riachos, formando pequenas quedas d'águas. Ainda a altitude, segundo a Prefeitura Municipal (2016), Dona Inês consegue atingir baixas temperaturas nos meses de junho a agosto, com marcas que chegam aos 14º C, definindo o clima tropical de altitude predominante no município.

2.2 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÔMICAS DA POPULAÇÃO

Os números socioeconômicos apontados pelo IBGE durante a realização do último Censo (IBGE, 2016) revelam a existência de 10.517 habitantes.

No entanto, foi realizada uma pesquisa envolvendo os indivíduos inclusos dentro da faixa da População Economicamente Ativa para colher informações de relevância para sustentar este trabalho no período de 2 a 3 de abril de 2016, que abrangeu como locais de coleta de dados os principais locais de aglomeração do município (três praças públicas e a feira livre), onde foi arbitrado como valor, a aplicação de cento e um questionários que definiu o perfil socioeconômico e, outras informações relevantes dos moradores do município locais para este trabalho.

Em termos dos aspectos da população donainesense, a nossa pesquisa apontou uma população formada em sua maioria pelo gênero masculino com 69% e 31% de participação do público feminino. O que confirmou as estimativas do Censo

de 2010, que apontou o município possuindo uma quantidade mais elevada de homens do que relação às mulheres conforme os gráficos abaixo.

Gráfico 1: Distribuição da população por gênero (Pesquisa).

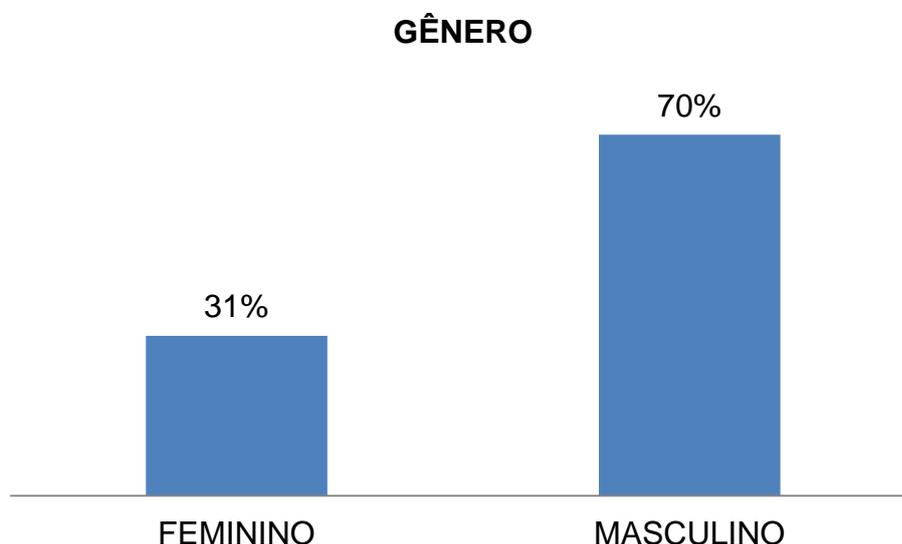
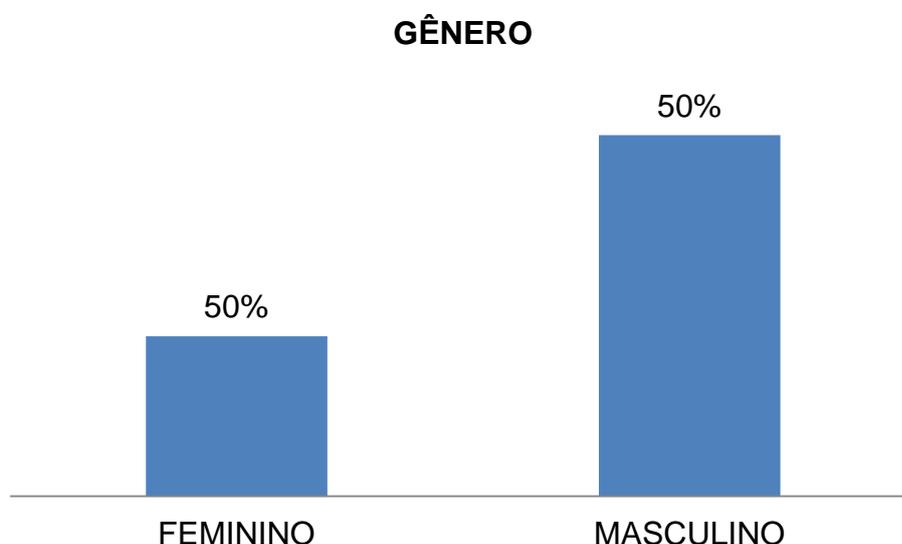


Gráfico 2: Distribuição da população por gênero (Censo 2010)².



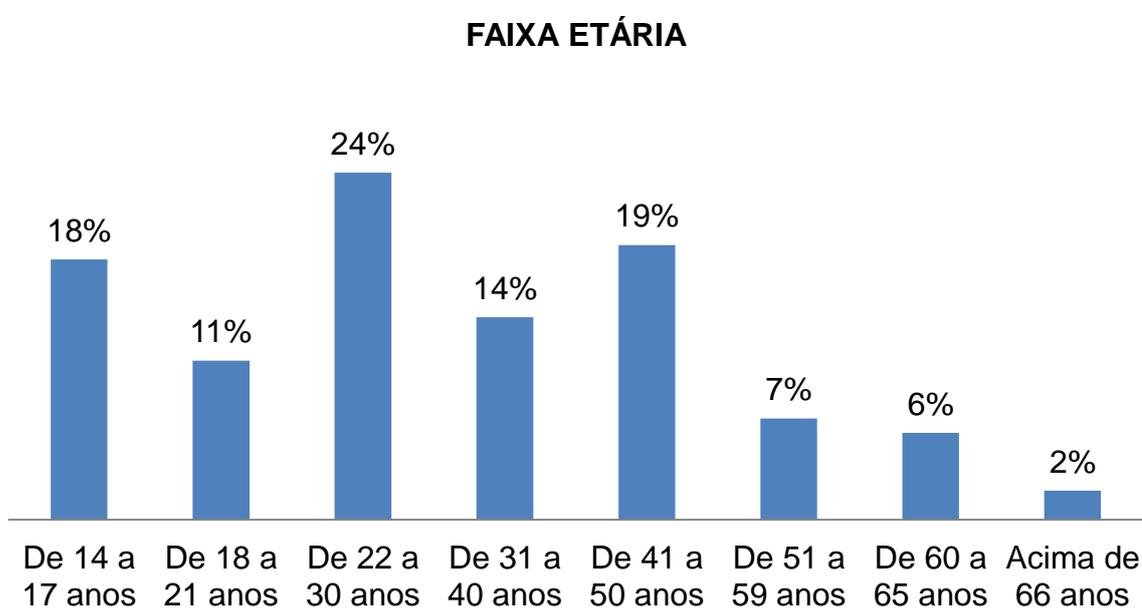
Os números obtidos na pesquisa de campo comparados com os do Censo 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas, apontou o número de 5.277 homens e 5.240 mulheres, demonstrando no gráfico como empate técnico, mas na realidade, mostram que a população de Dona Inês é inversamente

² IBGE. Total população da Paraíba. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf/total_populacao_paraiba.pdf>. Acesso em 25 de abr de 2016.

proporcional aos números da mesma variante do estado, apontando um percentual de 48,44% do número de homens contra 51,56% em relação ao número de mulheres.

Dentre o percentual de gênero pesquisado em campo, foi possível identificar que a maioria dos entrevistados encontram-se situados nas faixas etárias de 14 a 50 anos. Tendo em sua maioria a faixa de 22 a 30 anos de idade, conforme mostra a representação gráfica a seguir:

Gráfico 3: Faixa etária dos entrevistados

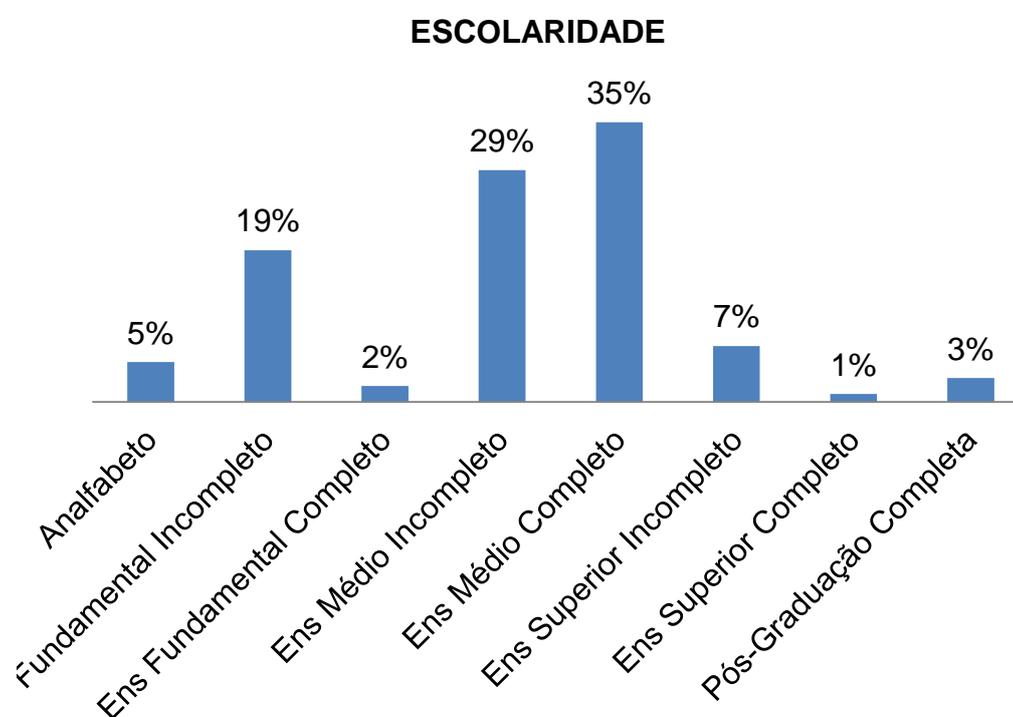


Ao analisar os números referentes à faixa etária dos entrevistados, é possível observar que os jovens compreendidos entre 22 a 30 anos de idade respondem pela grande maioria dos que colaboraram em nossa pesquisa, seguindo de perto pela faixa dos 42 a 50 anos e, finalizando a faixa de 14 a 17 anos de idade, como faixas etárias de maior participação na pesquisa.

Deste modo, observamos que a junção das duas primeiras faixas etárias correspondem aquelas em que, considerando o conceito da População Economicamente Ativa do país, estão representadas pela força de trabalho que encontram-se no auge dos desempenhos de suas funções, restando ao terceiro colocado a definição de que seu grupo iniciam timidamente as suas funções na qualidade de aprendizes, ou buscam simplesmente a sua inserção no mercado de trabalho.

Ao dar prosseguimento na análise do conjunto da População Economicamente Ativa, sobre os participantes da pesquisa, considera-se aptos a assumirem postos de trabalho, dois fatores surgem como de fundamental importância para que ocorra a longevidade da manutenção de seus postos de trabalho que são o nível de escolaridade e, principalmente a qualificação profissional, por considerar que a formação profissional do cidadão o ajudará a aprimorar suas habilidades para inseri-lo com mais facilidade ao mercado de trabalho. (KOBBER, 2004).

Gráfico 4: Níveis de escolaridade dos entrevistados

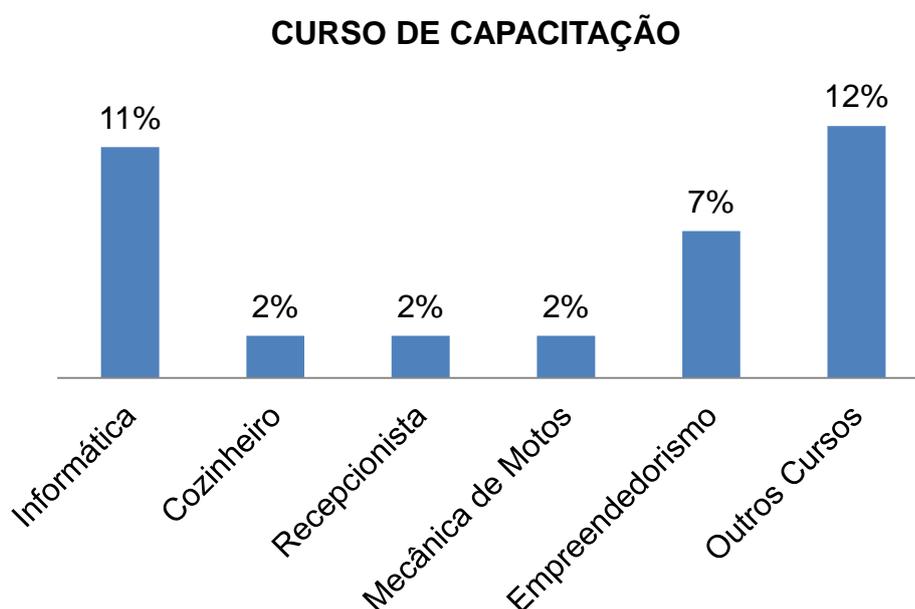


Quanto ao nível de escolaridade, a pesquisa apontou que os entrevistados inclusos dentro da População Economicamente Ativa do município já concluiu ou estão em fase de conclusão do Ensino Médio. O que numa escala progressiva, considerando o número de entrevistados que estão cursando o Ensino Superior, pode-se concluir que a cada cinco estudantes do Ensino Médio do município, um chegará ao Ensino Superior. Demonstrando que em Dona Inês existe uma conscientização sobre a importância dos prosseguimentos nos estudos.

Referente à qualificação profissional, o município carece de maiores investimentos devido ao fato de apenas 35% dos entrevistados afirmaram que possuem alguma qualificação profissional em detrimento dos outros 75%.

Desta pequena parcela da população qualificada foi constatada uma variedade de qualificações nas mais variadas áreas de conhecimento, conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 5: Capacitação profissional dos entrevistados.

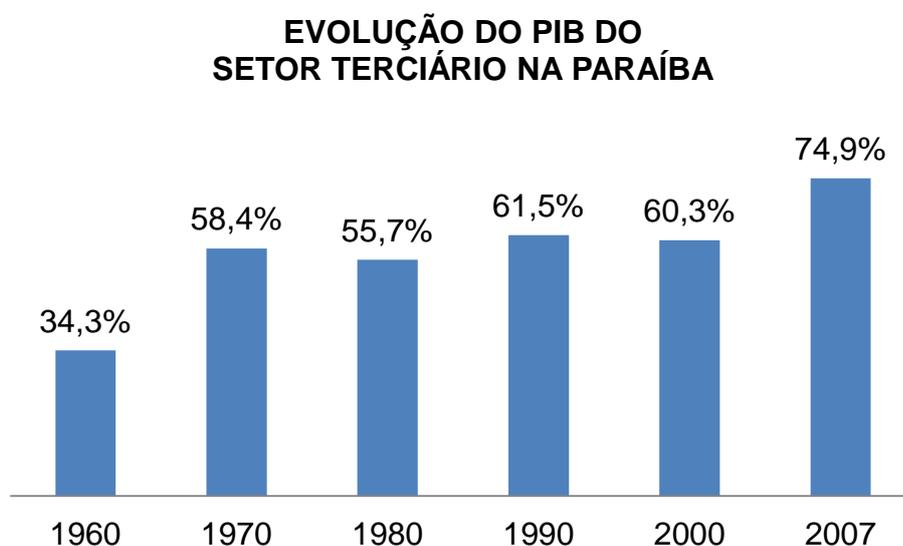


A variedade de diplomas de cursos de capacitação declarados pelos entrevistados mostram que são apenas voltados para dois setores da economia, sendo quase a totalidade voltada para o setor terciário e a minoria voltada para o setor primário, tendo com alvo a agricultura.

Estes números mostram uma tendência nos municípios não só da Paraíba, como também da região Nordeste, em que devido às condições climáticas desfavoráveis dos últimos anos com um período de estiagem bastante prolongado, que ocasionou perdas significantes na produção agrícola, o investimento em cursos voltados para a área de serviços tornou-se uma alternativa para que a população destes municípios possam obterem alguma forma de rendimentos salariais. Sejam eles por meio da venda de sua força de trabalho ao empregador, ou na abertura dos seus próprios negócios.

Gráfico 6: Evolução do PIB agropecuário da Paraíba ³.

Fonte: IDEADATA, 2010.

Gráfico 7: Evolução do PIB do setor terciário da Paraíba ⁴.

Fonte: IDEADATA, 2010.

