



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ – CAMPUS VII
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

ALEXANDRE ALVES DE LIMA

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: O caso do município de Matureia-PB

PATOS-PB

2016

ALEXANDRE ALVES DE LIMA

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: O caso do município de Matureia-PB

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau em Bacharel.

Orientador: Felipe Cesar da Silva Brito

PATOS – PB

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

L732d Lima, Alexandre Alves de
Diagnóstico turístico [manuscrito] : o caso do Município de
Matureia / Alexandre Alves de Lima. - 2016.
29 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2016.
"Orientação: Prof. Me. Felipe César da Silva Brito, CCEA".

1. Turismo. 2. Análise SWOT. 3. Potencial turístico. 4.
Matureia. I. Título.

21. ed. CDD 338 479 1

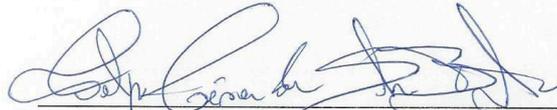
ALEXANDRE ALVES DE LIMA

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: O caso do município de Maturéia-PB

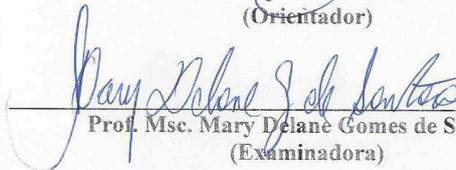
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 20/05/2016

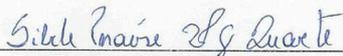
BANCA EXAMINADORA



Prof. Msc. Felipe César da Silva Brito
(Orientador)



Prof. Msc. Mary Delane Gomes de Santana
(Examinadora)



Prof. Msc. Sibe Thaise Viana G. Duarte
(Examinadora)

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: O caso do município de Matureia-PB

Alexandre Alves de Lima¹
Felipe Cesar da Silva Brito²

RESUMO:

O setor turístico tem sido um dos setores que mais tem demonstrado crescimento e participação na economia de muitas cidades do Brasil, sendo apresentado como fator de desenvolvimento econômico. Neste sentido o presente artigo objetivou analisar o potencial turístico do município de Matureia-PB, localizado em uma região emergente de investigação quanto ao tema abordado. Para operacionalização da pesquisa, foi realizado, inicialmente, um levantamento teórico sobre o tema, visando dar suporte a todas as outras fases do estudo. O estudo ainda tomou como base a metodologia da análise Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) que é um estudo das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças utilizada para realizar a apreciação de cenários, através de pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades, com o intuito de atender ao objetivo proposto de apresentar um diagnóstico das potencialidades turísticas existentes no município de Matureia-PB. Após a análise dos dados coletados, os resultados mostraram que Matureia, possui um vasto leque de atrativos turísticos, mas que devido à falta de investimento em infraestrutura, não estão se convertendo de fato em produtos turísticos. No entanto, existe na cidade um grupo de pequenos empreendedores que investem na atividade turística, ao acreditarem no desenvolvimento do setor como fator gerador de emprego e renda para o município.

Palavras-chave: Turismo. Análise SWOT. Potencial turístico. Matureia.

1 INTRODUÇÃO

O turismo atualmente é uma atividade econômica em expansão, competindo com diversas áreas econômicas. Em alguns países tem contribuição significativa no Produto Interno Bruto (PIB), e em algumas localidades é a principal atividade econômica. No entanto para que esta atividade obtenha êxito é importante que se tenha um planejamento que possa envolver os vários segmentos que estão diretos e indiretamente ligados a ela, para que a mesma possa de forma decisiva direcionar os rumos do desenvolvimento local, com valorização da cultura, dos hábitos, costumes, preservação ambiental e fortalecimento das inter-relações entre iniciativa privada, poder público e o terceiro setor.

¹ Graduando em Administração – UEPB – alexandrealvesal@hotmail.com

² Professor Orientador – UEPB – felipecesar@yahoo.com.br

Segundo Acerenza (2002), podemos afirmar que a atividade turística não proporciona apenas ganhos econômicos, além disso, pode gerar vários fatores que contribuem com o desenvolvimento social, a valorização histórica cultural, podendo ocasionar transformações significativas na estrutura social e no comportamento, como também nos próprios padrões culturais da comunidade local.

Há muitos trabalhos sobre turismo no estado. E pouco foi encontrado sobre o turismo na microrregião da Serra do Teixeira, através de uma pesquisa mais aprofundada foi notado que há uma área ainda mais emergente de investigação, o município de Matureia, que não dispõe de um estudo que envolva uma visão sustentável, ambiental e social, de seus atrativos e potencialidades ambientais.

Localizado em seu território um destino turístico único, o “Pico do Jabre”, o município de Matureia tem potencial para ofertar diferentes modalidades de turismo na região, buscando um público-alvo diferente daqueles que procuram apenas os atrativos turísticos tradicionais da região. Com capacidade para se tornar um destino referencial em diversidade de atrações turísticas na microrregião da Serra do Teixeira.

Para o estudo em questão, serão abordadas as bases conceituais sobre turismo, sua atividade e atrativos, seguido com análise sobre o município de Matureia, com enfoque no seu potencial turístico, onde o município apresenta potencial para o desenvolvimento dessa atividade, incrementando e transformando a vida social econômica da população local.

Neste sentido, formula-se o seguinte problema de pesquisa: em que situação se encontra o município de Matureia-PB enquanto produto turístico?

Visando explicar tal problema de pesquisa, foi proposto o objetivo geral que busca apresentar um diagnóstico das atrações turísticas de Matureia, analisando a situação atual, como também seu potencial. Assim, os objetivos específicos são: abordar teoricamente o turismo; caracterizar o município de Matureia a partir de seus atrativos turísticos e culturais e realizar uma análise de cenário através da metodologia da análise Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) que é um estudo das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Esses fatores por serem variáveis vão mostrar a situação do município, estabelecendo prós e contras como pontos determinantes para a atividade turística local.

Este trabalho apresenta-se distribuído da seguinte forma: inicialmente são apresentadas algumas visões e considerações de alguns autores que conceituam o turismo; Posteriormente, são mostrados os procedimentos metodológicos empregados para a realização da pesquisa. Na seção seguinte apresentam-se os resultados da pesquisa com a realização da

análise SWOT, através da descrição e interpretação dos dados colhidos no objeto de estudo. Ainda são apresentadas, as considerações finais referentes à temática abordada e as referências examinadas.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO E CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO

Percebe-se que o homem se motiva para viagens por diversos motivos, tais como: conhecer novas culturas, pessoas, novas realidades geográficas; estimulado pelos meios de comunicação e pelas oportunidades de contato humano com povos e regiões diferentes da sua. A vida moderna causa desgaste, principalmente nas grandes metrópoles, o aumento de expectativas de vida do ser humano predispõe as pessoas a viajarem, bem como a facilidade de financiamento para as viagens fazem com que o mesmo procure o sentido de liberdade e necessidades de busca ao sossego. Com isso, melhores vias de traslado e número crescente de novos polos interessantes e diversificados, equipamentos de hospedagens para diversos gostos estão sendo criados para atender a demanda desse público interessado a viajar.