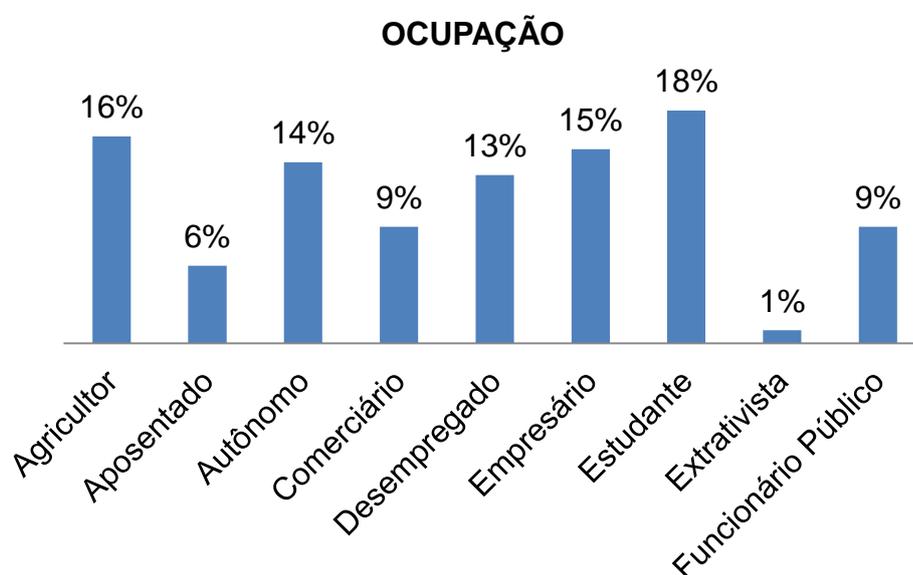
³ FURTADO, S. Comportamento histórico da participação do setor rural na composição do PIB da Paraíba. Disponível em: <http://www.cooperar.pb.gov.br/uploads/arquivos/documentos_oficiais/81/3ce33d3e246736e2aeb7432c2268c3c3.pdf>. Acesso em 25 de abr de 2016.

⁴ FURTADO, S. Comportamento histórico da participação do setor rural na composição do PIB da Paraíba. Disponível em: <http://www.cooperar.pb.gov.br/uploads/arquivos/documentos_oficiais/81/3ce33d3e246736e2aeb7432c2268c3c3.pdf>. Acesso em 25 de abr de 2016.

Os gráficos acima comprovam que o setor terciário representado pelo comércio e a prestação de serviços vem numa escala ascendente na participação da composição do PIB da Paraíba devido ao aumento da população urbana em detrimento da rural a partir da década de 1970, e a busca de novas fontes de rendas para minimizar os efeitos da seca. Em contrapartida, a diminuição da participação do setor agropecuário no PIB é o resultado da soma dessas últimas duas vertentes, mais a falta de mão de obra que, segundo matéria veiculada no Jornal Diário do Nordeste (2015) é justificada pela arrecadação do Imposto Sindical Rural que chega a R\$ 30,00 por dia de serviço. O que justamente é o valor da diária paga na maioria das propriedades rurais da agricultura familiar do Nordeste. Sendo um fator que inviabiliza a produção agrícola.

Quanto ao município de Dona Inês, ao observarmos às ocupações declaradas pelos participantes da pesquisa, percebeu que, num primeiro momento, existe um equilíbrio entre os setores primário e terciário conforme representado no gráfico abaixo.

Gráfico 8: Ocupação dos entrevistados.



Segundo os dados apresentados no gráfico, o número de pessoas que se declararam agricultores responde pela maioria das ocupações elencadas no questionário. Contudo, ao somarmos às variantes “Autônomos”, “Comerciantes” e “Empresários”, levando em consideração que estão inclusos dentro do setor terciário da economia, este número ultrapassa os entrevistados autodeclarados como

agricultores, mesmo com a adição da variante “Extrativista”, como parte integrante do setor primário da economia.

Gráfico 9: Ocupação por setores da economia.

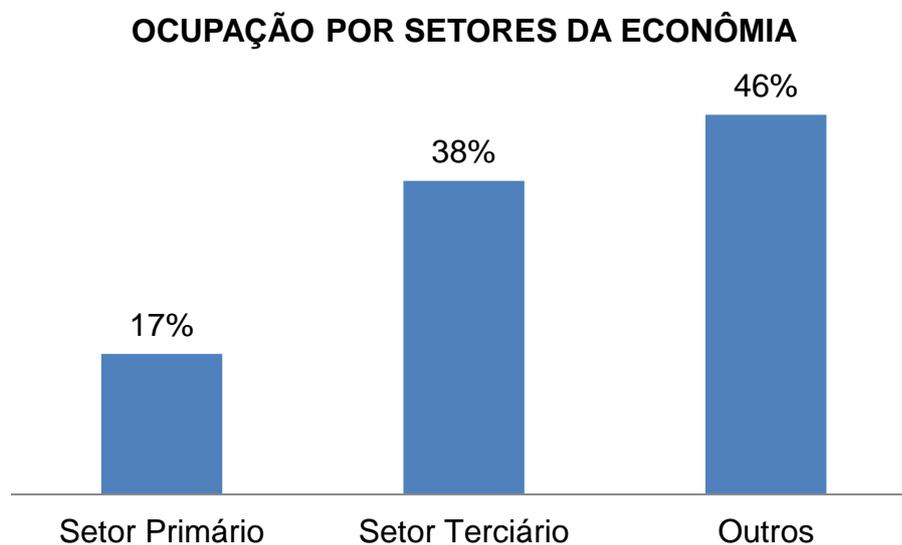
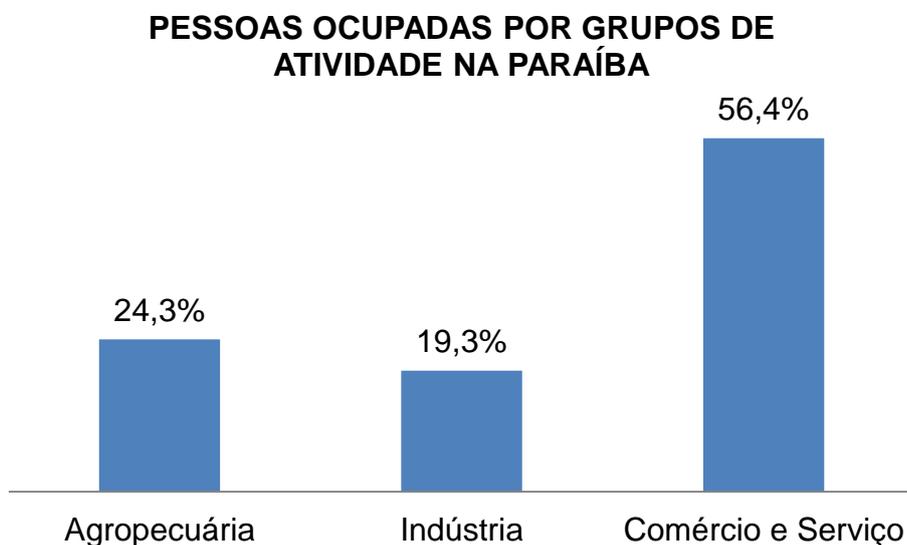


Gráfico 10: Pessoas ocupadas por grupos de atividades na Paraíba⁵.



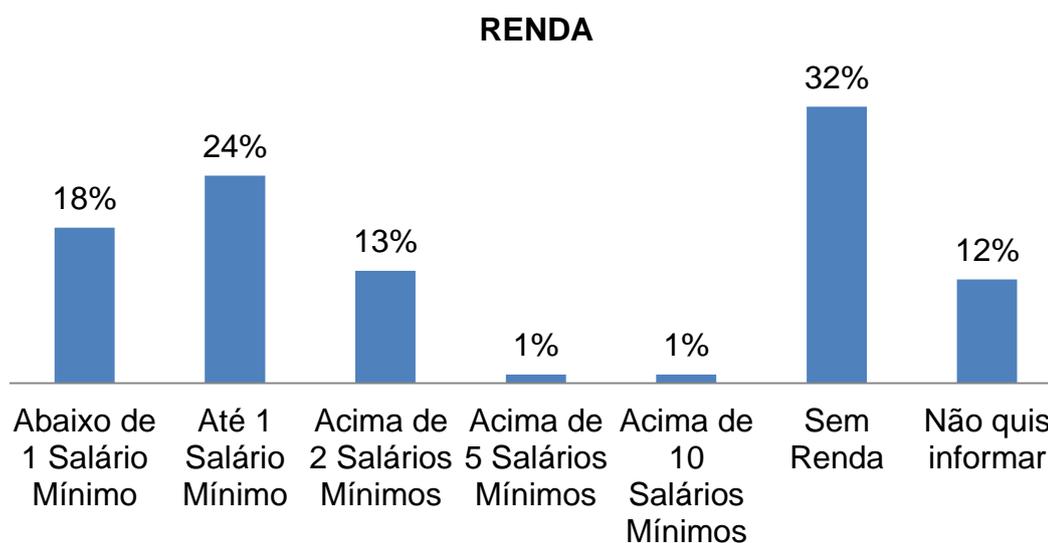
Fonte: FIEP, 2010.

Os números acima revelam que o município de Dona Inês não difere dos demais municípios da Paraíba em relação à ocupação da mão de obra local possuindo uma grande concentração no setor terciário da economia. No entanto,

⁵ FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DA PARAÍBA. Perfil Socioeconômico da Paraíba. Campina Grande: FIEP, 2010.

esta concentração no município ainda nos revela um outro fato curioso quando são analisados os números referentes aos rendimentos destes trabalhadores conforme os dados do gráfico abaixo.

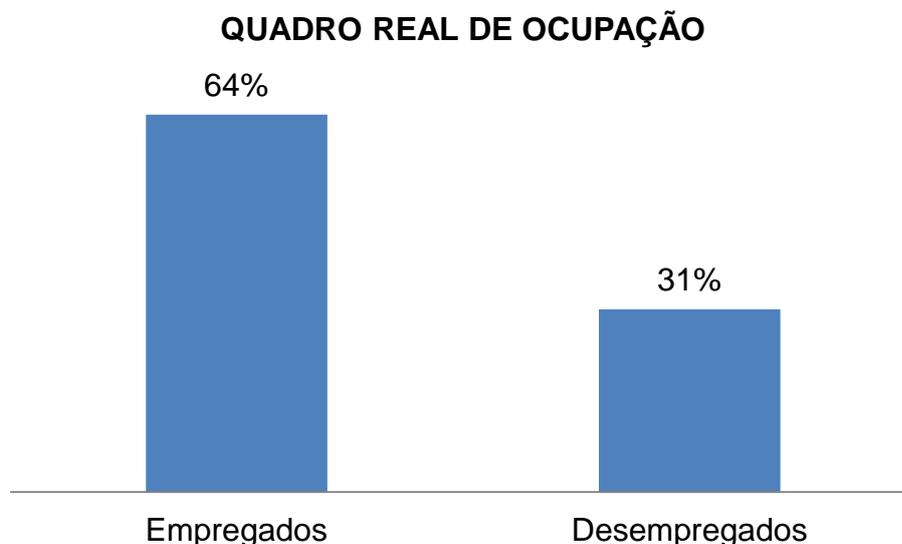
Gráfico 11: Faixa de renda dos entrevistados.



Ao considerar a possibilidade de que o número de declarações de algum tipo de rendimento é bem inferior ao número de pessoas ocupadas e, a presença de uma considerável margem de pessoas que declararam receber rendimentos abaixo de um salário mínimo e, que optaram em omitir a informação, os números nos revelam que de alguma maneira, o município possui uma singela parcela de desempregados que declararam possuir algum tipo de rendimento até mesmo por apresentarem um sentimento de constrangimento na pergunta. Haja vista a população rural do nosso Nordeste ainda possuir muito de seus princípios morais ligados à honra.

Este quadro é ainda mais evidenciado quando são agrupados as pessoas que se declararam com algum tipo de ocupação dentro dos setores da economia, e aqueles que se enquadram na PEA e que informaram não possuírem nenhuma ocupação nos mesmos moldes do grupo anterior.

A justificativa se dar pelo fato de que, mesmo os entrevistados se autodeclararem estudantes, estes foram orientados a responderem o questionário na qualidade de empregados se assim fossem. Mesmo aqueles inseridos dentro das diretrizes do programa Jovem Menor Aprendiz.

Gráfico 12: Cenário real da situação ocupacional dos entrevistados⁶.

Após esta nova classificação e, também considerando que muitos dos entrevistados declarados como autônomo vivem de pequenos bicos e, alguns entrevistados que possuem renda inferior a um salário mínimo serem beneficiados de programas sociais do governo, é perceptivo que a população do município de Dona Inês é carente de postos de trabalhos regulares. O que não os garante uma renda fixa ao final de cada mês.

Ao compararmos os números em termos de estado, segundo a FIEP (2010, p.83), que levou em consideração os números do Censo de 2010, a Paraíba possuiu um índice de 6,7% de desempregados, enquanto a região Nordeste contou com 7,1% e o país com 7,1% na década de referência.

Contribui para este cenário a seleção dos melhores empregados para assumirem os postos de trabalho, deixando uma grande massa de desempregados no exército de contingência. Segundo o DIEESE (2011, p.9)

Mesmo com alguma singularidade imposta pela dinâmica do desenvolvimento contemporâneo, no essencial, a seleção de trabalhadores preservou a lógica que lhe é intrínseca – procurar os melhores entre aqueles que postulam trabalho. Após alguns anos, porém, a persistência da situação econômica favorável e a contínua demanda por trabalhadores acabaram por gerar mudanças qualitativas nos processos de procura, seleção e contratação – ou seja, na dinâmica do mercado de trabalho. A expressão mais evidente disso refletiu-se no novo perfil dos desempregados, ao final da última década. [...] ocorreu uma desejável melhora da qualidade da força de trabalho disponível, embora, em termos

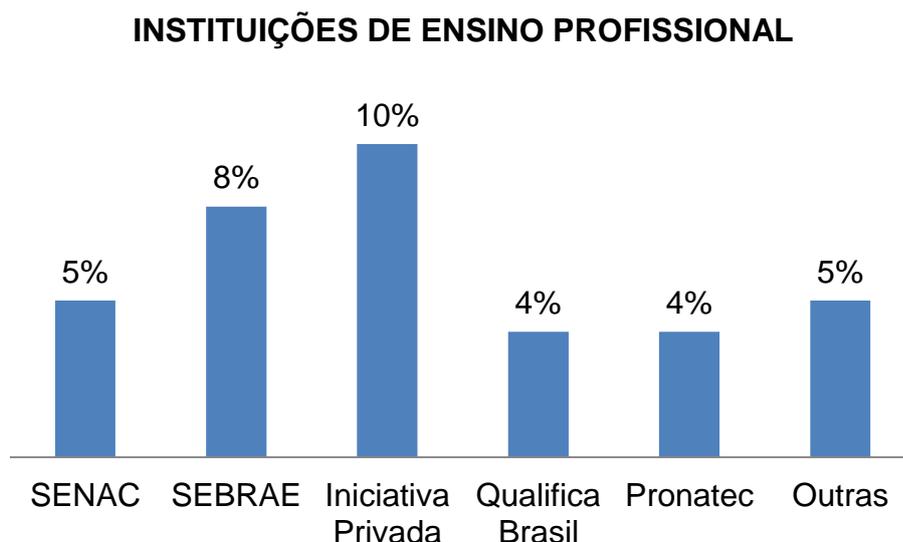
⁶ Na variante “Desempregados” foram inclusos os entrevistados que se autodeclararam estudantes, pelo fato de estarem inclusos dentro PEA.

relativos, o estoque dos mais qualificados tenha se reduzido em velocidade há muito não vista.

Deste modo, é perceptível que, levando em consideração a atual situação econômica do país e as desigualdades quanto a absorção da força produtiva dos trabalhadores locais, Dona Inês carece de maiores investimentos voltados para a qualificação profissional e, a adoção de medidas voltadas para a empregabilidade da população. Seja através do surgimento de postos de trabalho na agricultura ou o incentivo da abertura de novos negócios no município.

Do total de entrevistados que se declararam possuir alguma formação profissional, o gráfico abaixo apresenta às instituições atuantes na capacitação de mão de obra de Dona Inês:

Gráfico 13: Instituições que ministraram cursos no município.



Dentre as instituições citadas na pesquisa, desconsiderando a vertente “Iniciativa Privada”, que englobou pequenas instituições e autônomos que ministraram cursos livres no município, podemos destacar a presença do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), ambos os membros do sistema “S”, que juntamente com o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC) são os principais responsáveis pela qualificação da mão de obra local, com a oferta de cursos em períodos esporádicos. Não tendo nenhuma regularidade nesta oferta segundo os entrevistados.

Uma forma de ampliar esta oferta, sem dúvida, seria disponibilizar mais cursos de livres de forma presencial, ou utilizando a modalidade de cursos semipresenciais ou à distância. Ainda em relação aos cursos que figuraram na pesquisa, pode-se destacar a presença de profissões ligadas ao ramo de hospitalidade, como garçom, recepcionista e cozinheiro. E ao setor turístico, principalmente os cursos de empreendedorismo ministrados pelo SEBRAE e PRONATEC.

Diante das informações levantadas neste capítulo, procurou-se identificar o perfil geográfico local com as características físicas, humanas e econômicas que possam subsidiar os estudos mais aprofundados sobre a aplicabilidade do desenvolvimento turístico no município. Fatos que serão elucidados com mais veemência na próxima seção.

2.3 O POTENCIAL TURÍSTICO DE DONA INÊS

Potencializar o turismo é fundamental para que um destino turístico tenha a capacidade de atratividade de demanda turística. O município que deseje ter o turismo como uma de suas atividades econômicas deve possuir como principal preocupação, pontuar os principais fatores de atratividade dentro do seu espaço geográfico.

Contudo, esta necessidade de caracterizar os potenciais pontos de atratividade turística podem causar alguns impactos nocivos para as pretensões econômicas locais. De acordo com Herbe Xavier (2007, p.25)

O turismo, como qualquer outra atividade humana, vem gerando impactos de ordem social, cultural ecológica, transformando paisagens e culturas em mercadorias, produzindo apropriação dos lugares pelo capital e excluindo do processo turístico camadas da população de menor poder aquisitivo.

Para o autor, o processo de exploração turística de uma região deve-se possuir uma proposta condizente de integração entre a comunidade e os interesses econômicos da atividade turística, na medida em que sejam disponibilizadas condições de competitividade comercial de forma isonômica entre todos e, não apenas beneficie os empresários, que em muitos casos são pessoas forasteiras da comunidade. Mas também, incentivar a própria população autóctone nas atividades

turísticas. Prevenindo assim, o distanciamento da participação dos lucros provenientes da atividade turística local e, ao mesmo tempo, evitar o uso de forma insustentável das potencialidades naturais, que pode transformar os locais de atratividade inviável economicamente para exploração turística.

Mas afinal o que seriam esses atrativos propriamente ditos?

Segundo Fernandes (2011), podem ser considerados atrativos turísticos todos os lugares, objetos ou acontecimentos de interesse que motivem o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los.

A partir de então, abre-se uma infinidade de oportunidades envolvendo o turismo, sejam elas através das belezas naturais e/ou riqueza cultural de um povo, como também, associar o conjunto de bens e serviços que envolvem as atividades turísticas na região. Sejam elas na área gastronômica, hoteleira, artística, etc.

Este conjunto de atrativos deve está contido em um documento oficial elaborado pelo município chamado de inventário turístico, que para Fernandes é:

[...] é um instrumento de planejamento que deve refletir o levantamento de tudo aquilo que uma localidade tem a oferecer aos turistas quanto a atrativos, equipamentos e serviços turísticos, e de infraestrutura de apoio ao turismo. (FERNANDES, 2011, p.131).

É por meio do inventário turístico que são identificados as informações sobre todos os atrativos turístico, equipamentos e infraestrutura que o turista irá encontrar na localidade visitada.

No entanto, no caso específico do nosso objeto de estudo, no município de Dona Inês foi constatado a inexistência até o momento do fechamento desta pesquisa, quanto ao inventário turístico local.

Contudo, o site da prefeitura municipal elenca apenas onze atrativos turísticos com potencialidades turísticas, sendo elas quatro locais associados aos recursos hídricos (cachoeiras do Barroirão, Letreiro, Salto Seró e lagoa da Serra), uma área de preservação ambiental (Mata do Seró), três áreas caracterizadas como geossítios (Letreiro das Inscrições Rupestres, Marmitas do Lajedo Preto, Pedra do Bico e Pedra Lavrada) e duas outras ligadas ao patrimônio histórico e cultural (Capela da Cruz da Menina e Igreja-Mãe) (DONA INÊS, 2016).

Estas são as únicas informações que o turista que pretende visitar o município possuiu à sua disposição. Não tendo mais nenhuma outra quanto a informações de prestadores de serviços ligados ao turismo ou áreas afins.

De certa forma, isto é um fator bastante prejudicial para o desenvolvimento do turismo local, de modo que há uma limitação evidente quanto ao acesso das informações turísticas de Dona Inês. Impossibilitando um fluxo maior de turistas que poderiam para contribuir para a economia donainesense.

No entanto, a falta de informações turísticas em Dona Inês não é uma falha exclusivamente destinada aos viajantes que ali chegam. A própria população do município carece do básico de informações turísticas da sua própria cidade.

Na subseção a seguir, serão apresentados os dados referentes ao conhecimento dos moradores sobre o que venha a ser turismo e seus aspectos relevantes ao município de Dona Inês.

2.3.1 Perspectiva do conhecimento sobre o que é turismo para a população

Durante a coleta de dados que buscou saber o perfil socioeconômico e o grau de instrução e qualificação da população donainesense, alguns questionamentos sobre turismo também compôs o questionário aplicado no momento da pesquisa.

A população foi questionada quanto ao seu grau de conhecimento sobre o que é turismo e sobre alguns aspectos relevantes quanto ao turismo local. O objetivo foi saber o quanto a população estaria preparada para um eventual fluxo de turismo no município. Contudo, os resultados foram bem variados conforme o desenvolvimento das perguntas.

Ao abordamos junto aos entrevistados sobre o que venha a ser turismo, muitos ainda não conheciam o seu significado, mesmo tendo participado de cursos voltados para o incentivo da atividade turística no município. De acordo com Funari e Pinsk, a Organização Mundial do Turismo compreende:

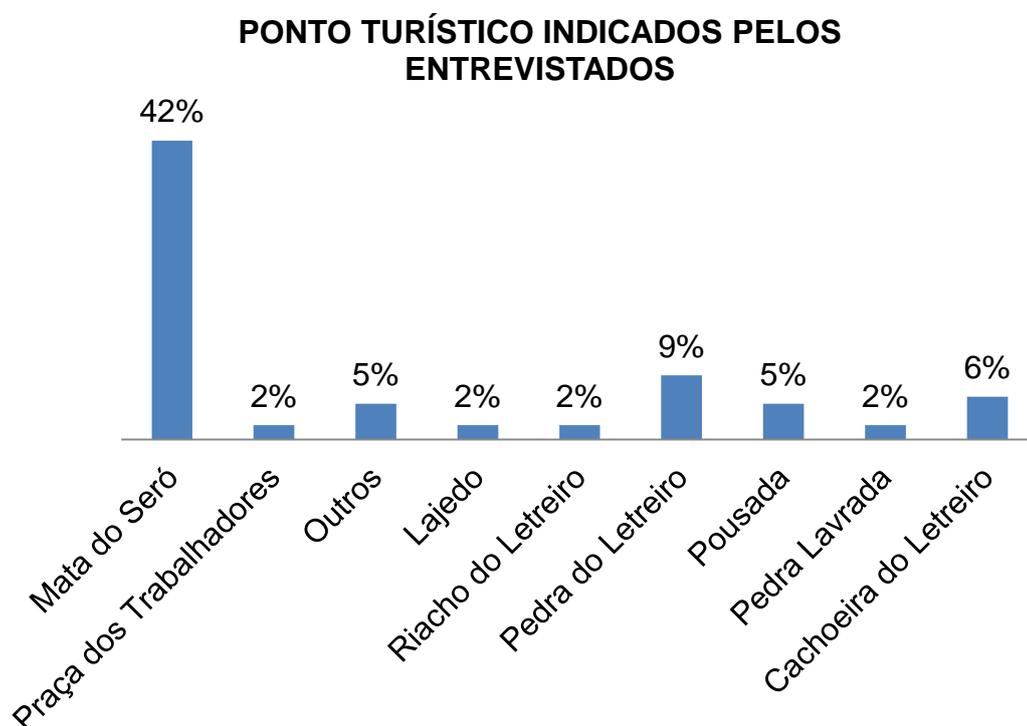
O turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas, bem como, as relações que surgem entre eles, em lugares distintos de seu ambiente natural, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente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

Com isso, o turismo passou a ser dentro da economia mundial um fator de desenvolvimento local e um facilitador para implementação da inclusão social com o surgimento de novos negócios e, conseqüentemente, a abertura de postos de trabalho oriundos dos investimentos nos municípios com potenciais turísticos a serem aproveitados.

Em números, ao serem perguntados se sabem o que é turismo, obtivemos 83% de pessoas que afirmaram “sim” e 17% que afirmaram “não”. Desses 83%, muitos relacionaram o turismo apenas como experiências próprias de viagens a passeio pelo próprio estado da Paraíba, ou para santuários religiosos no Rio Grande do Norte ou Ceará, como parte da tradição da população rural do Nordeste.

Ao serem questionados se conhecem algum ponto turístico de Dona Inês, 84% dos entrevistados afirmaram conhecer. Mas, no momento em que foi solicitado o nome do ponto, muitos entrevistados tiveram dificuldades em apontar.

Gráfico 14: Pontos turísticos de Dona Inês na visão dos entrevistados

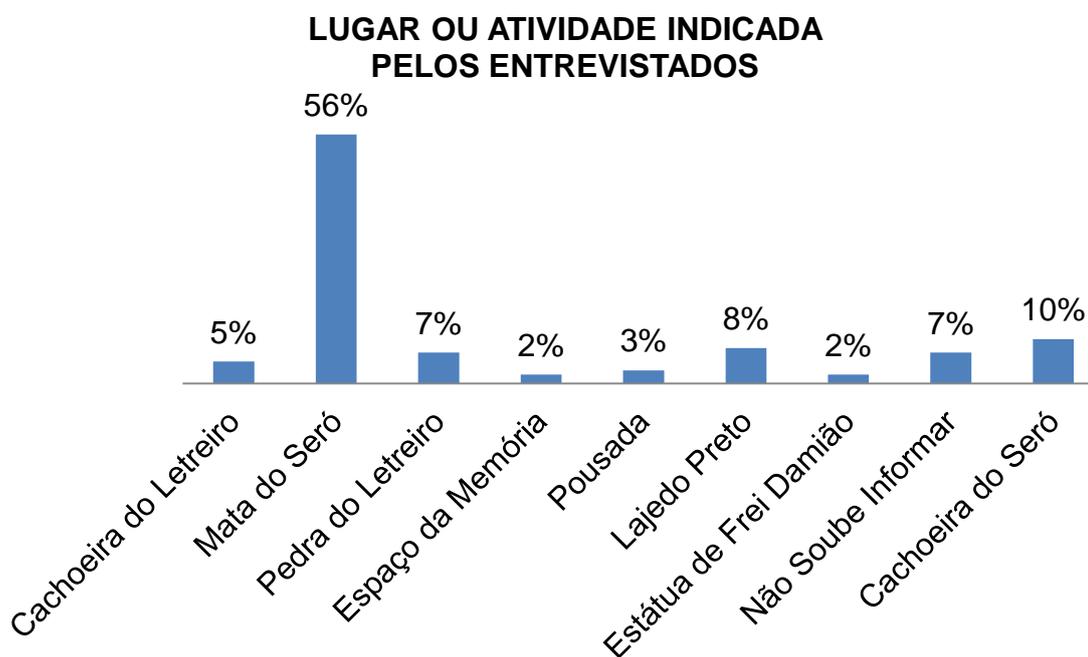


No gráfico acima, aparecem quinze pontos turísticos citados pelos entrevistados, sendo a Mata do Seró o ponto mais citado. No decorrer deste quesito do questionário, muitos dos entrevistados demoraram mais de dez segundos para responderem, pois a pergunta foi direta sem nenhuma explicação.

Porém, na pergunta seguinte, do que procurou saber o que o entrevistado indicaria para uma pessoa que visita o município, o entrevistador incrementou a pergunta com a seguinte situação: “Se neste momento chegasse um ônibus repleto de turistas aqui e perguntassem ao senhor(a) um local para conhecer em Dona Inês, o que o senhor(a) indicaria?”

Assim, obtivemos as seguintes respostas conforme o gráfico abaixo:

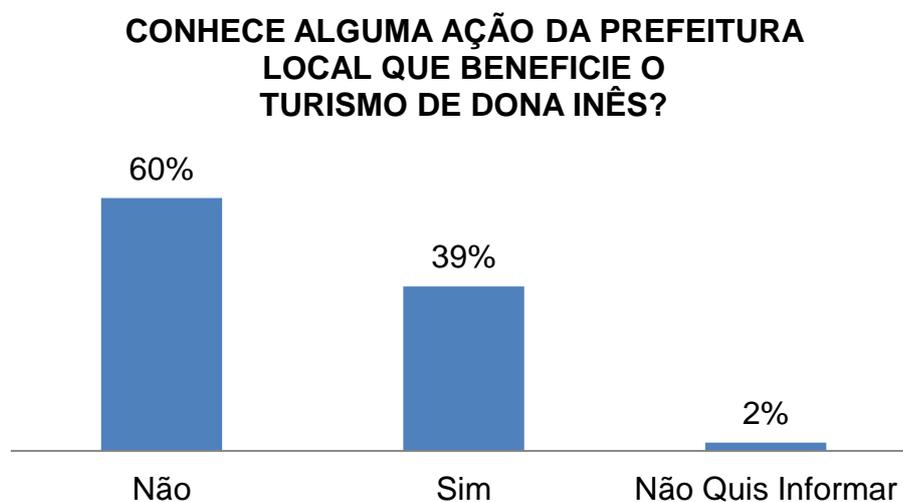
Gráfico 15: Lugar que o entrevistado indicaria a um turista em visita a Dona Inês.



A partir desta nova forma de dirigir a pergunta ao entrevistado, foi possível conseguir a resposta em um espaço menor de tempo, e o aumento das opções dos destinos turísticos do município. No entanto, pode-se apontar de forma positiva, a consolidação do destino Mata do Seró com 14 pontos a mais que na pergunta anterior, a diminuição da pousada como atrativo turístico. Já do ponto de vista negativo, houve o aumento da quantidade de pessoas que não souberam informar e o surgimento de alternativas pouco condizentes com as obras públicas do município como pontos de visitação turística.

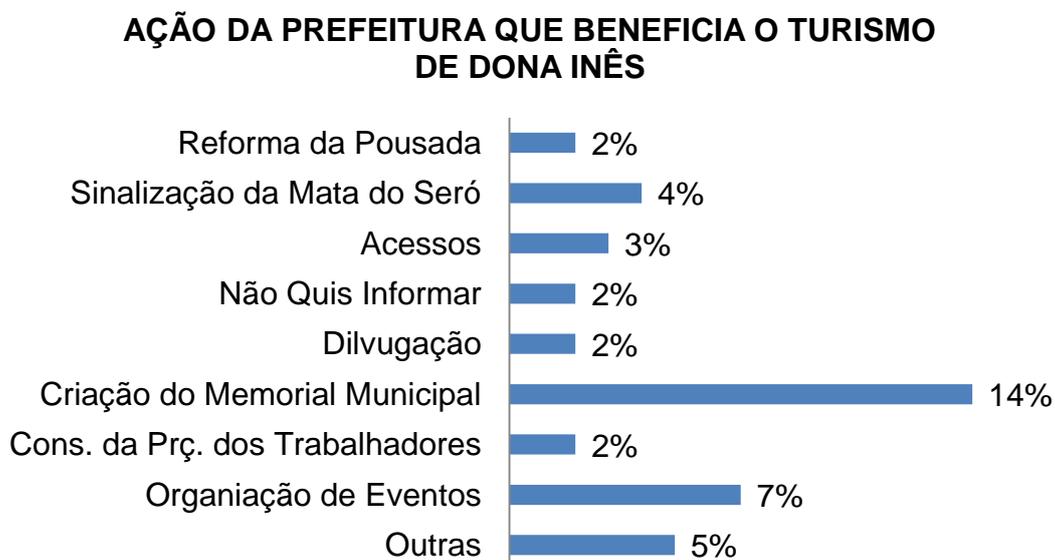
Ainda quanto aos aspectos ligados ao turismo local, quanto à participação do poder público para a consolidação da atividade turística de Dona Inês, procurou-se saber dos entrevistados se eles conheciam alguma obra ou ação do poder público que beneficiou o turismo local quando foi obtido o seguinte resultado:

Gráfico 16: Grau de conhecimento dos entrevistados sobre alguma obra ou ação que beneficiou o turismo local



Com o número de respostas na opção “Não”, o item apontou que 59% dos entrevistados desconheciam de alguma forma qualquer obra ou ação da prefeitura que veio a beneficiar o turismo local. Porém, dos 39% que afirmaram conhecer alguma obra ou ação. Foram encontradas respostas bem condizentes como a organização de eventos e da construção do Memorial do Município. Contudo, o que chamou a atenção foi a citação da reforma de uma pousada no município, que segundo informações coletadas é de propriedade da família do gestor municipal.

Gráfico 17: Ações da Prefeitura que beneficiaram o Turismo segundo os entrevistados.



No geral, os números da pesquisa demonstram que os moradores possuem certa dificuldade em definir o conceito de turismo numa abordagem mais formal. Contudo, ao estimular o entrevistado a definir o conceito numa abordagem mais informal, logo foi possível notar que os participantes, de certa forma, conheciam o objetivo da atividade turística.

Foram obtidas respostas mais eficientes, demonstrando que a população, numa porcentagem considerável, possui condições de orientar de forma tolerável os visitantes que procuram Dona Inês de acordo com os seus interesses. Outro fator interessante é a consciência das obras e/ou ações que beneficiaram o turismo local. Os moradores conseguem eleger e criticar a falta das obras que seriam necessárias para desenvolver o turismo local.

São essas revelações que possibilitam uma projeção de viabilidade de investimento no futuro, por empreendedores interessados em investir no turismo local, conforme será abordado mais adiante na pesquisa.

Contudo, é interessante conhecer como encontra-se o turismo local em termos de perspectivas de melhorias. O que pode favorecer o surgimento de interessados em investirem no município.

2.3.2 Cenário atual e perspectivas sobre o futuro do turismo em Dona Inês

O desenvolvimento do turismo de Dona Inês já contou com momentos de importância para o amadurecimento deste desejo expressado por um considerável número de pessoas em nossa entrevista. Chegando a 97% de sinalização positiva por parte dos entrevistados para esse fim.

O momento mais recente foi à participação do município na Operação Porta do Sol, promovida pelo Projeto Rondon no ano de 2015. Na oportunidade, foram realizadas oficinas de Comunicação, Tecnologia e Produção, Meio Ambiente e Trabalho desenvolvido pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) e a Universidade de Brasília (UNB).

A principal ação voltada para o turismo foi a realização de atividades ambientais, como uma expedição de conscientização e preservação da Mata do Seró e oficinas de tratamento de água e reciclagem de resíduos sólidos. (BRASIL, 2015).

No entanto, a operação coordenada pelo Ministério da Defesa foi mais uma de tantas outras que buscam incessantemente despertar o poder público e a livre iniciativa das pessoas através do empreendedorismo, para a importância de aplicabilidade de atividades econômicas voltadas para o turismo.