De acordo com Andrade (1998), o homem por natureza sempre gostou ou careceu de uma visão mais holística do seu campo de ação, por meio da busca de víveres, de aumento de território tribal ou reduto familiar, ou mesmo para saciar sua curiosidade sobre alguma nova existência além do horizonte conhecido, portanto, aprendeu a viajar. Ainda segundo a qualquer deslocamento sempre tinha um sentido como alguma ação migratória, o que fortalecia a aproximação de grupos sociais. O autor enfatiza também, que o deslocamento de indivíduos e de grupos humanos exige, para vivência plena de sua liberdade, o ar, as águas e a superfície da terra, fazendo uso de veículos que transportam os sujeitos para todos os locais com as mais diversas finalidades.

Pelas facilidades ofertadas para deslocamento do homem, por causa das melhorias das infraestruturas proporcionadas pelos países, o turismo, como uma atividade econômica recente geradora de oportunidades, tornou-se objeto de estudos para alguns cursos acadêmicos, parte integrante nos planejamentos em consequência dos seus impactos nos setores sociais, econômicos e ambientais e campo de investimento do setor empresarial.

Assim, Ruschmann (1997), enfatiza que o crescimento da demanda e, conseqüentemente, da oferta turística, e as facilidades para viagens tornaram o mundo acessível aos viajantes ávidos por novas e emocionantes experiências em regiões com recursos naturais e culturais consideráveis. Isto faz com que o planejamento dos espaços, dos equipamentos e das atividades turísticas se apresente como fundamental para evitar os danos sobre os ambientes visitados e manter a atividade dos recursos para as gerações futuras.

Em face da complexidade, o turismo no contexto do lazer, surge como uma atividade em que o indivíduo possa equilibrar e revigorar as forças vitais, recriando e sustentando o corpo e a alma. Desta forma, conclui-se que o homem, como sujeito do turismo, desenvolve essa atividade considerando as necessidades implícitas e latentes, buscando sua efetivação no momento em que esta lhe proporcione prazer. Portanto, o turismo torna-se um fenômeno social que baseado no deslocamento de pessoas que buscam atividades das mais diversas formas, tais como de descanso, cultural e saúde, geram em diferentes lugares inter-relações de cunho social, econômica e cultural (OLIVEIRA, 2004).

O turismo, considerando sua natureza, apresenta-se como uma atividade que assume características sociais, econômicas e culturais, em face dos benefícios e conseqüências que podem envolver uma determinada localidade ao mesmo tempo em que se apropria de um território para sua idealização.

Neste aspecto, em função da sua natureza ter característica impactante ao meio, Machado (2005) enfatiza que o turismo a ser pensado e desenvolvido deve, obrigatoriamente, focalizar a integração de valores ambientais, culturais, sociais e econômicos, considerando o bem-estar das pessoas envolvidas no processo, buscando a cidadania ecológica inserida na expectativa de uma qualidade de vida melhor, para o hoje e futuro.

Entende-se o turismo como fenômeno social baseado num conjunto de relações de pessoas ou grupo de indivíduos, com finalidade de entretenimento, descanso ou cultura, que se move para o local almejado. Assim, origina relações de valor social, econômica e cultural entre os visitantes e a comunidade local.

2.2 DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO BRASIL

No Brasil o desenvolvimento turístico foi tomado por iniciativa do governo quando tendo acompanhado o processo de urbanização do país tomando forma e observando a atividade turística como importante fonte de geração de riqueza e emprego. Essa preocupação

do governo só se deu por volta de 1950. O primeiro órgão do turismo implantado no país pelo governo federal foi no governo de Juscelino Kubitschek em 1958, a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR) com o objetivo de planejar o turismo no Brasil. O Rio de Janeiro foi uma das primeiras cidades a criar órgãos municipais para o desenvolvimento do turismo local.

O desenvolvimento do turismo, segundo Brasil (2003), no país só ganhou força mesmo a partir da criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e também do Conselho Nacional de Turismo que definiu uma política nacional para o setor no de ano 1966. A Empresa Brasileira de Turismo passou a cuidar exclusivamente da promoção e o apoio à comercialização, no exterior, dos produtos turísticos do Brasil.

O Plano Nacional do Turismo (PLANTUR) foi elaborado no ano de 1991 quando a EMBRATUR passou de empresa a instituto, transformando-se em uma autarquia especial da Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República, pensando na implantação do turismo como fator de geração de renda e divisas no país. Criado antes da política para a área ser instituída, o PLANTUR foi incapaz de sair do papel, buscava o fortalecimento do turismo interno e a formação de recursos humanos (CRUZ, 2002).

Foi com a criação do Ministério do Turismo que foram permitidas ações e estratégias de desenvolvimento dentro de um ministério denominado para desenvolver o turismo, isso só veio a acontecer no governo do presidente Luis Inácio Lula da Silva no ano de 2003. Distribuição de renda através da geração de empregos e oportunidades de inclusão de brasileiros no mercado de trabalho e também como consumidores foi o objetivo do novo Plano Nacional do Turismo. (BRASIL, 2003).

O Brasil possui um turismo fraco, para não dizer deficiente, em comparação a países como a França, Estados Unidos, Inglaterra que são conhecidos como uns dos maiores destinos turísticos do mundo. Embora possua um enorme potencial turístico e órgãos que tentam incluir o país entre os destinos mais procurados do mundo, é necessário que o mesmo procure ter um diferencial ou ter o mesmo nível de compromisso com o turista para que se sintam seguros e motivados para retornarem aos roteiros turísticos (COBRA, 2005).

Apesar dos problemas apresentados, o Brasil demonstra uma evolução no setor turístico, apesar de tardia. Observa-se que apenas a partir de 1950 foi onde o governo brasileiro passou a demonstrar interesse pela atividade turística, com ações que buscou colocá-lo entre os principais destinos turísticos mundiais. Porém a falta de planejamento governamental, infraestrutura e segurança são fatores que ainda impossibilitam a escolha dos

turistas pelo país.

2.3 POTENCIALIDADES DO TURISMO NO BRASIL

Os atrativos turísticos exibem várias classificações, podendo ser: Atrativos culturais, cujas atrações são os sítios históricos, os arqueológicos, a arquitetura do lugar, a culinária, os monumentos, os polos industriais, os museus, os shows, os musicais e o teatro; Atrativos de lazer, como passeios, golf, natação, tênis, trilhas, ciclismo e outras modalidades de esportes; Atrativos naturais, onde estão inseridos os litorais, a paisagem geral e marítima, os parques, as montanhas e serras, a flora, a fauna, e as ilhas; Entretenimento, cujas atrações são os parques temáticos, de diversão, os cassinos, os cinemas, os centros, de apresentações artísticas, o comércio e os complexos esportivos; Eventos, como os megaeventos, os festivais, os eventos religiosos, comunitários, esportivos, bem como as feiras comerciais e as empresas (SOUSA, 2004).

O Ministério do Turismo em 2006, com base nas definições apresentadas e fundamentadas no conceito de turismo estabelecido pela Organização Mundial do Turismo (OMT), adotou oficialmente a segmentação a exemplo do turismo cultural, de estudo e intercâmbio, de aventura, de sol e praia, de negócios e eventos, rural e o ecoturismo como forma de organizar o turismo embora que novas denominações surjam com o tempo.

O Brasil possui um grande potencial turístico, tendo como marca consagrada a sua imensa diversidade constituída por uma nação de vários povos, diferentes culturas e um território de vinte e seis estados, um distrito federal e mais de cinco mil e quinhentos municípios. Maior país da América Latina, localizado América do Sul. É o quinto maior país do mundo em área territorial (EMBRATUR, 2010).