Dois fatos que antecederam ao Projeto Rondon foi uma visita técnica ao Assentamento Tanques ocorrida em 20 de abril de 2013, quando alunos do curso de Bacharelado em Turismo, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) desenvolveram uma atividade independente de prospecção do potencial turístico de Dona Inês, e promoveram um debate sobre a participação da comunidade rural em negócios voltados para o Turismo rural.

Fotografia 1: Alunos do curso de Turismo da UERN reunidos com as famílias assentadas do Assentamento Tanques⁷.



Um outro fato é remetido ao ano em 21 de junho, de 2011 quando o Projeto Geotrilhas inaugurou dentro do Assentamento Tanques a primeira proposta de pousada rural desenvolvida pelos assentados, que envolviam a integração de serviços de hospedagem, restauração e guiamento concentrado dentro da agrovila Tanques. Como sendo um local de lazer e entretenimento voltado não apenas para os turistas, mas sim para a população local que contava com o serviço de dois bares e restaurantes às margens do açude Tanques.

⁷ COSTA, Janaina Mikarla Dantas da. Reunião entre alunos do Curso de Turismo da UERN Natal com as famílias do Assentamento Tanques em Dona Inês-PB. 20 abr. 2013.

Fotografia 2: Participantes do Projeto Geotrilhas iniciam as operações dos serviços voltados para o segmento do turismo rural no Assentamento Tanques⁸.



A partir deste momento e, graças à potencialidade turística do município, tanto com os atrativos naturais, como culturais, e, acima de tudo, pelo envolvimento com as pessoas da própria comunidade, o Projeto Geotrilhas cria laços de grande efetividade com os assentados dos Tanques, passando a realizar diversas atividades culturais e passeios. Mas, que infelizmente, devido a questões políticas que adentraram ao meio da administração da presidência da associação de moradores locais, o grupo se afasta e as atividades de Turismo rural foram praticamente dizimadas.

Certamente, a inércia de ambas as partes, sejam elas o poder público municipal e, até mesmo os detentores do capital local capaz de investir no turismo, vem prejudicando a economia local com limitações a geração de emprego e renda e, conseqüentemente, a arrecadação de impostos.

Algumas ações isoladas continuaram a ser realizada em Dona Inês, com a adesão do município aos cursos do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), com a realização de cursos esporádicos nas áreas de administração e, com outros cursos ligados ao empreendedorismo por parte do SEBRAE.

No entanto, a oferta dos cursos, muitas vezes, associados a bolsas de estudos, possuem o interesse por parte dos jovens devido a possibilidade de terem

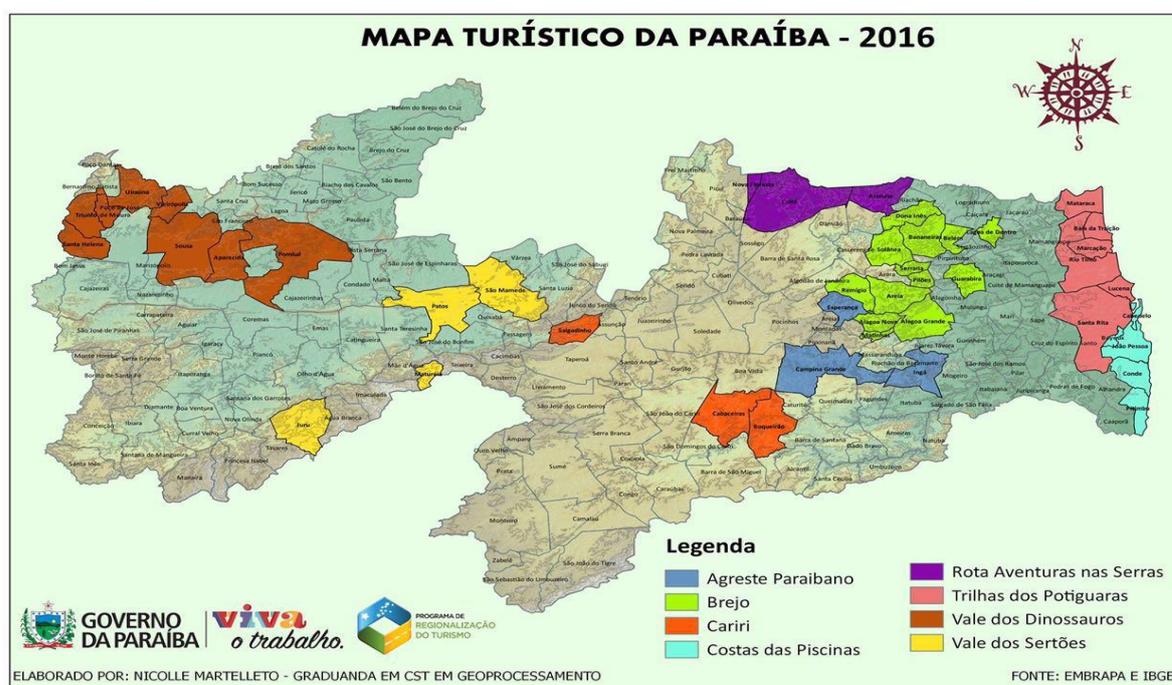
⁸ COSTA, Cristiano Lourenço da. Grupo Geotrilhas às margens do açude Tanques em Dona Inês-PB. 21. Jun. 2011.

uma renda enquanto durar o curso. Tanto que, os próprios alunos ainda possuem uma visão muito limitada quanto a sua própria capacidade de criação. O que fazem com que não enxerguem um futuro promissor no município, restando até mesmo tentar a sorte na capital João Pessoa ou no centro-sul do país.

A prefeitura, na medida do possível, promove os eventos mais importantes da cidade, como a festa do padroeiro São Sebastião, os festejos juninos e a festa de Emancipação Política, mas não com o propósito de atrair público externo. Ficando quase que exclusivamente para a população local.

Sem dúvida, a principal jogada que Dona Inês possui além das suas riquezas naturais e culturais é a proximidade com os municípios integrantes do roteiro Caminhos do Frio, que possui como município indutor Bananeiras. Ou seja, Bananeiras é o município que possui maior atratividade turística da região do Brejo Paraibano, de onde serve como espécie de base de alojamento para os demais municípios circunvizinhos que possui alguma atratividade turística, mas carecem da estrutura de equipamentos turístico e/ou serviços básicos para atender a demanda.

Figura 2: Mapa do turístico da Paraíba 2016⁹



⁹ PARAÍBA. **Governo do Estado apresenta novo Mapa Turístico da Paraíba.** Disponível em: <<http://paraiba.pb.gov.br/governo-do-estado-apresenta-novo-mapa-turistico-da-paraiba/>>. Acesso em: 15 maio 2016.

Recentemente, Dona Inês foi incluída no novo Mapa Turístico da Paraíba, conforme informação contida no site oficial. De acordo com o site do próprio Governo da Paraíba, que insere Dona Inês no pólo turístico do Brejo, com mais doze municípios.

De acordo com a interlocutora do MTur, os municípios inseridos no Mapa tiveram que cumprir uma série de exigências impostas pelo Ministério. [...], a partir de então, cada município tem que possuir órgão responsável pela pasta de turismo [...]; comprovar a existência de dotação para o turismo na lei orçamentária anual vigente e apresentar um termo de compromisso assinado pelo prefeito ou dirigente responsável pela pasta de turismo - aderindo de forma espontânea e formal ao Programa de Regionalização do Turismo e à Região Turística. (PARAÍBA, 2016, p.1).

Considerando que a partir desta inclusão os gestores públicos a nível do município assume um compromisso com a agenda de desenvolvimento do turismo a nível local e regional, surge uma fase de otimismo para pessoas com espírito empreendedor que possuam interesse de investir no turismo local.

De fato, provir-se de conhecimentos necessários para aproveitar a oportunidade assim que surge, pode ser a chave para o sucesso empresarial em se tratando de turismo. Cabe ao investidor analisar qual a melhor maneira de investir o seu dinheiro na abertura do próprio negócio.

Diante desses fatos, no capítulo a seguir será apresentada uma sugestão de negócio para aproveitar as potencialidades turísticas de Dona Inês, de acordo com todo o contexto descrito nesta pesquisa.

3 EMPREENDEDORISMO

Para dar início a discussão deste capítulo, é interessante verificar alguns números relevados durante a coleta de dados *in loco* desta pesquisa quanto à opinião sobre o apoio ao turismo do município. Assim, após a tabulação dos dados foi considerado que boa parte dos entrevistados é a favor do desenvolvimento do turismo local, que representou 97% dos entrevistados, e outros 87% afirmaram que seria um bom negócio investir no turismo de Dona Inês.

E ao ser considerado após os questionamentos sobre possuírem algum curso de qualificação, os números apresentaram uma boa quantidade de cursos ligados ao

empreendedorismo, o turismo aparece como uma ótima alternativa para a geração de emprego e renda no município. No entanto, a ação de abrir um negócio próprio geralmente está ligada a duas situações bem distintas.

Segundo Degen (2009, p.16) “[...] a primeira é não ter a necessidade de realizar um negócio próprio ou não ser motivado por ganhar muito dinheiro. [...] A segunda é não estar disposto a pagar o preço pessoal para iniciar um negócio próprio.”

No caso de Dona Inês, dentre as duas situações descritas pelo autor, a segunda opção é a que está mais presente na realidade dos indivíduos, devido a não poder contar com o capital necessário para abertura do negócio, ou simplesmente pelo medo de enfrentar um novo desafio que esteja totalmente avesso à sua realidade de empregado ligado à agricultura.

Contudo, a capacidade para que novos negócios sejam criados aproveitando toda a potencialidade do turismo donainesense é uma maneira de recolocar o município nos trilhos do desenvolvimento, como também para contribuir para o enriquecimento da cultura e memória do seu povo.

Desta forma, o surgimento de ideias e, conseqüentemente, a aplicabilidade de um projeto destinado a abrir negócios voltados para o turismo, consiste em concretizar e, ao mesmo tempo, tornar viável o processo de desenvolvimento de equipamentos destinados a oferecer produtos e serviços com excelência aos turistas do segmento rural.

Pôr em prática estas ideias tem por objetivo atrair divisas econômicas para si, ou para um conjunto de pessoas. Desta forma, pode-se conceituar de uma maneira mais popular o que nas ciências aplicadas é definido por Empreendedorismo, o qual é executado pela figura do empreendedor. De acordo com Drucker (1974, p.25), “Empreendedorismo não é nem uma ciência, nem arte. É uma prática.”

Para o autor, a importância do Empreendedorismo como um objeto de estudo da ciência, vem do fato de promover um esforço para a desburocratização dos estigmas relacionados ao conceito. Por outro lado, o empreendedorismo aproveita a qualidade visionária do empreendedor, fazendo com que concretize a sua visão em algo real capaz de realizar negócios com o objetivo de obtenção de lucro para garantir a sustentabilidade da empresa. Sempre oferecendo o diferencial capaz de promover esta sustentabilidade. E que seria a figura deste empreendedor?

Numa perspectiva mais acadêmica quanto ao assunto, Chiavenato define o empreendedor como “[...] a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente” (CHIAVENATO, 2005, p. 3).

São com essas características apresentadas no empreendedorismo, que o empreendedor que possui ideias inovadoras dentro do segmento do Turismo rural, encontra inúmeras possibilidades de desenvolver o seu negócio que tenha por objetivo oferecer serviços e atividades destinadas aos visitantes dos espaços rurais. Sejam elas os serviços e equipamentos indispensáveis para o desenvolvimento da atividade turística como meios de hospedagem, alimentos e bebidas, transporte, guiamento e recepção. Além das próprias atividades fins do segmento, como atividades agropecuárias, culturais, de transformação, recreativas e ecoturísticas.

Todavia, como empreender é a forma de buscar sempre uma inovação com o propósito de fazer prosperar uma ideia, o próprio empreendedorismo em que apresenta diferentes tipos de perfis.

3.1 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS ENVOLVENDO A AGRICULTURA FAMILIAR EM DONA INÊS

Para Graziano da Silva (1998), o Turismo rural na agricultura familiar é uma atividade turística que ocorre em pequenas propriedades rurais destinadas à agricultura de subsistência com a venda dos excedentes da produção voltadas para o mercado e, caracterizadas pela mão de obra da familiar, cuja proposta de turismo é compartilhar seu modo de vida valorizando os costumes e tradições, oferecendo produtos e serviços de qualidade aos turistas.

No caso específico de Dona Inês, os integrantes da agricultura familiar são, em sua grande maioria, pessoas beneficiadas pelos programas de Reforma Agrária, que anteriormente exerciam relações de trabalhos na informalidade junto aos grandes fazendeiros do município e seu entorno. Principalmente no desempenho do ofício de vaqueiro, cujos muitos assentados agora continuam a desempenhar esta profissão secular que passa de pai para filho na região. Sendo, devido a sua complexidade cultural, um ponto favorável para a exploração do turismo cultural graças às características apontadas por Andrade (2005, p. 154)

A criação extensiva, com gado solto; não requeria grandes cuidados, não necessitava de muitos braços. Por isso, nos primeiros tempos, era pequeno o número de escravos na região. A fazenda era quase sempre administrada por um vaqueiro que zelava para que o gado não se extraviasse e não fosse dizimado pelas epizootias. [...] O vaqueiro providenciava a construção de cacimbas durante a seca e a condução do gado aos bebedouros, assim como cortava as “ramas”, as cactáceas e as macambiras, alimentos que mitigavam a fome dos animais nos meses secos, quando não havia mais pastagens. Fiscalizava o gado no campo, ferrava, “assinalava”, benzia em caso de doença e amansava bois e burros. Às vezes, nas grandes fazendas, havia uma verdadeira equipe de vaqueiros, cada um com a sua especialidade, donde a existência do campeiro, do ferrador, do benzedor e do amansador.

E são estas características descritas pelo autor que ainda são muito presentes no cotidiano dos moradores de Dona Inês. Tendo inclusive resquícios desta escravatura presente num quilombo local, onde encontramos também vaqueiros.

Enfim, a cultura do vaqueiro é uma constância em Dona Inês, em que é possível que os membros da agricultura familiar local possam fazer uso deste atributo para desenvolver atividades ligadas ao campo, aproveitando a cultura dos vaqueiros da região para desenvolverem serviços e produtos para serem comercializados junto aos turistas que por ventura venham visitar o município.

Envolver as comunidades, principalmente nos assentamentos rurais, com o desenvolvimento destes produtos e serviços, seja eles os gêneros alimentícios *in natura* ou processados e, utilizados na própria gastronomia típica do município, são maneiras de agregar valor aos produtos. É também outras formas de obtenção de lucro o artesanato e manifestações culturais ligadas à figura do vaqueiro.

Assim, a Agricultura Familiar torna-se cada vez mais forte com a possibilidade de fornecimento de produtos e serviços por parte dessas famílias, ao mesmo tempo em que são preservadas as tradições culturais do povo donainesense.

No entanto, é necessário uma forma de gerenciamento para que sejam garantidas as mesmas oportunidades ao maior número de famílias interessadas em participarem destes negócios. Uma forma bem interessante de desenvolver este trabalho é através de cooperativas, como será apresentado na próxima seção.

3.2 COOPERATIVISMO

Como o objetivo de nosso estudo é apresentar uma proposta de desenvolvimento pelo empreendedorismo no espaço rural, onde haja um engajamento da comunidade rural, pode se concluir que o perfil de empreendedor que melhor se ajusta a proposta é a do empreendedor social. Sobre essa linha de raciocínio, para Bolton os empreendedores sociais são caracterizados como

[...] aqueles que assumem uma atitude pró-ativa no que se refere ou no que diz respeito ao desenvolvimento integrado da sua comunidade, da sua cidade ou do seu país, sempre promovendo mudanças, reunindo recursos e constituindo benefícios à comunidade voluntária e terceiro setor. É aquele que contribui para a resolução de problemas sociais, ligados à pobreza, às drogas, à integração de deficientes, à exclusão social, etc.(BOLTON *apud* SANTOS; ANDRADE; GUSMÃO. 2008. p. 12).

Portanto, o empreendedorismo social vem contribuir para que, através de ideias inovadoras de forma coletiva, os seus protagonistas busquem nas oportunidades do Turismo rural uma forma de desenvolver negócios com a participação coletiva que possibilite o surgimento de novos postos de trabalhos, com o diferencial de que o trabalhador é um acionista do negócio, que possui como objetivo preservar a cultura local, promovendo a geração de renda centrada na auto-sustentação dos negócios. Contribuindo assim para a melhoria da qualidade de vida daqueles envolvidos no desenvolvimento dos processos de participação empreendedora.

Um caminho que pode ser seguido pelos adeptos do empreendedorismo social é a formação de cooperativas voltadas para o Turismo rural. Neste sentido, Gawlak define que:

Cooperativa é uma organização de pessoas unidas pela cooperação e ajuda mútua, gerida de forma democrática e participativa, com objetivos econômicos e sociais comuns a todos, cujos aspectos legais e doutrinários são distintos de outras sociedades. [...] O empreendimento cooperativo tem características próprias e se fundamenta nos valores humanos e na dignidade pessoal. É um instrumento que busca a solução de problemas que, de maneira individual, apresentam dificuldades para serem resolvidos. Objetiva viabilizar o associado economicamente, mediante prestação de serviços, desenvolvimento cultural e profissional. (GAWLAK, 2007, p.31)

Assim, o cooperativismo aparece como uma excelente alternativa para que os indivíduos que realmente desejem trabalhar em prol da coletividade, não possuindo

pretensões individuais de qualquer natureza dentro da organização, para assim, terem uma renda com mais frequência, onde os lucros de participação possam ser gozados por todos os cooperados nos mais diferentes negócios que podem surgir.

Para Mielke (2010), as cooperativas não podem apenas visar o lucros dos produtos e/ou serviços fins da organização. Também devem ter como objetivo investir às sobras dos lucros em outras atividades de interesse dos associados.

Diante disso, são abertas inúmeras possibilidades de novos negócios em que os empreendedores coletivos podem iniciar sua operação, principalmente na área de serviços, conforme as vantagens descritas por Degen:

A popularidade do setor de serviços decorre do relativo baixo investimento e da facilidade de obter o conhecimento e as habilidades necessárias para iniciar muitos dos negócios nestes setor. [...] Muitos desses negócios de serviços podem ser iniciados pelo candidato a empreendedor em sua casa. [...] Além de um espaço na casa, o investimento inicial desse tipo de negócio, na maioria casos, consiste somente na aquisição de um telefone celular, impressões de cartões de visita e folhetos e, eventualmente, de alguns anúncios em jornais ou revistas específicas (DEGEN, 2009, p.50).

Desta forma, o surgimento de cooperativas ligadas ao turismo rural, (sejam elas de artesões, guias/condutores, transporte etc.) possam ser formas eficientes de envolvimento da comunidade rural, fazendo com que seja exercitado o estímulo da capacidade intelectual para desenvolver ótimas ideias de negócios voltadas para o segmento turístico, aproveitando o fluxo de turistas dentro das empresas. E promovendo assim, a melhoria contínua da qualidade de vida dos envolvidos no sistema de cooperativas graças ao desenvolvimento econômico local.

Na próxima subseção será apresentado um exemplo de cooperativa ligado ao turismo rural que deu certo no inteiro do Paraná.

3.2.1 Cooptur: a primeira cooperativa de turismo rural do país

O primeiro registro de abertura de uma cooperativa de empreendedores especificamente destinada a trabalhar com turismo rural ocorreu há dezesseis anos no Estado do Paraná com a fundação da Cooperativa Batavo, hoje denominada de Cooperativa Paranaense de Turismo (Cooptur), com sede no Parque Histórico de Cambareí.

Figura 3: Logomarca da Cooperativa Paranaense de Turismo¹⁰



De acordo com o site do SEBRAE (2016), a formação da cooperativa ocorreu graças ao projeto “Turismo rural Cooperativo”, resultando do convênio MET-OCB/298 que envolveu o Ministério dos Esportes e Turismo e a Organização das Cooperativas Brasileiras. A Cooptur foi a única cooperativa paranaense foi a única entre dez selecionadas que conseguiu se manter em atividades.

Em relação à composição da cooperativa, segundo o site da Cooptur (2016), podemos dizer que:

[...] atualmente com a participação de oito municípios (Colônia Witmarsum, Carambeí, Colônia Castrolanda, Tibagi, Arapoti, Sengés, Prudentópolis e Colônia Entre Rios), onde existem associações de produção formadas a partir de colonizações européias. E também, como opção cultural, a cidade da Lapa. Todos trabalham juntos em busca de um turismo sustentável e de qualidade.

A forma em que são desenvolvidos os trabalhos na cooperativa é voltada para a auto sustentabilidade dos negócios envolvendo os cooperados, de forma que nos oito municípios que fazem da área de atuação, procuram desenvolver negócios ligados a cultura europeia das colônias remanentes dos roteiros comercializados na cooperativa. Assim, abre-se a possibilidade de pequenos negócios da área de gastronomia, artesanato, cultura e hotelaria, aproveitando todo o potencial que a temática colonial europeia pode oferecer às turistas.

¹⁰ SEBRAE. A primeira cooperativa de turismo no Brasil é paranaense. Disponível em:< <http://sites.pr.sebrae.com.br/leigeral/2016/01/11/a-primeira-cooperativa-de-turismo-no-brasil-e-paranaense/>>. Acesso em: 15 de maio 2016.

Toda essa organização resultou na formação do Parque Histórico de Cambareí é descrito da seguinte forma:

Considerado um dos maiores museus a céu aberto do Brasil, com seus mais de 100 mil m², o Parque Histórico de Carambeí se destaca por ser um projeto de caráter sociocultural com o compromisso de preservar a memória dos imigrantes que se estabeleceram na cidade de Carambeí e difundir a cultura por meio de seu Patrimônio Material e Imaterial.

Um complexo museal com alas integradas que remete as estruturas de ecomuseus dos países escandinavos, tem por objetivo resgatar memórias e provocar uma imersão cultural e experiência sensorial em seus visitantes, por meio de espaços que reproduzem a dinâmica do estilo de vida do colono no início do século XX, um Parque ecológico, inspirado no estilo do holandês *Zaanse Schans*, amplos jardins, Casa de Memória, anfiteatro e um *Koffiehuis* – confeitaria e restaurante, que oferece um cardápio com culinária típica e tradicional. (ASSOCIAÇÃO DO PARQUE HISTÓRICO DE CAMBAREÍ, 2016, p.1)

Toda essa potencialidade do Parque Histórico de Cambareí proporciona ao turista uma vivência inesquecível, inserindo-os literalmente na cultura típica dos colonos da região. Transformando o espaço turístico num grande parque temático com outras possibilidades de segmentos do turismo, como o de aventura e ecoturismo.

O desenvolvimento da atividade cooperativista, em especial o caso da Cooptur mostra como é possível que comunidades bem organizadas podem obter lucros através da ofertas de serviços turísticos aproveitando os potenciais culturais e naturais da respectiva região. São ações que além de possibilitar mais renda ao homem do campo, também é uma maneira de preservação da cultura e dos costumes locais, assim como da divulgação dessa mesma cultura para a população não pertencente aquele meio.

Assim, as cooperativas podem definitivamente impulsionar o turismo em pequenos municípios, bem como, incentivar a aberturas de outros negócios de natureza independente, por meio da livre iniciativa daqueles que enxergam ótimas oportunidades no turismo. Na próxima seção, será apresentada uma proposta de negócio individual para desenvolvimento no município de Dona Inês.

3.3 POUSADA RURAL

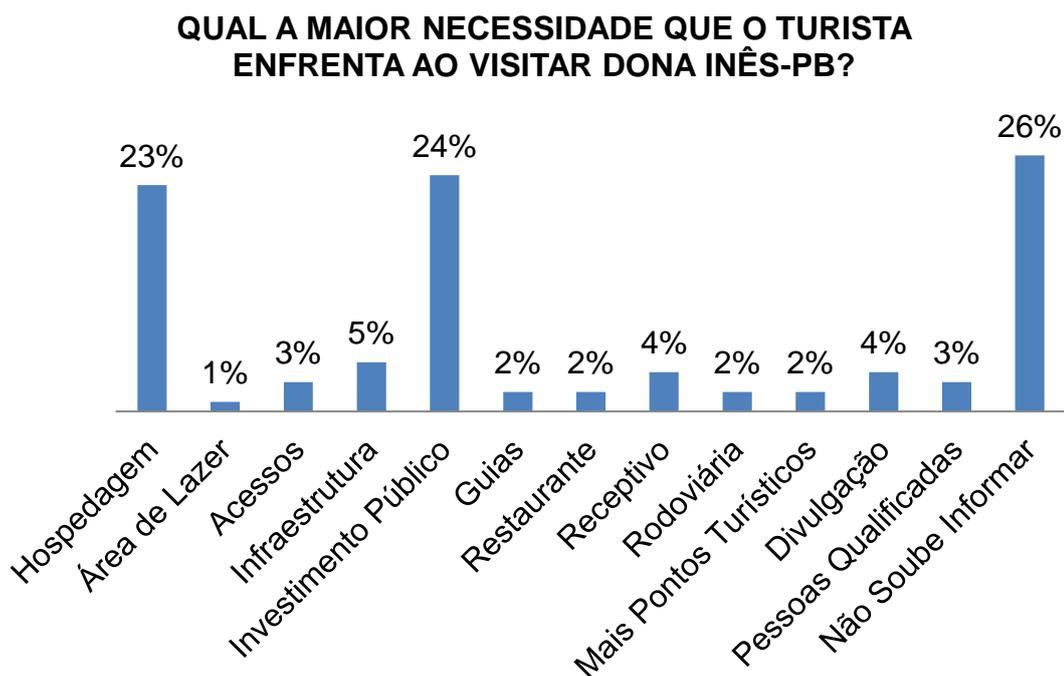
Diante da discussão promovida no transcórre da pesquisa, chegamos à proposição de um modelo de negócio que poderá aproveitar a potencialidade

turística do município de Dona Inês para prosperar e, paralelamente, contribuir para o surgimento de novos negócios ligados ao setor turístico local.

Para tanto, foi pesquisado junto a população alguns aspectos que nos levaram a tomada da decisão em optar pelo negócio, os quais serão apresentados na sequência.

Inicialmente, procuramos saber dos entrevistados o que eles acreditavam que faltava ao município para atender melhor o turista que vem visitar Dona Inês. Neste quesito, houve um equilíbrio entre três itens citados, sendo 25% os que não souberam informar, 24% os que informaram que o município não possui hospedagem de qualidade e 23% que defendem mais investimento do poder público no turismo.

Gráfico 18: Necessidades do município para atender melhor o turista.



Se considerarmos a segunda opção como a mais coesa, pelo fato de se tratar de uma oportunidade de negócio, é evidente que tanta citação sobre este item deve-se ao fato de que o município possui apenas dois locais para hospedagem, sendo o primeiro num sobrado de uma casa na rua principal, em que no térreo existe um bar, e outra afastada cerca de 500 metros do adensamento urbano. Com quartos não tão convidativos e estrutura precária, além de também servir como bar para a população.

Esta preocupação da população tem muito a ver com a necessidade do acolhimento tão presente nos pequenos municípios do Nordeste. Em que a população rural faz questão de recepcionar bem o seu hóspede, para que ele sai com boas impressões da local visitado.

A hospitalidade em si no turismo é de fundamental importância para a sobrevivência de um destino turístico pelo fato de ser tão complexa. Para Dalpiaz; Dagostini; Giacomini (2016, p.2)

A hospitalidade no Turismo evidencia-se muito mais ampla do que primeiramente se imaginava, ela deverá estar presente em todas as atividades relacionadas com o turismo, desde a facilitação (ingresso, permanência, deslocamentos internos e saída dos visitantes), o desenvolvimento da infra-estrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicações (terrestres, aéreos, marítimos, fluvial e telecomunicações), a educação e capacitação (formação de recursos humanos para o setor em níveis distintos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras).

Dessa maneira, a hospitalidade não só está associada ao serviço de hotelaria, mas por está presente em todos os momentos da estadia do turista em seus momentos de lazer e entretenimento. O que pode gerar ótimas perspectivas futuras graças às boas recomendações de outros turistas satisfeitos não só com o serviço contratado. Mas, principalmente, pela acolhida no local visitado.

O negócio da hospitalidade em si apresenta outras vantagens bem convidativas em termo empreendedor, conforme definidas por Degen:

A hospitalidade [...] é o setor mais procurado pelos candidatos a empreendedor em virtude da grande facilidade de adquirir o conhecimento necessário e de iniciar um negócio.

A maioria dos empregadores desse setor é formada por pessoas com pouca escolaridade que, com muito trabalho e sacrifício, montaram seu negócio. [...] Em geral, trabalham mais e ganham menos do que trabalhariam e ganhariam se estivessem empregados. O que vale para a maioria deles é a satisfação de ser independente e não ter chefe. (DEGEN, 2009, P.49)

Para o autor, o empreendedor que envereda para o lado da hospitalidade pode obter grande vantagem, caso o investidor tenha interesse de adquirir conhecimento sobre o negócio, pela facilidade em seu acesso. Ao adquirir estas informações necessárias para a melhor otimização do negócio, o empreendedor em hospitalidade poderá levar uma vantagem na concorrência devido a pouca ou quase

inexistência de conhecimentos técnicos eficazes para uma boa gestão dos negócios por parte da grande maioria dos empreendedores da área, não fazem uso das ferramentas de gestão na área para aproveitar melhor o potencial de seus negócios, ficando fadados a longos períodos de trabalho sem pouco retorno. Tudo isso devido ao amadorismo em termos de empreendedor.

Seguindo uma linha mais tradicional de perfil de empreendedorismo, as ações inovadoras de forma individualizadas também são de fundamental importância para o desenvolvimento deste projeto. Assim, colaborar como pioneiro na ideia de alavancar o Turismo rural no município de Dona Inês torna-se necessário para iniciar o funcionamento do sistema turístico local. Mesmo sendo assim, empreender também será o nosso objetivo.

Tomaremos por base o perfil do empreendedor corporativo definido por Bolton (*apud* Santos, Andrade e Gusmão, 2008, p.11) como sendo:

[...] aquele que, a partir de uma idéia, inicia novos negócios, inventa uma nova técnica ou até uma nova forma de atuação comercial, sempre buscando transformar seus produtos em um produto de sucesso. São pessoas que investem em seu desenvolvimento dentro da organização, pessoas dotadas de iniciativa, que têm uma visão do futuro e que favorecem o destaque no mercado de trabalho, da empresa, dos produtos e de si mesmo, sempre respeitando a cultura e a política organizacional.

Neste caso, ter a iniciativa de acreditar que a prática de atividades ligadas ao Turismo rural em Dona Inês é viável, vem a ser primordial para que os demais futuros empreendedores possam ter a segurança de que a abertura de novos negócios relacionados à cadeia produtiva do Turismo tenha retorno econômico e social.

Portanto, para contribuir com essa visão empreendedora, este projeto também tem como objetivo apresentar um negócio para atuar no segmento turístico rural do município em tese. A proposta de nosso negócio vem trabalhar naquele que é considerado o principal conceito dentro das áreas temáticas do Turismo, que garante a constante circulação de pessoas nos destinos turísticos.

Diante desta constatação, empreender no ramo de meios de hospedagem pode se tornar o negócio chave para o processo de desenvolvimento turístico em Dona Inês. De posse desta informação, foi escolhida a possibilidade de abertura de uma pousada rural para atender este nicho de mercado. Para esse

empreendimento, faz-se necessário compreendermos a definição de pousada rural é, segundo o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural:

[..] um estabelecimento de pequeno porte que utiliza construções de valor histórico ou construções novas, situadas em fazendas ou pequenas e médias propriedades. De administração familiar, destaca-se na arte de acolher o hóspede. Apresenta instalações rústicas e confortáveis com aproveitamento de elementos da cultura e natureza locais na decoração interna e externa. Oferece serviços de alojamento, alimentação baseada na cozinha regional ou local, contato com a natureza e com as lidas do campo e atendimento personalizado e informal. Geralmente se vincula a um forte atrativo turístico na propriedade ou região (processo produtivo, arquitetura típica, festa popular, atrativo natural etc.). Tem como principal cliente o turista de lazer, em especial as famílias que buscam o aconchego e a simplicidade do campo. (SENAR, 2006, p.11).

Deste modo, o negócio consiste no fato de aproveitar a própria estrutura física da pequena propriedade rural, mantendo a rotina habitual do lugar em termos de costumes que o identifica. Podendo incrementá-la com atividades típicas da propriedade, tais quais a ordenha do gado, passeios de cavalo, lida com às lavouras e a participação em atividades gastronômicas com as receitas da comida regional. Tudo isso valorizando a natureza e a cultura local do município de Dona Inês.

Diante de várias propostas empreendedoras voltadas para o desenvolvimento do Turismo rural de Dona Inês, considerando o fato de se tratar de atividades ligadas ao meio rural, em que as tradições e costumes ligados à cultura do lugar, são importantes que a preocupação na qualidade dos produtos e serviços ofertados aos turistas.

Para tanto, a concepção de um novo negócio que seja promissor depende de um planejamento sério que avalie todo o cenário e as possibilidades na área de atuação do negócio. A seguir, será apresentado o planejamento para implantação da pousada rural Chalés de Inês no município de Dona Inês-PB.

4 PLANO DE NEGÓCIO

Aproveitar a potencialidade do meio rural para desenvolver atividades ligadas à preservação ambiental é uma outra boa alternativa de aproveitar as características físicas presentes no município de Dona Inês. Seguindo esta mesma tendência, as atividades de ecoturismo vêm obtendo destaque como um novo segmento turístico,

capaz de atrair turistas comprometidos com as questões socioeconômicas dos mais variados destinos turísticos.

De acordo com o Ministério do Turismo (2014), o ecoturismo pode ser considerado como sendo:

[...] o segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. (MTUR, 2014).

Neste contexto, definindo como uma região de abrangência mais específica como uma região propícia ao desenvolvimento desta segmentação turística, encontramos o pólo turístico do Brejo, em especial, os municípios que compõem o Curimataú Oriental e o Brejo Paraibano, como regiões propícias para desenvolver atividades ligadas ao ecoturismo e ao turismo rural, devido aos potenciais atrativos turísticos, e a distância relativamente próxima das capitais do Rio Grande do Norte e Paraíba.

Contudo, para aproveitar todo esse potencial, faz-se necessário a presença de estruturas turísticas capazes de atender às necessidades básicas dos turistas que procuram por esses atrativos. De modo que, é de extrema importância a existência de um meio de hospedagem que venha a absolver esta demanda turística.