O litoral brasileiro conhecido como sinônimo de muitas praias, de norte a sul, onde se encontram sol e céu azul em algumas regiões quase o ano inteiro além de algumas das praias mais belas do mundo. No Brasil o turista encontra um país dotado de um vasto leque de ofertas bastante consideráveis em relação a todas as formas de se praticar o turismo, proporciona aos turistas inúmeras possibilidades de escolha. O Turismo de sol e praia é uma das opções mais procuradas na região Nordeste, fora o seu patrimônio artístico cultural que também tem atraído turistas de outras regiões do país e estrangeiros do mundo todo.

Ao viajar pelos estados brasileiros o turista encontra as mais variadas expressões culturais e um rico patrimônio natural. O litoral brasileiro possui inúmeras praias, mangues,

dunas, e recifes espalhados desde o sul do país até a região Nordeste. Outros estados apresentam além de uma exuberância natural, uma rica e diversificada cultura popular, com histórias e costumes próprios. O frevo, o maracatu, a capoeira, o bumba e o bumba-meu-boi, os carnavais de rua, o xote e a ciranda são elementos das mais tradicionais manifestações culturais do folclore nacional destaques do turismo cultural brasileiro.

Em se tratando da região onde se localiza o objeto de estudo, o Estado da Paraíba apresenta verdadeiros centros de excelência para o desenvolvimento do turismo. Ele está distribuído em 223 municípios, segundo a PBTUR (2009), 59 desses municípios possuem potencial turístico. A capital João Pessoa conhecida como “a capital onde o sol nasce primeiro”, enriquece de beleza o litoral paraibano, mas, além disso, o estado possui lugares espalhados por todo seu território onde a natureza se mostra abundante e com singular exuberância. Um misto de tradição, riqueza natural e recantos convidativos à paz, romantismo e esporte.

O litoral paraibano está entre os mais belos do Brasil, muitas praias tranquilas, areia fina e coqueirais, um visual paradisíaco deslumbrante. No Agreste e Cariri paraibano as cidades de Areia, Bananeiras e Alagoa Grande compõem o projeto “Caminhos do Frio”, além de Cabaceiras cidade cinematográfica. Em Campina Grande o turista encontra o “Maior São João do Mundo” expressão máxima da cultura regional nordestina, um mês inteiro de festa.

Já o sertão da Paraíba tem pegadas de dinossauros, no Vale dos Dinossauros na cidade de Sousa, o turista ainda pode conhecer o Parque Cruz da Menina na cidade de Patos, um atrativo do turismo religioso na maior cidade do interior do estado. Seguindo o roteiro para Serra do Teixeira encontra a cidade de Teixeira de clima agradável onde o turista pode conferir a vista da Pedra do Tendó e o município de Matureia onde se localiza o Pico do Jabre, ponto mais alto da Paraíba com 1.197 metros de altura. (SEABRA, 2002).

O deslocamento de uma pessoa pra ver, fazer ou sentir e desfrutar de sua existência é motivado pela matéria prima do turismo que são seus próprios atrativos turísticos. Investir na imagem e na infraestrutura de uma cidade que possua atrativos turísticos faz deles produtos com capacidade de serem consumidos por algum tipo específico de mercado.

2.4 POTENCIALIDADES DO TURISMO EM MATUREIA

O município de Matureia localizado a 360 km da capital do Estado João Pessoa, no Sertão paraibano, atrai turistas de vários estados do país, que vêm em busca de belas

paisagens, aventuras e tranquilidade. O município, inserido na microrregião da Serra do Teixeira, possui clima semiúmido, e se encontra a 812m de altitude acima do nível do mar. Pode ser encontrado no município um enorme potencial turístico a partir de suas formações rochosas, vistas deslumbrantes e localidades que fazem parte de sua história.

O Pico do Jabre, parque ambiental que possui aproximadamente 500 hectares de área composta de espécies de Mata Atlântica e Caatinga, localizado na Serra do Teixeira reconhecida pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA) como uma das maiores fontes de pesquisas biológicas do país. Possui espécies endêmicas que só existem aqui na reserva ecológica. O parque possui 1.197 metros de altitude sendo um observatório natural que permite que os visitantes contemplem do alto toda a cobertura vegetal acompanhada de relevos e fontes de água dos municípios vizinhos. Uma paisagem rica em belezas naturais, que atrai inúmeros turistas de todas as regiões. (PARAÍBA, 2016, online).

Localizada dentro de um Parque Estadual entre os municípios de Mãe D'água e Matureia a mata do Pico do Jabre é um dos ecossistemas mais ricos do estado, abrigando árvores típicas da mata úmida e elementos da caatinga. O ponto mais alto do estado surpreende por suas belezas, clima agradável e uma visão de encher de entusiasmo e energia positiva qualquer visitante. Com uma panorâmica de 130 km de visão, de onde é possível ver, a olho nu, os Estados do Rio Grande do Norte e Pernambuco, o “Mirante do Sertão”, um dos lugares mais belos da Paraíba, com potencial que poderá se tornar um grande complexo turísticos na região.

Matureia tem disponibilidade também para o turismo de aventura, com destaque para os amantes de esportes radicais. O visitante encontra trilhas que dão acesso ao Pico do Jabre. A trilha pavimentada é a preferida de quem gosta de ciclismo, com descidas em alta velocidade. Já a trilha “Pai Dantas” em meio mata, ideal para quem gosta de caminhar e ter um contato com o meio ambiente, sentindo o ar, o clima, o cheiro da natureza. Outra modalidade de esporte radical tem ganhado espaço e atraído praticantes e curiosos. De acordo com a prefeitura de Matureia (2016, online) a construção da rampa para a prática do voo Livre de Parapente, espécie de paraquedas inflável, tem agregado mais um atrativo turístico para o município.

O município de Matureia possui quatro sítios arqueológicos, entre eles: “Pedra dos Caboclos”, que se situa na base inferior do “Parque Ambiental do Pico do Jabre”. A pedra possui uma ampla cavidade semelhante a uma boca. No interior possui conchas acústicas esculpidas naturalmente pelo tempo que reproduzem sons com fidelidade e podem ser

ouvidos a quilômetros de distância. Ela possui uma escada rústica que permite aos turistas o acesso ao alto e uma visão ímpar da paisagem. A Pedra está sobre uma superfície de formação rochosa ondulada e com ampla área de lazer, permitindo aos visitantes surpresas que a natureza revela durante o contato com a flora e a fauna locais. Existem ainda os sítios arqueológicos “Pedra do Letreiro”, a “Pedra do Pintor” e a “Lagoa das Pedras”. Todas possuem inscrições rupestres que estão catalogadas e expostas na ONG Instituto Ambiental Jabre, localizado na Praça José Alves da Costa 38, centro de Matureia.

O Poço da Bananeira localizado na divisa entre os municípios de Matureia e Mãe D’água. Durante invernos intensos quedas de água se formam e correm para uma lagoa cercada de árvores nativas, especialmente mulungus, e um conjunto de pedras soltas acompanha o percurso da água que se torna um atrativo turístico. A visita ao local só é favorável durante o período de inverno quando ocorre à recarga de água do local que altera a vegetação, reabastece os córregos e ressurgem quedas d’água.