Assim, tendo este cenário mercadológico favorável e, buscando procurar atender às expectativas destes turistas conscientes, é necessário o desenvolvimento de um plano de negócio capaz de justificar o investimento. Segundo Degen (2009, p.209),

O plano de negócio é a descrição, em um documento, da oportunidade de negócio que o candidato a empreendedor pretende desenvolver, como a descrição do conceito do negócio, dos atributos de valor da oferta, dos riscos, da forma como administrar esses riscos, do potencial de lucro e crescimento do negócio, da estratégia competitiva, bem como o plano de marketing e vendas, o plano de operação e o plano financeiro do novo negócio, com a projeção do fluxo de caixa e o cálculo da remuneração esperada, além da avaliação dos riscos e o plano para superá-los.

Desta forma, o plano de negócio será fundamental para que haja maiores esclarecimentos quanto as oportunidades e os riscos presentes para implementação da pousada. E saber quais os instrumentos a serem utilizados no sentido de otimizar

a operação do negócio, bem como a projeção do retorno do investimento inicial do negócio.

4.1 O EMPREENDIMENTO: POUSADA CHALÉS DE INÊS

4.1.1. Plano Estratégico

4.1.1.1. Missão e objetivos estratégicos

Proporcionar aos nossos clientes um serviço de hospedagem de qualidade, com a opção de pensão completa e atividades vivenciais ligadas ao Ecoturismo e Turismo rural em plenas serras com Curimataú Oriental e Brejo Paraibano.

4.1.1.2. Meta do empreendimento

A pousada possui como meta acomodar 12 pessoas por chalés de forma simultânea, com a possibilidade de até dobrar esse valor por Unidades Habitacionais, já que os chalés são no estilo sobrado, o que possibilitará a acomodação de uma família de até 04 pessoas, nos sete dias por semana.

4.1.1.3. Foco do negócio

O foco de nossa empresa está exclusivamente direcionado a prestação de um serviço hoteleiro de qualidade aos nossos clientes, por acreditarmos no potencial turístico do município, que infelizmente a concorrência ainda não enxergou, retratada numa oferta de péssimos serviços de baixa qualidade, presenciados durante a sondagem do negócio.

4.1.1.4. Estágio atual do desenvolvimento do produto/serviço*

As fases de desenvolvimento do negócio estão pré-definidas em seis semestres, totalizando um período de três anos, envolvendo a ideia inicial, consultoria, construção do negócio e o início das operações, quando chegarão os primeiros turistas.

Quadro 1: Estágios de desenvolvimento da pousada Chalés de Inês

FASE	ESTÁGIO	Estágio Atual	Cronograma por semestre					
			1º Sem	2º Sem	3º Sem	4º Sem	5º Sem	6º Sem
01	Maturação da ideia	X						
02	Em especificação		X					
03	Em desenvolvimento			X				
04	Em teste			X				
05	Protótipo		X					
06	Demonstração em cliente			X	X			
07	Em comercialização					X	X	X

4.1.1.5. Ameaças e oportunidades

Nesta seção, serão apresentados as principais ameaças que podem inviabilizar o negócio, assim como, as melhores oportunidades para que a pousada tenha êxito na sua operação comercial.

4.1.1.5.1 Ameaças

O município de Dona Inês vem sofrendo constantemente com a falta de chuvas, o que ocasionou um longo racionamento de água na cidade, que perdura até os dias de hoje. Sendo necessária a adoção de perfuração de poços para suprir o fornecimento de água para a população local.

Por ser uma cidade muito pequena, não existe uma linha constante de transporte público para os centros emissores de turistas. Ficando resumido ao ônibus que parte para João Pessoa nas primeiras horas da manhã, regressando no início da noite. O que necessitaria que o cliente dispusesse de transporte próprio para chegar até o hotel.

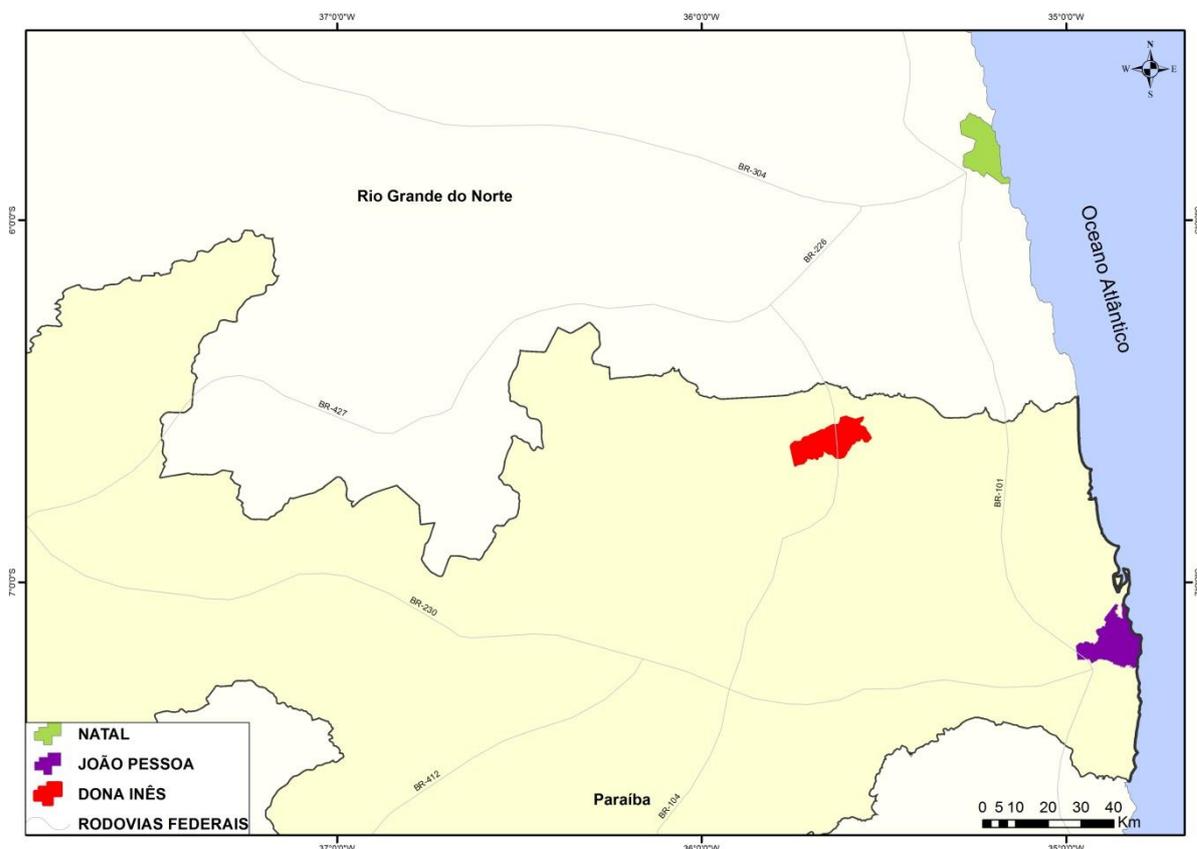
A divulgação do município é outro fator que pode prejudicar o início do negócio, devido à ofuscação com das cidades que sediam os “Caminhos do Frio”.

4.1.1.5.2 Oportunidades

O local onde será instalado o negócio possui um grande potencial turístico, por está a 450 metros, bem no alto da Serra de Dona Inês. O que propiciar um clima bastante ameno com temperaturas chegando na casa dos 14°C. Além de ainda contar com uma vasta área de Mata Atlântica, associada com a vegetação de transição para a caatinga, inúmeras propriedades rurais de agricultura familiar e um vasto espório cultural capitania pela cultura dos vaqueiros, passando pela riqueza quilombola e uns tantos outros pontos culturais de pinturas, xilografuras, artesanato, comidas típicas, religiosidade, dança, etc.

Todos esses fatos podem ser associados à facilidade de acesso ao município de Dona Inês, tanto para a capital João Pessoa (157 Km), como para Natal/RN (130 Km).

Figura 4: Mapa de Dona Inês em relação aos polos emissores de turismo (João Pessoa-PB e Natal-RN)¹¹

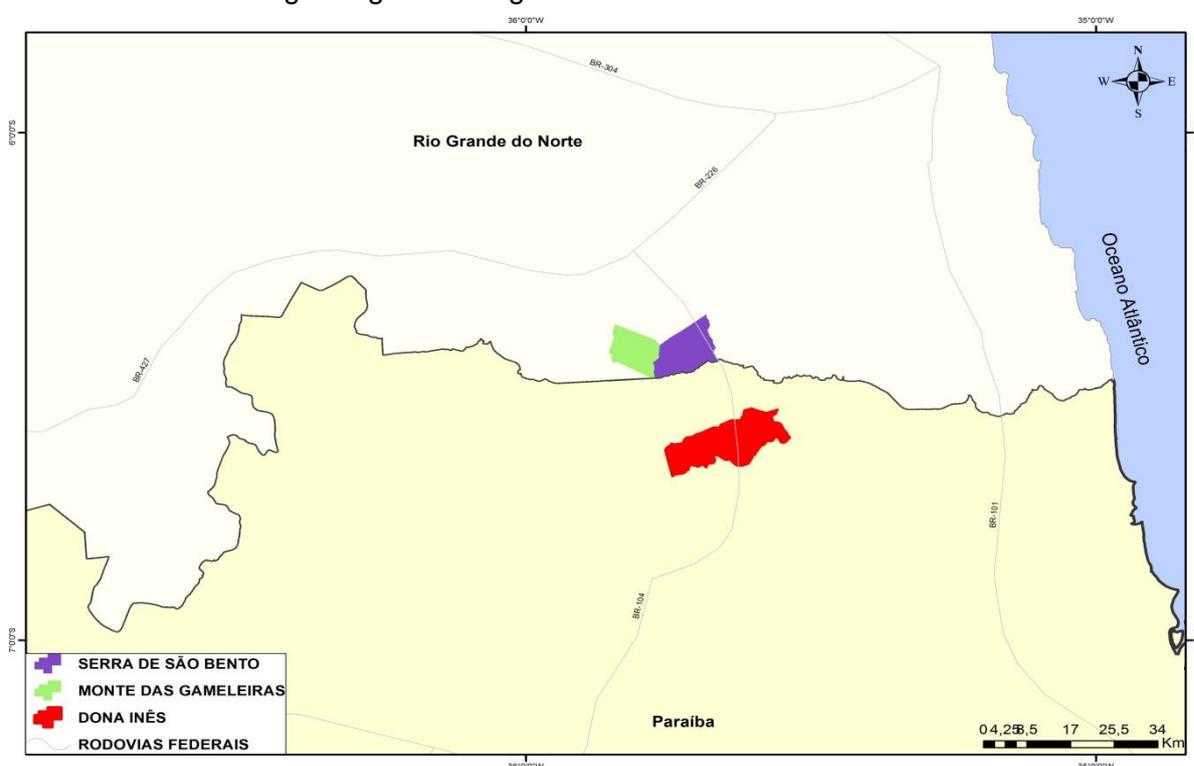


¹¹ SILVA, Maria da Conceição Paz. Mapa desenvolvido através do programa de Sistema de Informação Geográfica ArcGIS. 2016.

Um outro ponto que nos chama a atenção é que o município está próximo a dois pólos de turismo bastante conhecidos das serras do Brejo Paraibano e Agreste Potiguar. Sendo, respectivamente, os “Caminhos do Frio” (Areia e Bananeiras), o Parque Estadual da Pedra da Boca e os festivais de inverno de Serra de São Bento e Monte das Gameleiras, e o Festival de Cultura de Passa e Fica.

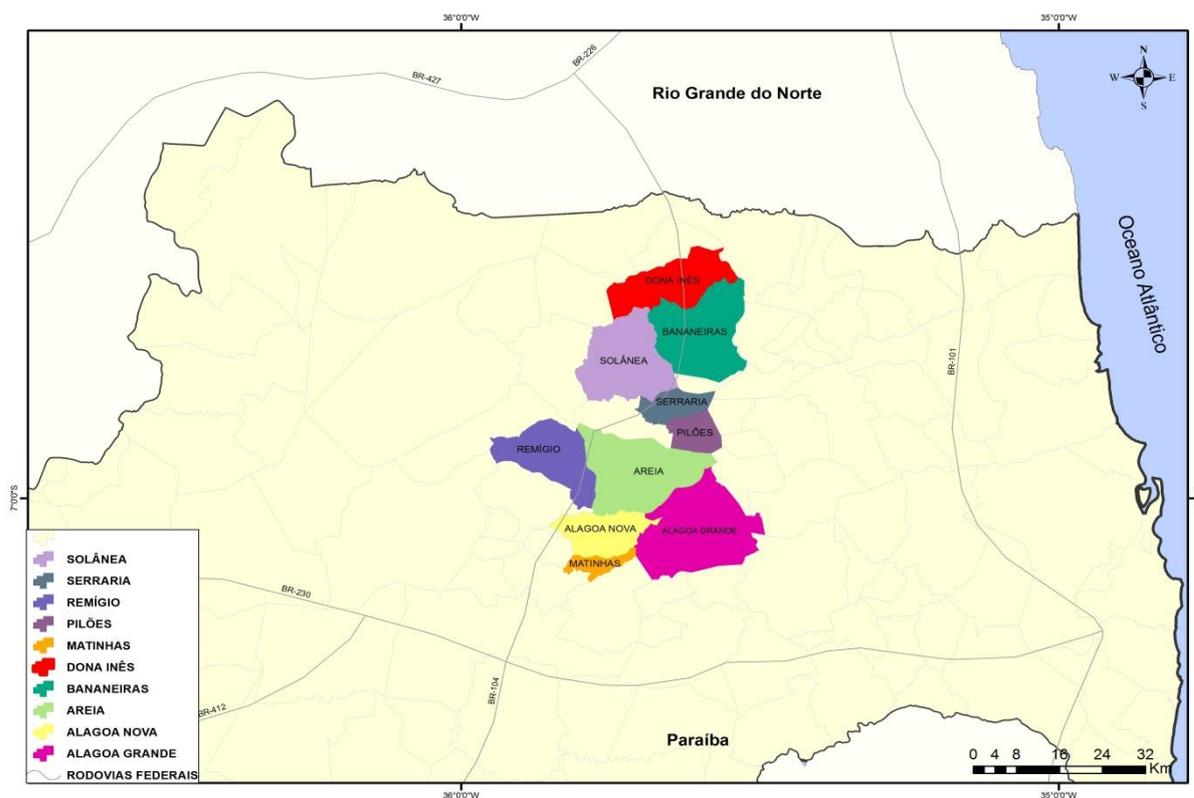
O município não possui meios de hospedagens condizentes ao potencial turístico da cidade, nem mesmo para os viajantes esporádicos que visitam Dona Inês.

Figura 5: Mapa de Dona Inês em relação aos municípios de Serra de São Bento e Monte das Gameleiras na região Agreste Potiguar¹².



¹² SILVA, Maria da Conceição Paz. Mapa desenvolvido através do programa de Sistema de Informação Geográfica ArcGIS. 2016.

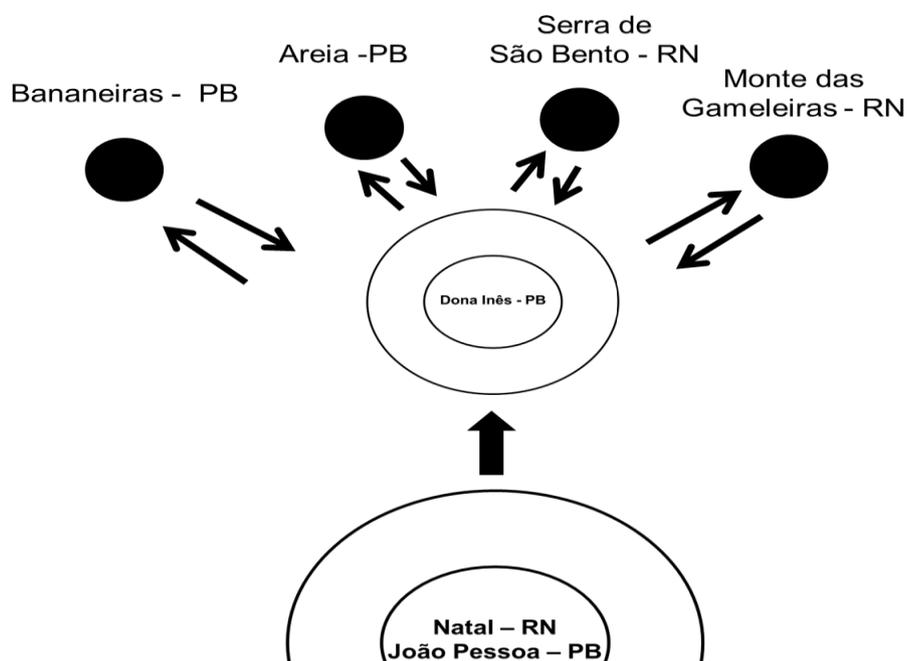
Figura 6: Mapa de Dona Inês em relação aos municípios integrantes do Brejo Paraibano e participantes do circuito Caminhos do Frio¹².



A ideia do negócio é fornecer este serviço de hospedagem aos turistas emissores de Natal-RN e João Pessoa-PB, tornando Dona Inês um centro turístico de distribuição de turistas para as regiões agreste da Paraíba e Rio Grande do Norte e do Brejo Paraibano, seguindo o modelo de organização regional do turismo proposta por Boullón (2002).