Formações rochosas também estão no roteiro turístico. A “Pedra do Damião” um ponto de visita turístico compartilhado pelos municípios de Matureia e Mãe D’água. É uma pedra com um corte transversal e um espaço interno que permite que as pessoas contemplem a paisagem da caatinga e as formações onduladas de relevos. A “Pedra do Vento” é uma cavidade profunda numa rocha localizada no meio da caatinga que atrai o olhar de quem passa pela beleza exótica que lembra uma enorme escultura natural. Alta e com tonalidade mais escura, a Pedra do Vento encanta turistas pelo formato e altura, que pode ser comparada a uma concha esculpida pela natureza e pelo tempo.

Já as pedras “Pedra dos dois Irmãos” e “Pedra da Torona” revelam um grande potencial para turismo de aventura e esportes radicais. Fica localizado próximo ao sítio “Bom Conselho”, que fica a aproximadamente oito quilômetros da sede do município. São formações rochosas com potencial para o turismo de aventura. A pedra da Torona ganhou esse nome devido à quantidade de aves dessa espécie que habitam e fazem ninhos na época de reprodução. Grupos de escaladas de João Pessoa estiveram no local e reconheceram a importância das pedras para os esportes radicais.

No segmento de turismo rural merece destaque o “Casarão do Jabre” local que é um misto de Pousada, Restaurante e Museu. Uma construção colonial datada do Século XIX, ambiente agradável, tem uma decoração rústica com jardins bem cuidados e fica de frente a um açude que confere uma bonita vista, localizado no sítio Amparo nas proximidades de acesso ao Parque Estadual do Pico do Jabre, oferece pouso, serviço de condutores aos

visitantes do Parque podendo ainda desfrutar do melhor da culinária regional.

2.5 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM TURISMO

Pode-se entender planejamento como um processo contínuo e dinâmico que consiste em um conjunto de ações intencionais, integradas, coordenadas e orientadas para tornar realidade um objetivo futuro, de forma a possibilitar a tomada de decisões antecipadamente. Essas ações devem ser identificadas de modo a permitir que elas sejam executadas de forma adequada e considerando aspectos como o prazo, custos, qualidade, segurança, desempenho e outras condicionantes.

O planejamento estratégico é um método no qual toma como base o aspecto abordado pelas dimensões anteriores, desenvolvidas para se chegar a um objetivo de forma eficiente, eficaz e efetiva, com o melhor aproveitamento de esforços, exigindo decisões presentes para implicações futuras. (OLIVEIRA, 2002).

Diante disso, o planejamento torna-se fundamental, para a atividade turística como para qualquer outra área de mercado, ao proporcionar tomadas de decisões mais fundamentadas e seguras e também pelo poder de se antecipar-se a situações eventuais, consequentemente dando condições de evitadas, caso sejam indesejáveis.

Ao se pensar em turismo, é necessário além de infraestrutura básica e de apoio, um ordenamento que contenha normas, leis, planos e ações. É importante planejar a atividade turística de forma adequada, estando atento às características de onde está inserida, identificando deficiências e oportunidades. A prática da atividade turística deve ser feita de maneira sustentável, preservando o meio ambiente ao qual está inserido e suas tradições históricas e culturais.

Adotar uma política pública relacionada ao turismo, onde esteja explícitas estratégias de fomento, apoio e delegação de responsabilidades é o conjunto básico de vantagens que se pode ter com o planejamento. Neste sentido, o planejamento turístico surge como uma peça necessária para o desenvolvimento contínuo da atividade turística.

De acordo com Melgar (2001), o planejamento necessita de cinco forças que regem o mercado para seu bom desempenho: poder de barganha dos fornecedores; rivalidades entre concorrentes; poder de barganha dos clientes; entradas de novos concorrentes e produtos substitutos. Essa estratégia é fundamental para conhecer a margem do negócio, os riscos do mercado, se adequar a competitividade e identificar as vantagens observando a preferência

dos clientes frente a e qual a concorrência de mercado.

O planejamento no turismo deve determinar os objetivos a serem atingidos e a maneira como alcançá-los, ordenando ações e estabelecendo prioridade. É a decisão do que fazer, como fazer e quem deverá fazê-lo. Nesse momento são determinados objetivos como o tipo de turismo que se quer promover, qual mercado conquistar e os meios pelos quais eles acontecerão.

É importante que o planejamento turístico leve em conta a comunidade, pois irá influir na estrutura econômica do local e no modo de vida da população residente. O aproveitamento da localidade pelo turismo requer um mapeamento com as zonas passíveis de serem utilizadas e uma garantia à integridade do ecossistema. Desse modo, a convivência do meio ambiente com o turismo se faz possível e sadia. O desenvolvimento sustentável na prática da atividade turística é uma premissa fundamental.

Os órgãos oficiais de Turismo têm de criar e monitorar um inventário turístico que contenha informações viáveis e pertinentes sobre os atrativos, conservação, manutenção e utilização, localização geográfica, meios de acesso e os sistemas de transporte disponíveis. E dentre os vários itens presentes nesse inventário identificar os pontos chaves de sucesso para o desenvolvimento da atividade. Dessa maneira, os investimentos acontecem de forma adequada, pois, estão voltados nas áreas em que é interessante o fluxo de turistas.

De forma sucinta, a função básica do planejamento turístico é aperfeiçoar os recursos urbanos, naturais, artificiais e culturais existentes de acordo com as premissas da sustentabilidade, e incrementar a demanda turística de forma racional nos espaços disponíveis para o exercício da prática de atividades turísticas.

2.6 ANÁLISE SWOT

O termo SWOT é o acrônimo para Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats que quando traduzimos para o português temos a sigla FOFA que significa Forças, Fraquezas, Oportunidades e ameaças. Aplicada à gestão de desempenho empresarial a Análise SWOT é uma das ferramentas mais simples e ao mesmo tempo úteis que uma empresa tem ao seu dispor para entender o ambiente em que está inserida e criar a base de informações necessárias, para seu planejamento futuro.

Conforme Kotler (2006), A Matriz SWOT é dividida em duas grandes óticas: análise do ambiente interno quando fazemos a análise das forças e fraquezas, são os fatores internos

gerenciáveis e a análise do ambiente externo responsável pelos fatores externos à organização chamados Oportunidades e ameaças que não tem como manipulá-los diretamente.

A Análise SWOT deve ser desenvolvida e interpretada de forma com que consiga unir os principais componentes que atuam como elementos da análise externa e interna. O seu diagnóstico, por assim dizer, deve ser confiável na informação que oferece, integrando as necessidades apresentadas na gestão estratégica com o intuito de fundamentar o planejamento de médio e longo prazo da organização. Essa ferramenta da administração auxilia a empresa em diversos aspectos, principalmente, na tomada de decisão. Essa análise consegue maximizar as oportunidades do ambiente através dos pontos fortes da empresa e ainda minimizar as ameaças e pontos fracos que a mesma possui.

Segundo Machado (2005) a técnica SWOT fornece uma orientação estratégica que possibilita a organização: eliminar pontos fracos nas áreas pelas quais a empresa enfrenta ameaças graves da concorrência e tendências desfavoráveis perante o negócio; Compreender oportunidades descobertas a partir de seus pontos fortes; corrigir pontos fracos nas áreas em que a organização vislumbra oportunidades potenciais e monitorar área em que a organização possui pontos fortes, afim de não ser surpreendida futuramente por possíveis riscos e incertezas.