[..] a região turística deverá ter a presença de um centro turístico com capacidade para receber os visitantes e possuir condições para distribuí-los pela região. Além da presença de centros turísticos, o espaço do turismo tem também a presença de diversos núcleos que, com frequência, funcionam como lugares de excursionismo ou de recreação. A relação existente entre os centros e os núcleos turísticos é questão de hierarquia. Os centros possuem condições de hospitalidade e de entretenimento para receber e hospedar os turistas. Os núcleos podem ser pequenas cidades, vilas, povoados ou locais dotados de equipamentos de lazer. (BOULLÓN *Apud* XAVIER, 2007, p.63)

Figura 7: Esquema demonstrativo do posicionamento de Dona Inês como centro turístico a partir do início das operações da pousada e das cooperativas e empreendedores individuais.



Dessa forma, Dona Inês, além de realizar esta distribuição de turistas para os municípios circunvizinhos, também aproveitará, principalmente, este fluxo de turistas dentro dos próprios limites municipais, de modo que os pequenos negócios ou cooperativas fariam uso dos potenciais turísticos locais para oferecer serviços aos turistas atraídos pela pousada.

4.1.2 Análise de mercado do empreendimento

4.1.2.1. Macroambiente do empreendimento

O turismo no Brasil vem relevando números significativos para a economia com números crescentes e, uma onda de otimismo cada vez maior a cada ano, fruto da diversificação da oferta de produtos turísticos, como no caso do Brasil. Segundo Xavier (2007, p.60)

Até a década de 1980, o turismo brasileiro era caracterizado predominantemente, pelo modelo “sol e mar”, pela talassoterapia e pelo uso de atrativos valorizados pela qualidade e pela singularidade. Contudo, paralelamente, passou a atribuir certo valor ao turismo em municípios isolados, potencialmente importantes no interior, após realizar inventários turísticos.

A partir da adoção desta política no turismo brasileiro, houve a possibilidade de partilhar as receitas provenientes dos turistas que circulam pelo país. Quando foram inseridos estes pequenos municípios em roteiros alternativos curtos, envolvendo cidades circunvizinhas, possibilitou a geração de emprego e renda para a sua população.

Isto refletiu positivamente nos números do turismo brasileiro graças à circulação maior de pessoas, consideradas o público doméstico do nosso turismo, movimentando no ano de 2014 um total de R\$ 492 bilhões e representando 9,6% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. E responsável pela geração de 8,8 milhões de empregos diretos e indiretos. Levando o país ao décimo lugar nas economias do turismo mundial (BRASIL, 2015).

Neste cenário, a região Nordeste contribuiu significativamente para estes números. Segundo Evans (2015), a região foi a mais procurada após a alta dos preços provocada pelo aumento do dólar. Fato que fez com que os brasileiros procurassem este destino para o período de descanso mais prolongado.

De acordo com Setor de Estatísticas da Diretoria de Fomento da Empresa Paraibana de Turismo (PBTur), em matéria veiculada no portal de notícias G1(2016), o estado da Paraíba teve um crescimento de 4,52% no número de fluxo de turistas em 2015, com números quase restritos à capital João Pessoa, que registrou uma ocupação de 70,49% da rede hoteleira no mesmo período, sendo o novo recorde da série que teve o início dos seus registros na década de 1990.

A tabela abaixo mostra de forma detalhada a origem do fluxo de turistas que visitaram o estado paraibano no período do levantamento dos dados:

Tabela 1: Origem do fluxo de turistas na Paraíba em 2015¹³

Região	Part.	Estado	Part.	País	Part.
Nordeste	40,77%	São Paulo	21,02%	Itália	19,61%
Sudeste	37,93%	Pernambuco	15,89%	Estados Unidos	15,89%
Centro-Oeste	10,58%	Rio Grande do Norte	9,35%	Alemanha	12,45%

¹³ G1PB. **Número de turistas que visitaram a PB cresceu 4,52% em 2015, diz PBTur.** 22 jan 2016. Disponível em: < <http://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2016/01/numero-de-turistas-que-visitaram-pb-cresceu-452-em-2015-diz-pbtur.html>>. Acesso em 1 maio 2016.

Sul	9,27%	Rio de Janeiro	8,88%	Argentina	9,92%
Norte	1,55%	Minas Gerais	7,63%	Portugal	6,68%

Fonte: G1 Paraíba (2015).

De acordo com os dados da tabela, fica evidente que o público interno responde por uma quantidade considerável destes números do turismo paraibano. Fatores como a proximidade entre os estados de Pernambuco e Rio Grande do Norte em relação à Paraíba também contribuíram para que o fluxo de turistas se mantivesse em constância. Por outro lado, analisando em conjunto os dados nacionais e em termos de Nordeste, a Paraíba contribui significativamente para o PIB brasileiro com a oferta de produtos turísticos. Outro fato importante é que no período analisado, o país já iniciava a sua entrada numa profunda recessão econômica. Fazendo com que o turismo na Paraíba atraísse os turistas que pretendiam viajar para destinos internacionais e, fortalecendo ainda mais os números positivos do turismo local.

4.1.2.2 Mercado Alvo

A pousada será direcionada aos turistas adeptos do turismo rural e do ecoturismo dos pólos emissores de Natal-RN e João Pessoa-PB, que desejam ampliar suas estadias nos respectivos estados, ou simplesmente, vivenciar novas experiências no campo, aproveitando as belezas naturais e as riquezas culturais relacionadas aos dois segmentos turísticos.

4.1.2.3 Tendências de mercado

Segundo dados apresentados pelo relatório de impacto do Programa Aventura Segura do Ministério do Turismo em 2009, o faturamento das empresas de turismo de aventura e ecoturismo cresceu 21% entre 2007 e 2008, com a presença de mais de 2.067 empresas no Brasil, atendem cerca de 5,4 milhões de turistas. (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2011).

Esse público é formado, em sua maioria, por pessoas com idades entre 20 a 40 anos, acompanhados ou não de suas famílias, que gastam em média R\$ 293,00

com atividades ligadas ao segmento, totalizando em 2012 uma arrecadação de US\$ 695 milhões para o Brasil (EDIÇÃO DO BRASIL, 2013), sendo ainda considerado um mercado ainda pouco explorado no país.

4.1.2.4. Mercado concorrente

O mercado paraibano de hotelaria oferece inúmeros concorrentes em termos de hospedagem, porém não existe nenhuma que venha atender a este conceito totalmente voltado para a mobilização do desenvolvimento turístico de um município utilizando a agricultura familiar com atividades ligadas ao turismo rural e ao ecoturismo. Numa constante aplicabilidade do conceito de economia de base solidária, conforme o definido pelo Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil (2010)

A Economia Solidária é um jeito de fazer a atividade econômica de produção, oferta de serviços, comercialização, finanças ou consumo baseado na democracia e na cooperação, o que chamamos de autogestão: ou seja, na Economia Solidária não existe patrão nem empregados, pois todos/as os/as integrantes do empreendimento (associação, cooperativa ou grupo) são ao mesmo tempo trabalhadores e donos. (CONIC, 2010, p.14).

Desta forma, a garantia para a auto sustentação deste conceito seria o empenho das cooperativas de turismo e de outros negócios a serem instaladas no município. Com a oferta produtos e serviços destinados aos turistas. Contudo, são presentes no entorno da pousada outros meios de hospedagem sem o conceito proposto, mas que figuram como concorrentes no quesito hospedagem de qualidade e sendo concorrentes a serem respeitados na região de atuação da pousada Chalés de Inês, sendo elas respectivamente, a pousada Villas da Serra em Serra de São Bento e a pousada Pedra Grande em Monte das Gameleiras. Ambas na região Agreste do Rio Grande do Norte. E Serra Golfe Apart Hotel em Bananeiras e o Hotel Triunfo em Areia. Estes já na região do Brejo Paraibano. Em ambos os meios de hospedagem o requinte e o luxo estão presentes, sendo destinados a uma demanda bem definida de clientes que procuram estes estabelecimentos para descansar e para praticar atividades de lazer destinadas a um público bem seletivo.

4.1.2.5. Mercado fornecedor

Para garantir a operacionalização da pousada e, para garantir a participação de produtores rurais da Agricultura Familiar dentro do conceito de economia solidária, serão firmadas parcerias com assentados rurais para o fornecimento de gêneros alimentícios de origem animal e vegetal produzidos em suas propriedades; criadores de cavalos, para oferecerem serviço de passeio; artesões locais e moveleiros para mobiliar e decorar as instalações da pousada e condutores turísticos da comunidade, para fornecerem o serviço de guiamento aos turistas.

4.1.2.6. Localização

Figura 8: Imagem de satélite do terreno da pousada e sua posição em relação aos destinos turísticos de Dona Inês e região.¹⁴



A pousada Chalés de Inês está situada estrategicamente próximo a rodovia PB-103, a uma distância de 2,34 km do centro de Dona Inês, e a 16,61 Km do município de Bananeiras. (entrada do Brejo Paraibano e início dos Caminhos do Frio). Uma região cercada de várias fazendas, antigos engenhos e muitas belezas naturais.

¹⁴ Google Maps

4.1.3 Processo Operacional

4.1.3.1 Regime de Operação

O funcionamento da pousada Chalés de Inês ocorrerá 12 meses por ano; 30 dias por mês e 24 horas por dia, procurando atender aos clientes com máxima qualidade na prestação dos seus serviços.

4.1.3.2 Descrição do produto/serviço

A pousada Chalés de Inês oferecerá serviços de hospedagem em chalés e apartamentos de frente para as serras do Brejo Paraibano. Aproveitando o melhor do frio da região. Além de desfrutarem da melhor hospedagem da região, durante a sua estadia, o cliente também irá saborear o melhor da culinária da região do agreste, com a comida da roça em três refeições diárias, mais a ceia no aconchegante calor da fogueira de frente para as serras.

O empreendimento também oferecerá pacotes de ecoturismo e turismo rural pelo município, num sistema de parceria com moradores dos diversos sítios da região, que abrirão suas porteiras para que o turista conheça a simplicidade do campo e, sua cultural. Sendo esta apresentada aos turistas em performances artísticas no anfiteatro do hotel.

O local será um espaço destinado a colônias de férias, retiros espirituais e eventos corporativos que necessitem de tranquilidade para serem realizados.

4.1.3.3 Descrição do processo operacional

O funcionamento da pousada será de 24 horas por dia, com a recepção dos hóspedes, oferta do serviço de hospedagem com duas refeições (café da manhã e almoço). Além de serviço de traslado, passeios de cavalo, vivências rurais e vendas de pacotes de ecoturismo será oferecido o serviço de lavanderia terceirizada, a mão-de-obra das mulheres da comunidade.

A operacionalização do empreendimento consistirá nas seguintes etapas:

Traslado aeroporto, porto ou rodoviária para a pousada (opcional);

Check-in dos hóspedes;
Arrumação e limpeza dos chalés;
Atendimento no restaurante (Opcional para a pensão);
Fechamento do serviço de quarto;
Check-out dos hóspedes;
Reservas.

Figura 9: Fluxograma de operacionalização.



4.1.4 Receita e custos

4.1.4.1 Receitas operacionais

São os valores que serão arrecadados com a operação fim da empresa. Ou seja, o faturamento em cima das hospedagens e o fornecimento de alimentação.

Tabela 2: Descrição das receitas e valores

DESCRIÇÃO	VALOR
Diária com café-da-manhã	R\$ 150,00
Valor unitário por refeições (Almoço). Média de 40 refeições por mês (1.3)	R\$ 25,00
TOTAIS/MÉDIAS	R\$ 179.853,75

Foi considerada para a base de cálculo da receita operacional a média anual de ocupação o valor de 45%, além das demais receitas provenientes do hotel.

4.1.4.2 Custo fixo anual (1º ano)

Neste item são apresentados os números das estimativas de custos para a operacionalização do negócio no seu primeiro ano:

Tabela 3: Descrição dos custos fixos da pousada

DISCRIMINAÇÃO	VALOR
Custo Fixo	
Salários (6 funcionários)	R\$ 4.344,00
Encargos sociais da mão-de-obra (55%)	R\$ 2.389,20
Imposto e taxas (Isenção de alvará e IPTU)	R\$ 5.000,00
Manutenção	R\$ 3.000,00
Material de Reposição	R\$ 6.000,00
Outros Custos Fixos	R\$ 700,00
TOTAL DE CUSTOS FIXOS	R\$ 21.433,20

4.1.4.3 Custo variável (1º ano)

Aqui, são calculados os insumos que possuem variação, conforme a taxa de ocupação do meio de hospedagem.

Tabela 4: Descrição dos custos variáveis da pousada

DISCRIMINAÇÃO	VALOR
Custos Variáveis	
Imposto Simples Nacional (6%)	R\$ 7.665,00
Materiais e Mercadorias	R\$ 3.000,00
Despesa com Propaganda	R\$ 500,00
Energia Elétrica	R\$ 9.500,00
Água e esgoto (poço artesiano)	R\$ 0,00
Despesa com Lavanderia	R\$ 2.500,00
Telefone	R\$ 500,00
TOTAL DE CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 23.665,00

4.1.4.4 Demonstrativos simplificados de resultados (1º ano)

Neste quesito, são calculadas todas as estimativas de gastos e lucros para ter uma noção da rentabilidade do negócio em seu primeiro ano de operação:

Tabela 5: Demonstrativo simplificado dos resultados da pousada (simulação)

Item	Descrição	Valores
1	Receita bruta (Quadro 7.1)	R\$ 179.853,75
2	(-) Custos Fixos (Quadro 7.2)	R\$ 21.433,20
3	(-) Custos variáveis (Quadro 7.3)	R\$ 23.665,00
4	Resultado Operacional (1 – 2 – 3)	R\$ 137.455,55
5	(+) Receitas não operacional	R\$ 0,00
6	(-) Despesas não operacionais	R\$ 0,00
7	Lucro Bruto (4 + 5 – 6)	R\$ 137.455,55

4.1.5 Projeção do fluxo de caixa

4.1.5.1 Cálculo do prazo médio de vendas

Cálculo da estimativa de vendas das Unidades Habitacionais e a forma de pagamento:

Tabela 6: Prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	70%	0	0
A prazo (1)	30%	30	9
PRAZO MÉDIO TOTAL			9

4.1.5.2 Cálculo do prazo médio de compras

Cálculo da estimativa de compras das Unidades Habitacionais e a forma de pagamento:

Tabela 7: Prazo médio de compras

Prazo médio de Compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
A vista	50%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15
PRAZO MÉDIO TOTAL			15

4.1.5.3 Cálculo da necessidade média de estoques

Tabela 8: Necessidade de estoque para operação na pousada

Necessidade média de estoques	Número de dias
	1 dia

4.1.5.4 Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Tabela 9: Necessidade líquida de capital em dias para operação na pousada

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	9 dias
2. Estoques – necessidade média de estoques	7 dia
Subtotal 1 (item 1 + 2)	16 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	15 dias
Subtotal 2	15 dias
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	1 dia

4.1.5.5 Caixa Mínimo

Cálculo de caixa mínimo para garantir a operacionalização de forma satisfatória:

Tabela 10: Valor de caixa mínimo para operação.

1. Custo fixo mensal	R\$ 21.422,20
2. Custo variável mensal	R\$ 23.665,00
3. Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$ 45.098,00
4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias)	R\$ 1.503,26
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (vide resultado do quadro anterior)	1 dia
Total de B – Caixa mínimo (item 4 x 5)	R\$ 1.502,26

4.1.5.5 Capital de giro

Total de investimento mínimo para iniciar o negócio

Tabela 11: Resumo do capital de giro

Investimentos financeiros	R\$
A – Estoque inicial	R\$ 45.098,00
B – Caixa mínimo	R\$ 1.502,26
Total do capital de giro (A +B)	R\$ 46.600,26

4.1.6 Indicadores

4.1.6.1 Ponto de equilíbrio anual

Primeiro ano (se não houver previsão de receita para o primeiro ano, não considere este item)

$$P.E = \frac{\text{Custo Fixo Anual}}{\text{Receita Prevista Anual} - \text{Custo Variável}} \times 100$$

$$P.E = \frac{21433,20}{179853,75 - 23665,00} \times 100$$

$$P.E = \frac{21.433,20}{156188,75} \times 100$$

$$P.E = \frac{2143320}{156188,75}$$

$$P.E = 13,722627$$

O ponto de equilíbrio para a pousada Chalés de Inês é de 13,72% sobre a receita prevista, o que corresponde ao faturamento mínimo de R\$ 204.533,28.

4.1.6.2 Tempo de retorno do investimento (TR)

Número de meses necessário para recuperar o dinheiro aplicado no investimento inicial.

$$TR = \frac{\textit{Investimento Inicial}}{\textit{Resultado operacional}} \times 12$$

$$TR = \frac{453.586,53}{179.853,75} \times 12$$

$$TR = \frac{5443038,3}{179.853,75}$$

TR = 30,26 ou aproximadamente 3 anos e 7 meses.

4.1.6.3 Lucratividade e rentabilidade do empreendimento

L = LUCRATIVIDADE

$$L = \frac{LL}{RT}$$

$$L = \frac{122.090,75}{179.853,75}$$

$$L = 0,67$$

O lucro anual previsto é de 67% da receita bruta projetada.

R = RENTABILIDADE

$$R = \frac{LL}{IT}$$

$$R = \frac{122.090,75}{453.583,75}$$

$$R = 0,26$$

O empreendimento renderá em torno de 26% ao ano, do investimento realizado.

4.1.7 Plano estratégico de marketing

4.1.7.1 Plano de Comunicação

Para conquistar clientes, a pousada contará com um Plano de Comunicação composto por divulgação no próprio site da pousada, através das principais redes sociais (Facebook, Twitter, You Tube, Instagran, etc), publicidade por meio de cartazes em sindicatos e associações profissionais, agências de viagem e através de sites de compras coletivas.