Pode-se perceber que a Análise SWOT se trata de uma ferramenta para uma ampla análise ambiental corporativa, que atua como um pilar de sustentação da gestão e principalmente do planejamento da organização. Devido à simplicidade a matriz pode ser usada em empresas de qualquer porte ou tamanho.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Nos tópicos anteriores, procurou-se esquematizar o referencial teórico desta pesquisa. Destacaram-se os conceitos de turismo suas atividades no Brasil e os principais atrativos turísticos no país no estado e especificamente no município de Matureia. Nesta fase, mostrou se o caminho traçado para obter as respostas dos questionamentos que originaram este trabalho.

A metodologia descreve, explica e prediz determinado fenômeno buscando realizar os objetivos estabelecidos no trabalho prático. Toda pesquisa exige que sejam adotados métodos e técnicas para que o processo investigado seja bem sucedido.

Entende-se que a metodologia é o estudo de um método ou estratégia a ser escolhido em um processo utilizado para dirigir uma investigação e possibilitando ao pesquisador expor e explicar o tipo de pesquisa utilizada e os métodos desenvolvidos no estudo para alcançar um fim determinado.

A classificação dos tipos de pesquisa sendo, quanto aos fins (pesquisa de campo, de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, participante, pesquisa ação e estudo de caso) e quanto aos meios (pesquisas exploratórias, descritivas, explicativas, metodológicas, aplicada e intervencionista) (VERGARA, 2008).

Assim, diante das proposições dos autores, pode-se afirmar que o trabalho desenvolvido assumirá quanto aos fins caráter: exploratório e descritivo; quanto aos meios será do tipo documental e bibliográfica.

A pesquisa será exploratória, no que diz respeito à finalidade de explorar um tema ou área na qual foi pouco estudado, pois com base em pesquisas registra-se que praticamente são inexistentes registros correlatos com a temática no referido município. Apresenta-se também como descritiva, pois tem o objetivo de descrever uma situação que expõe características de determinada população ou fenômeno.

É de caráter documental, pois analisou documentos e fotografias que não receberam nenhum tipo de tratamento ainda. Ruiz (1979) apresenta de forma ampla os documentos como sendo escritos e não escritos, a exemplo de relatórios, documentos particulares e públicos – escritos e fotografias, imagens, objetos – não escritos.

Trata-se de um estudo bibliográfico, pois para fundamentação teórico-metodológica do trabalho foi realizada investigações em livros, dicionários, jornais e monografias com dados pertinentes ao assunto (VERGARA, 2008).

Ainda de acordo com Ruiz (1979), pode-se afirmar também, que a pesquisa é de campo, pois incide na observação dos fatos tal como ocorreram espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente relevantes para análises. Este tipo de pesquisa não permite o isolamento e o controle das variáveis supostamente relevantes, mas permite o estabelecimento de relações constantes entre determinadas condições e determinados eventos, observados e comprovados.

O procedimento metodológico adotado neste estudo foi feito por meio de uma análise ambiental interna e externa do cenário turístico do município de Matureia; esta análise é conhecida pela sigla SWOT. Este modelo consiste em verificar as condições em que se encontra a localidade no plano interno e externo, analisando, respectivamente, seus pontos

fortes e fracos, suas ameaças e oportunidades, no mercado.

Segundo Andrade (2001), universo da pesquisa é constituído por todos os elementos de uma classe, ou toda a população. População é conjunto total e não se refere apenas a pessoas, pode abranger qualquer tipo de elementos: pessoas, pássaros, amebas, espécies vegetais, entre outros.

Para coleta dos dados necessários a análise, foi feita uma abordagem aos três pequenos empreendedores da iniciativa privada na área do turismo local, proprietários de casarões, pousadas e restaurantes e o gestor público do departamento municipal de turismo do município. O objeto de estudo do presente trabalho foi à realização de um diagnóstico do município de Matureia, na qual foi feita uma análise da sua situação atual e foram buscados mecanismos que demonstrassem a real situação do município.

Com a finalidade de se permitir a Análise SWOT, coletaram-se dados de fontes primárias e secundárias – respectivamente coerentes à análise interna e externa. As fontes secundárias foram coletadas por meio de levantamento e consulta bibliográfica, as quais possibilitaram no plano teórico, a fundamentação das análises da realidade empírica observada.

Já para colher as fontes primárias, realizou-se uma entrevista diretamente com o gestor público do departamento municipal de turismo do município e com os pequenos empreendedores da área turística. A análise e interpretação dos dados foram realizadas de acordo com os objetivos propostos na pesquisa, sendo esta, portanto, de cunho qualitativo.

4 RESULTADOS DA PESQUISA SOBRE O POTENCIAL TURÍSTICO DE MATUREIA/PB: ANÁLISE SWOT

Visando diagnosticar o potencial turístico do município de Matureia estado da Paraíba foram abordados pequenos empreendedores ligados diretamente à atividade turística no município e o gestor público local através do departamento de turismo da prefeitura. Nesta perspectiva, foram elaborados dois questionários para obtenção das informações necessárias a interpretação da situação atual do setor turístico do município.

Neste sentido foi possível fazer um diagnóstico do município de Matureia como destinação turística, explorando seus pontos fracos e fortes, identificando suas forças e fraquezas e descobrindo suas oportunidades e ameaças.

4.1 PONTOS FORTES

Com base nas afirmações dos pequenos empreendedores locais foram apontados os seguintes pontos fortes:

O empreendedor “A” evidencia que Matureia tem disponibilidade para o Ecoturismo, uma vez que, situado no município, o Pico do Jabre, parque ambiental de área composta de espécies de Mata Atlântica e Caatinga, é uma das maiores fontes de pesquisas biológicas do país. Com uma altitude de 1.197 metros sendo um observatório natural que permite que os visitantes contemplem do alto toda uma paisagem exuberante.

Ainda segundo o empreendedor “A” é favorável também o turismo cultural e religioso com as festividades populares como a tradicional festa do padroeiro, São Francisco de Assis, festa religiosa realizada pela igreja Católica, que acontece entre os meses de setembro e outubro de cada ano, a festa inicia-se com a peregrinação da imagem do santo pelo município, seguida das novenas e o pavilhão da festa social com barracas de comidas típicas e apresentações culturais, por fim, no encerramento é realizada a procissão com a imagem de São Francisco de Assis pelas ruas da cidade.

Merece destaque o turismo de aventura, segundo o empreendedor “B”, o município é ideal para os amantes de esportes radicais, proporcionando ao visitante aventura na pratica de esportes por trilhas que dão acesso ao Pico do Jabre, seja pavimentada para quem gosta de bike ou na mata ideal para quem gosta de caminhar e ter um contato direto com a natureza. Outra modalidade de esporte radical é a pratica do Vôo Livre de Parapente.

De acordo com o empreendedor “C” outro grande potencial é o segmento de turismo rural o município dispõe de propriedades rurais ainda pouco exploradas onde se pode encontrar desde simples pousadas rurais a Casarões que oferecem decoração rústica, museu além do visitante poder desfrutar do melhor da culinária regional.

A partir da análise dos resultados coletados foi possível identificar que o turismo pode ser visto como um processo sistemático, ou seja, para funcionar ele depende do funcionamento conjunto de quatro grupos principais: O político, o empresariado, os profissionais e prestadores de serviços em turismo e a comunidade. Porém este conjunto não funciona se não existir potencial atrativo que possa ser desenvolvido para atrair e seduzir o turista.

Os atrativos turísticos se apresentam em variada classificação, podendo ser: Atrativos

culturais, de lazer, naturais, entretenimento e eventos. (SOUSA, 2004). O Ministério do Turismo adotou oficialmente a segmentação como forma de organizar o turismo embora que novas denominações surjam ao longo do tempo.

Neste sentido, segundo os pequenos empreendedores entrevistados, ao mencionarem uma seleção de atrativos, afirmam que o município de Matureia dispõe de elevado potencial turístico, uma vez que apresenta através de seus atrativos turísticos variada segmentação de turismo, sem dúvida importante fator que condiciona o desenvolvimento da atividade no município.

4.2 PONTOS FRACOS

Foram notificados alguns dos pontos a serem melhorados para alavancar o setor turístico do município, de acordo com os seguintes dados coletados.

Para o empreendedor “A”, o poder público municipal tem tomado uma iniciativa ainda muito tímida ou quase inexistente em relação ao apoio ou investimento no setor, seja no apoio aos pequenos empreendedores, na ação educativa da população e divulgação da importância e preservação desse potencial turístico como também no controle organizado do crescimento estruturante da cidade.

O empreendedor “B” aponta a escassa infraestrutura, alega que a cidade necessita de investimento em infraestrutura física, para torná-la urbanisticamente atrativa. Faz-se necessária execução de redes de drenagem para diminuir acúmulos de águas de precipitação pluviométrica e, conseqüentemente, proliferação de doenças de veiculação hídrica. Também existe, a necessidade de ser elaborado um Plano Urbanístico para a cidade, com melhorias na pavimentação das ruas, construção de calçadas e arborização e revitalização de praças para torná-las atrativos na cidade. Melhoramento do acesso aos pontos turísticos, em se tratando de rodovias vicinais, elas oferecem condições mínimas de trafegabilidade, e isto é uma das fragilidades para proporcionar interesses aos proprietários em investir no sentido de dotar os produtos turísticos com melhor infraestrutura, para aumentar a capacidade de demanda, e construção de bons equipamentos.

Falta de conhecimento da própria população local sobre o potencial turístico do município, é preocupante para o empreendedor “C”, pois resulta em tardar a exploração desse potencial. E ainda pode gerar por parte da população juntamente com a falta de aptidões, a ocorrência de atitudes que comprometam a receptividade ao turista, ao oferecer uma prestação

de serviço precária sem nenhum padrão de qualidade. Essa carência de conhecimento é resultante da falta de cursos de capacitação, planejamentos e promoção de campanhas educativas na rede educacional e para a população de forma geral.

Os resultados referentes aos pontos a serem melhorados, encontrados na pesquisa apontam para um setor quase que desconhecido pela própria população local, o que reflete na falta de conscientização para importância da preservação ambiental e receptividade ao turista, além da falta de comprometimento com a atividade turística por parte do governo local resultando em uma infraestrutura precária que compromete a qualidade do serviço oferecido ao turista cada dia mais exigente.

Dentro deste contexto, Oliveira (2004), resalta, confirmando o pensamento destacado no último parágrafo, que em face da complexidade do turismo no contexto do lazer, ele surge como uma atividade em que o indivíduo possa equilibrar e revigorar as forças vitais, recriando e sustentando o corpo e a alma. Assim o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário de pessoas que buscam um serviço de qualidade com motivações recreativas, de descanso, cultural ou de saúde.

Desta forma, conclui que é necessária uma estruturação no setor turístico que garanta sustentação para exploração do potencial existente com qualidade de serviço adequado as exigências do turista, uma vez que o homem, como sujeito do turismo, desenvolve essa atividade buscando atender suas necessidades implícitas e latentes, no momento em que esta lhe proporcione prazer.

4.3 AMEAÇAS

Ao contrário das oportunidades, as ameaças são forças que influenciam negativamente o desenvolvimento do setor turístico, com isso, devem ser tratadas com muita cautela, pois podem prejudicar o avanço e crescimento da atividade turística no município. Com análise na amostra da pesquisa com o gestor público local e pequenos empreendedores foram observadas as consequentes ameaças.

Segundo o “gestor público” em turismo no município, não existe nenhum planejamento estratégico para o turismo por falta de recursos para investimento na área. Isso significa um ponto ameaçador para o bom desenvolvimento da atividade turística. Pois se faz de extrema precisão um plano diretor de desenvolvimento para o setor, em que as decisões relevantes referentes à atividade no município sejam tomadas com base na elaboração de um

programa sistemático que produza a curto, médio e longo prazo, de forma organizada a estruturação e desenvolvimento turístico local.

Ao abordar sobre o aspecto governamental e político, o empreendedor “A” assinalou que foi, indiscutivelmente, o principal fator determinante da baixa incidência no planejamento turístico. Entre os principais pontos desfavoráveis relacionados, estão o desinteresse político pela atividade turística, muitas vezes, inclusive, pelo fato de o retorno não ocorrer em curto prazo e não ser associado, por parte do eleitorado, a realizações do político, ou partido.

O empreendedor “B” se refere à questão hídrica do município, ao ressaltar que o potencial turístico do município é seu atrativo natural, porém uma de suas ameaças, também é advinda de fenômenos naturais, por se localizar no semiárido do Sertão paraibano região que enfrenta na maioria das vezes períodos de chuvas irregulares, o que compromete sua capacidade hídrica.

Além disso, o empreendedor “C” relata a necessidade de inovação dos produtos, planejamentos e incentivos, frente à ameaça da crescente concorrência do mercado, o que seria o desenvolvimento de municípios da região que despertam para a exploração da atividade turística, uma vez que também dispõem de potencialidades para o turismo como é o caso do município de Teixeira. O município de Teixeira tem um grande potencial turístico natural, histórico e cultural. Localizado no alto da Serra do Teixeira, muito próximo ao município de Matureia.

Através da apreciação dos resultados coletados foi identificada uma fragilidade do setor turístico, no que se refere à inexistência de um planejamento estratégico. A análise do empreendedor “A” evidencia o fator que tem dificultado a implantação desse importante instrumento. De acordo com Oliveira (2002), o planejamento estratégico é um processo no qual será avaliado o aspecto abordado pelas dimensões anteriores, desenvolvidas para se chegar a um objetivo ou à situação desejada de uma forma eficiente e eficaz, como a melhor concentração de esforços, exigindo decisões presentes para implicações futuras.

Neste sentido, com crescimento da oferta turística, as facilidades para viagens e a procura por regiões com recursos naturais e culturais consideráveis, faz com que seja fundamental o planejamento dos espaços, dos equipamentos e das atividades turísticas para evitar os danos sobre os ambientes visitados e manter a atividade dos recursos para as gerações futuras.

4.4 OPORTUNIDADES

O aspecto natural e o cultural do município são importantes potenciais, pois poderão ser estruturados para possibilitarem desenvolvimento local. Diante desse enfoque e com embasamento na pesquisa com empreendedores locais é que, são identificadas oportunidades no turismo do município.

O empreendedor “A” observa que o município de Matureia possui um grande potencial turístico ainda muito pouco explorado. Com um patrimônio natural localizado no município, o Pico do Jabre, possibilita a estruturação da atividade econômica do turismo, proporcionada pelas belezas naturais, que são características da região, cria oportunidades para o desenvolvimento e fortalecimento de outros segmentos de turismo, nos quais a população local poderá ser beneficiada.