4.1.7.2 Estratégias de Vendas

Para alcançar êxito nas vendas dos serviços oferecidos pela pousada, será utilizado um apelo comercial envolvendo os conceitos de economia solidária, ecoturismo e turismo rural valorizando a potencialidade que a pousada possui na oferta dos seus serviços, com ênfase nas relações de harmonia com o meio ambiente e, com a responsabilidade social envolvendo diversas frentes econômicas da comunidade em sua volta.

As vendas dos serviços oferecidos pela pousada Chalés de Inês serão por meio de propaganda na Internet e rádio, parcerias com empresas de turismo de João Pessoa, Natal e Recife, divulgação em feiras de turismo no Nordeste e associações, conselhos e sindicatos de classes de trabalhadores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término desse estudo preliminar sobre a viabilidade do plano de negócio, concluímos que a proposta de abertura do empreendimento intitulado de pousada Chalés de Inês possui grande probabilidade de sucesso econômico, quando são revelados os números finais deste estudo, que apontou 67% de lucratividade ano, com uma rentabilidade de 26% ao ano do investimento realizado, com estimativa do retorno de investimento do negócio num período de 3 anos e 7 (meses).

Contudo, a maior possibilidade de viabilidade é quando enxergamos para o horizonte, quando o espaço geográfico é abençoado por inúmeras potencialidades naturais e culturais como as contidas em Dona Inês, bastando apenas à mobilização das pessoas em desenvolverem atividades empreendedoras capazes de aproveitar tamanha potencialidade. Surge, assim uma alternativa de valorização dos vaqueiros que ajudaram a fundar o município. Além da Agricultura Familiar, com o surgimento de novos negócios fortalece a presença no campo, envolvendo as famílias produtoras e prestadoras de serviço.

Os benefícios trazidos pelo desenvolvimento das atividades turísticas no espaço rural, fazem do empreendedorismo uma maneira de geração de emprego e renda para a população donainenses e, acima de tudo, colaborar para inserir o município no circuito turístico da Paraíba, mostrando para seu povo e os visitantes, o valor da cultura daqueles que através do “aboio” conseguiram achar uma bela moça, que resultou num município belo e de gente de mãos trabalhadoras calejadas como os antigos vaqueiros.

É com esse sentimento de perseverança tão necessário para o sucesso dos empreendimentos, que Dona Inês necessita das ideias inovadoras dos futuros empreendedores possam ser convertidos em trabalho para fazer com que o turismo local seja o fator de desenvolvimento que garanta o sustento das atuais e futuras gerações.

REFERÊNCIAS

ALVES, Antônio Carlos. Agricultores se ressentem com a falta de mão de obra no campo. **Diário do Nordeste**, 4 mar. 2015. Regional. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/regional/agricultores-se-ressentem-da-falta-de-mao-de-obra-no-campo-1.1234828>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

ANDRADE, M. C. **A terra e o homem no Nordeste**: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste. ed. 7ª. São Paulo: Cortez, 2005.

ASSOCIAÇÃO DO PARQUE HISTÓRICO DE CAMBAREÍ. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.parquehistoricodecarambei.com.br/quemsomos/>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

BRASIL. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo rural no Brasil**. Brasília: MTUR, 2003.

_____. **Diagnóstico do município de Dona Inês**. Projeto cadastro de fontes de abastecimento por água subterrânea: Paraíba. Brasília: CRPM, 2005.

_____. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, **Presidência da República**, Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 1º maio 2016.

_____. **Marcos conceituais: Ecoturismo**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/estrutura_racao_segmentos/ecoturismo.html>. Acesso em: 11 mar. 2014.

_____. Projeto Rondon leva com arte e esporte. **Projeto Rondon**, 26. Jan. 2015. Notícias. Disponível em: <<http://www.projettorondon.defesa.gov.br/portal/index/noticia/area/A/id/123180>>. Acesso em: 7 maio 2016.

_____. **Segmentação do turismo e o mercado**. 1ed. Brasília: MTUR, 2010.

_____. **Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem**. Cartilha de orientação básica hotel. Brasília: MTUR, 2010.

_____. Turismo movimenta R\$ 462 bilhões no Brasil em 2014. **Portal Brasil**, 26 mar. 2015. Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/turismo/2015/03/turismo-movimentar-492-bilhoes-no-brasil-em-2014>>. Acesso em 23 abr. 2016.

BAPTISTA I. **Lugares de hospitalidade**. In DIAS, C. (ORG) Hospitalidade, reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

BÍBLIA. N. T. **João**. In BÍBLIA. Português. Bíblia sagrada: contendo o antigo e novo testamento. Tradução de João Ferreira de Almeida. Rio de Janeiro: Sociedade Bíblica do Brasil, 1994. p.178-230.

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal. Administração de hotéis. **Boletim Técnico do SENAC**. vol. 23, nº. 2, Maio 1997. P. 1-17. Disponível em: <<http://www.angelfire.com/mac/jpedro/qualidade/hoteis.pdf>>. Acesso em: 3 maio 2016.

CAMPOS, L. C.; GONÇALVES, M. H. B. **Introdução ao turismo e hotelaria**. São Paulo: SENAC, 1998.

CERQUEIRA, H. **A importância da busca pela qualificação profissional**. Total Assessoria Empresarial. Disponível em: <<http://www.totalassessoria.com.br/downloads/importancia%20qualificacao%20profissional.pdf>> Acesso em: 4 nov. 2015.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL: **Economia solidária**: outra economia a serviço da vida acontece. Disponível em:<http://base.socioeco.org/docs/cartilha_fbcs.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2016.

COOPERATIVA PARANAENSE DE TURISMO. **Sobre a Cooptur**. Disponível em:<<http://www.cooptur.coop.br/sobre-a-cooperativa/>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

COUTINHO, Daniela Freire; RIGUETTI, Rosany Scarpati. **Empreendedorismo**. Disponível em: <<http://www.novomilenio.br/periodicos/index.php/foco/article/download/10/10.>>. Acesso em: 4 nov. 2015.

DALPIAZ, Roni Carlos Costa; DAGOSTINI, Aline; GIACOMINI, Deisi Moraes. **A hospitalidade no turismo: o bem receber**. P.1-10. Disponível em: <http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2016.

DEDECCA, Cláudio Salvador; FERREIRA, Sinésio Pires. Transição democrática e crescimento da população economicamente ativa. **São Paulo em Perspectiva**. n. 3, p.79-83, Jul. 1989. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v03n03/v03n03_16.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2016.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson, 2009.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Ecoturismo apresenta crescimento no mercado**. Disponível em: <<http://www.old.diariodepernambuco.com.br/brasil/nota.asp?materia=20110902102613>>. Acesso em: Acesso em 11 mar. 2014.

DIEESE. **Qualificação profissional e mercado de trabalho: reflexões e ensaios metodológicos** construídos a partir da pesquisa de emprego e desemprego. São Paulo: DIEESE, 2011.

DONA INÊS. **Histórico do município de Dona Inês**. Disponível em: <<http://www.pmdonaines.pb.gov.br/historico/historia-do-municipio-de-dona-in%C3%AAs/>>. Acesso em: 4 nov. 2015.

DRUCKER, P. F. **O gerente eficaz**. Editora Zahar: São Paulo, 1974.

EDIÇÃO DO BRASIL ON LINE. **Mercado de ecoturismo é pouco explorado no Brasil**. Disponível em: <<http://www.jornaledicaodobrasil.com.br/site/mercado-de-ecoturismo-e-pouco-explorado-no-brasil/>>. Acesso em: Acesso em 11 mar. 2014.

EVANS, Luciane, Em meio a crise, roteiros para o Nordeste dominam procura nas agências de viagem. **Em.com.br**, 3 jul. 2015. Economia. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2015/07/03/internas_economia,664614/preferencia-nacional.shtml>. Acesso em: 28 abr. 2016

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DA PARAÍBA. **Perfil Socioeconômico da Paraíba 2010**. P.1-178. Disponível em: <<http://www.fiepb.com.br/arquivos/Perfil-Socioeconomico2010.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

FERNANDES, I. **Planejamento e organização do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FUNARI, P. P.; PINSKY, J. (Org.). **Turismo e patrimônio cultural**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2003.

G1PB. **Número de turistas que visitaram a PB cresceu 4,52% em 2015, diz PBtur**. 22 jan 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2016/01/numero-de-turistas-que-visitaram-pb-cresceu-452-em-2015-diz-pbtur.html>>. Acesso em 1 maio 2016.

GAWLAK, A. **Cooperativismo: primeiras lições**. 3a. ed. Brasília: SESCOOP, 2007.

GRAZIANO DA SILVA, J. **Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil**. In: ALMEIDA, J.A. et al (Org.). **Turismo rural e Desenvolvimento Sustentável**. Santa Maria: Centro Gráfico, 1998.

IBGE. **População da Paraíba**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf/total_populacao_paraiba.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2016.

JOVEM MENOR APRENDIZ. **Qual idade máxima?**. Disponível em: <<http://jovemaprendiz2015.net.br/jovem-aprendiz-2015-qual-idade-maxima/>>. Acesso em: 24 abr. 2016.

KOBER, C. M. **Qualificação Profissional: uma tarefa sísifo**. São Paulo: Formato, 2004.

KRAHL, M. F. L. **Turismo rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003.

MIELKE, Eduardo Jorge Costa. Cooperativas de turismo: uma estratégia ao desenvolvimento turístico integrado; análise do Roteiro dos Imigrantes (Paraná, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v.4, n.1, p.92-111, abr. 2010. Disponível em: <<https://www.rbtur.org/rbtur/article/view/317/318>>. Acesso em 25 abr. 2016.

PARAÍBA. **Governo do estado apresenta novo mapa turístico da Paraíba**. 6 maio 2016. Notícias. Disponível em: <<http://paraiba.pb.gov.br/governo-do-estado-apresenta-novo-mapa-turistico-da-paraiba/>>. Acesso em: 7 maio 2016.

POPP, E. V. (Et. al). **Hotelaria e hospitalidade**. São Paulo: USP, 2007.

RIBEIRO, K. C. C. **Meios de hospedagem**. Manaus: E-Tec Brasil, 2011.

SANDIM, Hugo. **Qual a nossa origem?**. Disponível em: <<http://sistemas.eel.usp.br/docentes/arquivos/984972/LOM3018/IEM-Aula1.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

SANTOS, Andréia Oliveira; ANDRADE, Náutilos Alves de; GUSMÃO, Kelly Rodrigues da Silva **Projeto interdisciplinar: empreendedor/empreendedorismo**. Belo Horizonte: Faculdade Novos Horizontes, 2008. Disponível em: <http://www.unihorizontes.br/proj_inter20081/adm/empreendedor_empreendedorismo.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2015.

SÃO PAULO. **Classificação dos meios de hospedagem**. IPEM. Disponível em: <http://www.ipem.sp.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=278&Itemid=390>. Acesso em: 3 de maio 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A primeira cooperativa de Turismo no Brasil é paranaense**. Disponível em: <<http://sites.pr.sebrae.com.br/leigerai/2016/01/11/a-primeira-cooperativa-de-turismo-no-brasil-e-paranaense/>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL. **Turismo rural: meios de hospedagem**. São Paulo: SENAR-AR/SP, 2006.

SILVA, Luís. O impacto do turismo em espaço rural. **Antropologia Portuguesa**. v.22/23,p.295-317, abr. 2006. Disponível em: <http://www.uc.pt/en/cia/publica/AP_artigos/AP22.23.13_Silva.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2015.

WALKER, J. R. **Introdução à hospitalidade**. 2 ed.Barueri: Manole, 2002

ZAOUL, Hassan. **Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições?** In Caderno Virtual de Turismo, vol. 8, nº 2, 2008. Disponível em: <www.ivt-rj.net/caderno>. Acesso em: 4 nov. 2015.

XAVIER, H. **A percepção geográfica do turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

GLOSSÁRIO

Caatinga Hipoxerófila* – Formação vegetal composta por espécimes arbustiva-arbórea mais ou menos densa, com ou sem cactáceas.

Floresta Caducifólia** – Formação vegetal composta por espécimes aducifólia, ou seja, plantas que possuem folhas que caem no período do inverno, brotando apenas na primavera.

Inselberg*** – Saliência de revelo encontrada em regiões de clima árido e semiárido formado por estrutura rochosa à erosão, diferentemente dos materiais dos demais tipos de relevo ao seu entorno.

Geomorfologicas**** – Características ligadas ao estudo das formas dos relevos.

Geossítios***** - Ocorrência de um ou mais elementos da geodiversidade, (aflorantes pela ação de processos naturais ou devido à intervenção humana), delimitados geograficamente e que apresentam algum valor (científico, pedagógico, cultural, turístico, etc.).

Mais-valia***** – conceito elaborado por Karl Marx que faz referência ao processo de exploração da mão de obra assalariada pelo capitalista na produção de mercadorias em troca de um valor não considerado justo.*

*PARAÍBA. Atlas geográfico do estado da Paraíba. João Pessoa: GRAFSET, 1985.

**FREITAS, Eduardo. Floresta caducifólia. Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/geografia/floresta-caducifolia.htm>>. Acesso em: 16 de maio 2016.

*** COSTA, Jordana. Formas de relevo. Disponível em: <<http://docente.ifrn.edu.br/jordanacosta/disciplinas/geografia-1-2.8426.1v/relevo>>. Acesso em: 16 de maio 2016.

****CASSETI, V. **Elementos de Geomorfologia**. Goiânia: Editora da UFG, 1994.

*****BERNARDO, W. S. (Et al). O mapeamento da geodiversidade e a identificação de geossítios para a criação de trilhas geoturísticas no vale do riacho São José, em Caetés-PE. Revista do Centro de Ciências Naturais e Exatas – UFSM. v.18, n.3, p.1118-1123, Set. 2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufsm.br/index.php/reget/article/viewFile/13858/pdf>>. Acesso em: 7 maio 2016.

***** RODRIGUES, Lucas de Oliveira. Mais-valia. Mundo Educação. Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/sociologia/mais-valia.htm>>. Acesso em 27 abr. 2016.

Período da pós-modernidade***** – Movimento que predomina mundialmente desde o fim do Modernismo, caracterizado pelas inovações tecnológicas, subversão dos meios de comunicação e da informática, com a crescente influência do universo virtual, e pelo desmedido apelo consumista que seduz o homem pós-moderno.

***** SANTANA, Ana Lucia. Pós-Mordenismo. Info Escola. Disponível em: < <http://www.infoescola.com/movimentos-artisticos/pos-modernismo/>>. Acesso em 27 abr. 2016.

APÊNDICE – Questionário de perguntas e respostas utilizado na pesquisa de campo



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
CAMPUS AVANÇADO NATAL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS – FACEM
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO
DISCIPLINA DE SEMINÁRIO DE MONOGRAFIA II**

**QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE CAMPO PARA
LEVANTAMENTO DE DADOS**

Monografia de conclusão de curso do acadêmico Lázaro Freire da Costa

01 – Sexo

	Feminino		Masculino
--	----------	--	-----------

02 – Qual a sua faixa etária?

	De 14 a 17 anos		De 22 a 30 anos		De 41 a 50 anos		De 60 a 65 anos
	De 18 a 21 anos		De 31 a 40 anos		De 51 a 59 anos		Acima de 66 anos

03 – Você nasceu em Dona Inês-PB?

	Sim	
	Não	Onde?

04 – Qual a sua escolaridade?

	Analfabeto		Ensino Superior Incompleto
	Ensino Fundamental Incompleto		Ensino Superior Completo
	Ensino Fundamental Completo		Pós-Graduação Incompleto
	Ensino Médio Incompleto		Pós-Graduação Completo
	Ensino Médio Completo		Não quis informar

05 – Qual a sua ocupação no momento?

	Agricultor		Estudante
	Aposentado/Pensionista		Extrativista
	Autônomo		Funcionário Público
	Comerciário		Industriário
	Desempregado		Outros
	Empresário		

06 – Qual a sua faixa de renda individual (1 Salário Mínimo = R\$ 880,00)

	Abaixo de 1 Salário Mínimo		Acima de 10 Salários Mínimos
	Até 1 Salário Mínimo		Sem Renda
	Acima de 2 Salários Mínimos		Não quis informar
	Acima de 5 Salários Mínimos		

07 – Você recebe algum benefício social? (Basta citar apenas um benefício)

	Não		
	Sim	Qual?	

08 – Já participou de algum curso de qualificação profissional ou geração de renda?

	Não		
	Sim	Qual?	
	Qual entidade ministrou o curso?		

09 – Você sabe o que é turismo?

	Não		Sim
--	-----	--	-----

10 – Você conhece algum ponto turístico em Dona Inês?

	Não		
	Sim	Qual?	

11 – Qual local ou atividade em Dona Inês você indicaria para uma pessoa que visita o município?

Resposta	
	Não soube informar

12 – Você acha que investir no turismo em Dona Inês é um bom negócio?

	Não		Sim
--	-----	--	-----

13 – Na sua opinião o que falta no município de Dona Inês para melhor receber o turista?

Resposta	
	Não soube informar

14 – Você é a favor do desenvolvimento do turismo em Dona Inês?

	Não		Sim
--	-----	--	-----

15 – A Prefeitura Municipal de Dona Inês realiza alguma ação que beneficie o desenvolvimento do turismo local?

	Não		
	Sim	Qual?	
	Não soube informar		