Já o empreendedor “B” cita o setor como porta de oportunidades de fator econômico ao ser viável o empreendimento de atividades relacionadas com o turismo por meio de restaurantes, produção de artesanato, pousadas, hotéis e comércio em geral. O que pode alavancar a economia local.

Por fim o empreendedor “C” complementa que, é de entendimento da maioria que Matureia tem vocação para o turismo, por causa dos atrativos naturais que o interior do município oferece. Dentre os segmentos que poderão se destacar, o turismo rural é um deles, uma vez que há existência de propriedades rurais bastante atrativas e que, hoje, os proprietários rurais têm suas potencialidades subutilizadas, por falta de incentivo e apoio por parte do setor público.

Dentro do que foi exposto pelos empreendedores entrevistados observou-se a concordância por unanimidade de que o turismo apresenta-se como um fator de transformação social, sobretudo, econômico com capacidade real de promover benefícios consideráveis ao envolver a comunidade local.

Machado (2005) afirma que, a natureza da atividade turística tem característica impactante ao meio, isso faz com que o turismo quando pensado e desenvolvido deve, obrigatoriamente, focalizar a relação de valores ambientais, culturais, sociais e econômicos, considerando o bem-estar das pessoas envolvidas no processo, buscando a cidadania ecológica inserida na esperança de uma qualidade de vida melhor.

Com isso, os empreendedores ressaltam a importância do turismo como alternativa de desenvolvimento frente a uma realidade de um município pequeno de escassas e limitadas

opções de geração de renda.

4.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com o que foi explorado no estudo em relação ao potencial turístico do município de Matureia, o diagnóstico do turismo local de forma simplificada, pode ser demonstrado através da tabela 1.

Tabela 1 – Análise do potencial turístico	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
Natureza	Falta de apoio do Poder Público
Tradições culturais	Infraestrutura precária
Diversidade de segmentos turísticos	Falta de conhecimento e conscientização da população
Ameaças	Oportunidades
Ausência de planejamento estratégico	Disponibilidade diversas atividades
Potenciais turísticos na região fora do município	Atrativos ainda não explorados
Falta de segurança e preservação	Viabilidade de crescimento econômico

Fonte: dados da pesquisa (2016)

Com base no que foi mencionado, pode-se observar que o município de Matureia apresenta potencialidades para o desenvolvimento da atividade turística, ao mesmo tempo em que apresenta deficiência quanto a sua infraestrutura e pouco investimento. O potencial natural e cultural garante a existência de oportunidades para o crescimento da atividade no município. Porém é necessário um incentivo por parte do poder público com colaboração da comunidade local para que aconteça um desenvolvimento acelerado do setor turístico no município.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo central desse estudo foi analisar o potencial turístico do município de Matureia estado da Paraíba. Neste sentido, buscou-se realizar um diagnóstico do setor por meio do processo da Análise SWOT. Assim, através do estudo realizado no município foi possível identificar os pontos fortes, pontos fracos ameaças e oportunidades do setor turístico.

Os resultados demonstram que o município de Matureia de localização privilegiada no alto da Serra do Teixeira demonstra vocação para o turismo, com destaque para seu principal atrativo, o ponto mais alto do estado, o Pico do Jabre. De singular beleza, vislumbra a inserção do setor turístico no contexto local e regional. Fortalecido pelo potencial natural, o município possui disponibilidade para o desenvolvimento de segmentos relacionados com o meio ambiente natural, como é o caso do Ecoturismo, com enfoque para o turismo de aventura e o rural, segmentos que mais têm campo a serem consolidados.

Com potencialidades naturais e culturais através de suas tradições populares, Matureia apresenta condições de oferecer uma diversidade de atrativos, alguns ainda não explorados, que podem ser estruturados, gerando oportunidades, crescimento econômico e desenvolvimento social, por meio da atividade turística.

Embora existam oportunidades de crescimento, o município possui uma infraestrutura fraca e uma população desinformada que compromete a receptividade aos turistas e ainda a ausência de investimento governamental afeta o setor turístico. Assim sendo, não basta ter potencial para o turismo, os dados aqui apresentados deixa bem claro é preciso que haja infraestrutura de qualidade nos destinos, um setor responsável com a sustentabilidade e preparado para a competitividade e inovação.

De acordo com a pesquisa para que isso ocorra é necessário o fortalecimento e apoio as iniciativas dos pequenos empreendedores, investimentos em infraestrutura, uma conscientização da população sobre a importância do turismo na localidade e suas vantagens econômicas como incremento na renda do município, ações e parcerias efetivas do poder público e um planejamento estratégico que apresente um modelo de atuação, mediante elaboração de políticas e programas de ações e diretrizes com as quais se pretende impulsionar o turismo local. Para que, assim seja possível tornar Matureia uma cidade turística consolidada enquanto produto turístico e fator de desenvolvimento e crescimento, benéfico para a população local e região, gerando emprego e renda, alívio à pobreza, e refletindo, assim, na melhoria dos indicadores sociais.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, M. **Administração do turismo: conceituação e organização**. São Paulo: EDUSC, 2002.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo, fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1998.

_____. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Pioneira, 2001.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil**. 2003. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>> Acesso em: 20 de abril de 2016.

COBRA, Marcos. **Marketing de serviços: turismo, lazer e negócios**. São Paulo: Cobra, 2005.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Política de turismo e território**. Campinas-SP: Papyrus, 2000.

BRASIL. EMBRATUR. **Plano nacional do turismo: diretrizes, metas e programas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

PBTUR. Empresa Paraibana de Turismo. **Turismo e desenvolvimento local da Paraíba**. 2009. Disponível em: <<http://www.pbtur.com.br>>. Acesso em: 25 abril 2016.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MACHADO, Rosa Teresa Moreira. **Estratégia e competitividade em organizações agroindustriais**. Lavras: UFLA/FAEPE, 2005.

MELGAR, Ernesto. **Fundamentos de planejamento e marketing em turismo**. São Paulo: Contexto, 2001.

OLIVEIRA, Débora Bulcão. **A importância do planejamento turístico**. Revista Turismo. 2004. Site. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com/artigos/planturistico.html>> Acesso em: 14 de março de 2016.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, praticas**. 18. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica: guia para a eficiência nos estudos**. São Paulo: Atlas, 1979.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SEABRA, Giovanni de Farias. **As rotas culturais do turismo sertanejo.** João Pessoa: Editora UFPB, 2002.

SOUSA, Milena Nunes Alves de. **Turismo, lazer e entretenimento:** um estudo da motivação turística para primeira idade. 2004. 133f. (Monografia) - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Campina Grande, 2004.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ABSTRACT

This article aims to analyze the tourism potential of the municipality of Matureia-PB, as the tourism industry has been one of the sectors that has shown more growth and participation in the economy of many cities in Brazil, being presented as a factor of social development. For operationalization of the research was carried out, initially, a theoretical survey on this issue to support all the other phases of the study. The study still took as the basis of SWOT analysis methodology used to conduct the assessment of scenarios, by strengths and weaknesses, threats and opportunities. In order to meet the objective proposed to present a diagnosis of the potential existing in the tourist city of Matureia-PB. After analyzing the data collected, the results showed that Matureia has a wide range of tourist attractions, but due to lack of infrastructure investment, are not becoming in fact in tourism products. However, there is in the city a group of small entrepreneurs who believe in the development of the tourist activity as a source of generating employment and income for the municipality.

Keywords: Tourism. SWOT analysis. Tourism potential. Matureia.

ANEXOS

Pico do Jabre



Pedra do Caboclo



Casarão do Jabre



**APÊNDICE A – FORMULÁRIO, REFERENTE À ANÁLISE COM PODER
PÚBLICO: DEPARTAMENTO DE TURISMO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE
MATUREIA/PB**

1. Existe implementação de políticas públicas por parte do poder público municipal, voltadas para o setor turístico?

Não. No momento não tem sido uma prioridade da gestão atual.

2. Qual é a perspectiva do desenvolvimento do turismo local?

Em termo de potencial natural existente é enorme. Porem atualmente não existe um plano em andamento. O que dificulta ação da prefeitura é questão da desapropriação da área em torno do Pico do Jabre, por ser um custo muito alto.

3. Há investimentos direcionados para o turismo no município?

A prefeitura se encontra em uma crise que afeta todos os municípios do Brasil e os poucos investimentos tem sido direcionadas para áreas precárias como é o caso do abastecimento de água do município.

4. O município possui dados estatísticos referentes à sua demanda de turistas no município?

Não. O departamento de turismo ainda não elaborou nenhum estudo estatístico por falta de recursos.

5. Em sua opinião, o município de Matureia tem possibilidade de gerar emprego e renda através da pratica do turismo?

Sem dúvida apesar de no momento o turismo não ser uma prioridade Ada administração publica, a área é bem vista para investimentos futuros com essa perspectiva de a parti da atividade turística o município possa obter uma nova fonte geradora de emprego e renda para a população.

6. Existe incentivo por parte da prefeitura municipal para a iniciativa privada no turismo local?

A prefeitura tem feito o possível no apoio a esses estabelecimentos ligados a atividade turística, seja no apoio a eventos, disponibilização dos serviços prestados pela gestão, mas um investimento maior não tem sido possível devido à falta de recursos financeiros resultado da grave crise que vivemos.

**APÊNDICE B – FORMULÁRIO, REFERENTE À ANÁLISE COM SETOR
PRIVADO: PEQUENOS EMPREENDEDORES DO SETOR TURÍSTICO DO
MUNICÍPIO DE MATUREIA/PB**

1. Há quanto tempo existe este empreendimento e quantas pessoas são envolvidas nesta atividade?

Empreendedor A: Previsão de funcionamento para junho 2016, 12 funcionários.

Empreendedor B: Desde 1998, oito funcionários.

Empreendedor C: Desde 2000, quatro pessoas.

2. O potencial turístico do município de Matureia são seus atrativos naturais. Porém é necessário uma infraestrutura adequada para receber os turistas. Existe algum tipo de apoio por parte da prefeitura para os empreendedores locais do setor turístico?

Empreendedor A: Matureia é abençoada por Deus do ponto de vista natural e esse tem sido o único incentivo, agora por parte do poder governamental tem deixando a desejar com uma iniciativa ainda muito tímida e ausente e falha principalmente nos últimos anos. O pouco desenvolvimento turístico tem acontecido graças ao investimento de pequenos empreendedores que tem uma visão de futuro.

Empreendedor B: Uma ação efetiva da prefeitura não existe nem a nível regional ou estadual, a região encontra-se abandonada. A prefeitura esta lavando as mãos para essa questão do turismo até mesmo da preservação.

Empreendedor C: Não vejo nenhuma participação ou comprometimento da prefeitura para o incentivo aos empreendedores, a prefeitura tem deixado os empreendedores sobreviverem por si só sem apoio nenhum.

3. Quais ações poderiam ser realizadas para atrair mais visitantes ao município?

Empreendedor A: Um tripé de ações: Educar a população em geral quanto ao potencial turístico; investimento na infraestrutura, com apoio ao pequenos empreendedores para da sustentação ao potencial natural e interesse e empenho político.

Empreendedor B: Elaboração de políticas e projetos, criar infraestrutura através de equipamentos turísticos, criação de um plano diretor para o turismo e fazer parcerias com município vizinhos para criar novos roteiros.

Empreendedor C: Criar um planejamento de divulgação do município como roteiro turístico, criar uma comissão do turismo para representar o município em eventos e feiras relacionadas, tornar a cidade mais atrativa, melhorar sua infraestrutura e a colhimento aos turistas.

4. Em sua opinião, qual é situação atual do desenvolvimento do turismo local?

Empreendedor A: Esta sendo elaborado um estudo em nível região da Serra do Teixeira pelo Sebrae, chamado Rota 306, agora de concreto ligado diretamente ao turismo de Matureia nada esta sendo feito, nem mesmo pequenas ações como melhoramento de estradas vicinais, ações de preservação e combate ao crime ambiental.

Empreendedor B: Nenhuma não existe, em uma nota de 0 a 10 não chega nem a 3. O Casarão sobrevive sem incentivo e tem sido heroico nessa atividade, o único incentivo é o potencial natural existente.

Empreendedor C: O desenvolvimento tem sido quase inexistente ou anda muito lento, isso pode prejudicar o município deixando-o para trás em quanto outros lugares se concretizam como opções de roteiros turísticos.

5. É possível que com desenvolvimento do setor turístico do município o setor torne se um gerador de renda para a população local?

Empreendedor A: Com certeza, vivemos em uma região muito pobre que sobrevive basicamente da agricultura familiar, pequeno comércio, prefeitura e aposentadoria e nenhum município da região da Serra do Teixeira tem o potencial turístico natural que Matureia possui. Se os poderes se manifestarem no sentido de mostrar serviço para que essa estrutura seja aproveitada nos temos no turismo de aventura, rural e religioso um grande potencial gerador de emprego e renda para as famílias.

Empreendedor B: Não só a renda mais é possível acontecer melhoria em várias áreas educação, saúde isso se o turismo for bem trabalhado e explorado.

Empreendedor C: Sim. São inúmeras e visíveis as oportunidades que o turismo em Matureia através do seu potencial pode gerar agregando desenvolvimento econômico na geração de empregos.

6. Que tipo de ação deveria ser efetuada para incentivar a população da importância do potencial turístico do município e acolhimento dos visitantes?

Empreendedor A: Existe um leque de oportunidades a ser trabalhadas, sobre tudo a infraestrutura, uma ampla divulgação e a realização de um trabalho sistemático. É preciso educar as pessoas e que elas também acreditem. Se a prefeitura não investir a iniciativa privada fica desmotivada.

Empreendedor B: Campanhas educativas, oferta de cursos profissionalizantes tudo para envolver a população na conscientizar quanto a importância do potencial turístico para o desenvolvimento da cidade no aspecto econômico e na qualidade de vida da população.

Empreendedor C: Capacitação de interessados em atuar na área, educação de crianças e elaboração de meios de motivação da população em geral para atender melhor o turista.

7. Qual é o principal do ponto negativo que pode ser identificado no setor turístico do município?

Empreendedor A: Falta de estrutura na cidade e a população não é sensível ao potencial ou não tem conhecimento da importância que o potencial turístico possui para cidade.

Empreendedor B: O descaso total, falta de incentivo, e falta de interesse político por parte das autoridades locais.

Empreendedor C: Ausência de governabilidade por parte dos políticos locais que não demonstram interesse. Deixando o turismo sobreviver apenas de ações realizadas por pequenos empreendedores sem apoio e sem incentivo.