



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL  
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO PÚBLICA**

**TURISMO EM JOÃO PESSOA PB E REGIÃO METROPOLITANA: ANÁLISE DO  
DESENVOLVIMENTO NO TURISMO LOCAL NO PERÍODO 2010-2014**

**FELIPE SOUSA DE OLIVEIRA**

João Pessoa - PB

2014

**TURISMO EM JOÃO PESSOA PB E REGIÃO METROPOLITANA:  
ANÁLISE DO DESENVOLVIMENTO NO TURISMO LOCAL NO  
PERÍODO 2010-2014**

**FELIPE SOUSA DE OLIVEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado no curso de Tecnologia  
em Gestão Pública como requisito  
para a conclusão do curso.

Orientador: Marco Antônio de  
Castilhos Acco.

João Pessoa - PB

2014

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

O48t Oliveira, Felipe Sousa de.

Turismo em João Pessoa PB e Região Metropolitana: Anlise do desenvolvimento no turismo local no período 2010-2014. / Felipe Sousa de Oliveira. – João Pessoa: UFPB, 2014.

64f. :il

Orientador(a): Prof. Marco Antônio de Castilhos Acco.  
Monografia (Graduação em Tecnologia em Gestão Pública) –  
UFPB/CCSA.

1. Turismo. 2. Turismo – João Pessoa - evolução. 3. Acco, Marco Antônio de Castilhos. I. Título.

UFPB/CCSA/BS  
CDU:338.48(813.3)(043.2)

**TURISMO EM JOÃO PESSOA PB E REGIÃO METROPOLITANA:  
ANÁLISE DO DESENVOLVIMENTO NO TURISMO LOCAL NO  
PERÍODO 2010-2014**

Monografia apresentada ao Curso Tecnologia em Gestão Pública, como pré-requisito para obtenção do grau de Graduação Tecnológica, apreciada pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

**BANCA EXAMINADORA**

Marco Antônio de Castilhos Acco  
Professor Dr<sup>o</sup> - Orientador

Maurício Sardá de Faria  
Prof. Dr<sup>o</sup> - Examinador

Vanderson Gonçalves Carneiro  
Prof. Dr<sup>o</sup> - Examinador

Aprovada em 24 de Março de 2014.

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por me fazer capaz de chegar ao fim de mais uma etapa de minha vida.

A minha querida avó Maria da Glória que não está mais presente em vida, no entanto, foi a pessoa que me passou os valores de educação, caráter e honestidade que irei levar sempre comigo. Apesar de não estar mais ao meu lado, com certeza ficaria muito feliz de me ver concluir um curso de nível superior.

A minha mãe que nos momentos bons e ruins da minha vida sempre está ao meu lado, me apoiando e motivando a procurar sempre o melhor caminho a seguir.

## **AGRADECIMENTOS**

A toda minha família que direta ou indiretamente contribuíram de alguma forma para me ajudar na minha formação.

Ao meu orientador que foi de suma importância nesta pesquisa, sempre me auxiliando e motivando para alcançar o objetivo proposto.

A todo o corpo docente do DTG que me passou todo o conhecimento adquirido no Curso de Gestão Pública.

Aos meus amigos de curso, em especial para: Thony Robson, Rubia Medeiros, Amanda Araújo, Cleiton Roberto, Welisson Santos, Paulo Dantas, José Araújo, Tiago Pereira entre outros que sempre estiveram comigo nessa caminhada.

"Se queremos progredir, não devemos repetir a história, mas fazer uma história nova."

*Mahatma Gandhi*

## RESUMO

Este trabalho objetiva analisar a possível evolução e os impactos do turismo em João Pessoa nos anos de 2010 a 2014, e em termos mais específicos identificar se houve um crescimento das atividades do setor turismo, alguns de seus pontos fortes e fracos e as ações que já vem sendo efetuadas pelas organizações do setor. A presente pesquisa também aborda temas de suma importância para a preservação e evolução do turismo na cidade de João Pessoa, como a sustentabilidade e o turismo sustentável, além das inovações tecnológicas e suas contribuições para um turismo mais dinâmico. Como também aborda programas e políticas públicas que visam o desenvolvimento do turismo em João Pessoa e na Paraíba. Dentre os diversos programas de apoio ao desenvolvimento do turismo promovido pela administração pública, foi escolhido para análise o PRODETUR/NE. Na presente pesquisa também foi feita indicações de políticas públicas que podem auxiliar no desenvolvimento de setores que eventualmente possuam potencial para o turismo.

Palavras-Chave: Turismo, João Pessoa, Desenvolvimento, Sustentabilidade.



## **ABSTRACT**

This work aims to analyze the possible evolution and impacts of tourism in João Pessoa-PB-Brazil at 2010-2014 period and, in more specific terms, it aims to identify if occurred an increase in the tourism sector activities, besides the identification of some of their weak and strength points and programs in development by the organizations of tourism sector. This research focus on important themes to preservation and evolution of tourism activity in João Pessoa city, like the sustainability and sustainable tourism and technological innovation contributions to a more dynamic tourism. It explores too some public policies and programs oriented to the development in João Pessoa and Paraíba. Among several programs to support the tourism`s development coordinated by public administration agencies, this work selected PRODETUR/NE to be analyzed. This study also formulates recommendations to public policies that can contribute to the development of sectors that might reveal potential for tourism.

Keyword: Tourism, João Pessoa, Development, Susteinability

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

**PB** – Paraíba

**PRODETUR** – Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo Regional

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**MTUR** – Ministério do Turismo

**SIMT** – Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo

**IPEA** – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

**ACT** – Atividades Características do Turismo

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Ocupação nas Atividades Características do Turismo* Brasil (Dez/2006 - Dez/2011).....	40
<b>Quadro 2</b> - Oportunidades e Ameaças do Ambiente Externo.....	51
<b>Quadro 3</b> - Forças e Fraquezas do Ambiente Interno.....	52

## LISTA DE IMAGENS

<b>Figura 1</b> - Diagrama de impactos das atividades econômicas da cadeia produtiva do turismo .....	38
<b>Figura 2</b> - Diagrama esquemático da cadeia produtiva do turismo.....	39
<b>Figura 3</b> - Praia do Cabo Branco, Paraíba.....	43
<b>Figura 4</b> - Praia de Tambaú, Paraíba.....	44
<b>Figura 5</b> - Praia de Picãozinho, Paraíba. ....	44

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Investimentos do PRODETUR – NE para João Pessoa e Região Metropolitana.....	35
<b>Tabela 2</b> - Participação relativa na ocupação nas ACT em 2011.....	41
<b>Tabela 3</b> - Variação de Desembarque de Passageiros no Aeroporto Internacional Castro Pinto. ....	47
<b>Tabela 4</b> - Comparativo do Comércio Varejista. João Pessoa/PB: 2011-2014 .....	47
<b>Tabela 5</b> - Comparativo dos Transportes e Comunicações. João Pessoa-Paraíba. 2011-2014 .....	48
<b>Tabela 6</b> - Principais Motivos das visitas a João Pessoa.....	49

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO E ANÁLISE DO CONCEITO DE TURISMO</b> .....	17
2.1 Turismo.....	17
<b>3. AGENDAS ESTRATÉGICAS PARA O TURISMO: GLOBALIZAÇÃO, INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, SUSTENTABILIDADE E PAPEL DO SETOR PÚBLICO</b> .....	21
3.1 Globalização e evolução do turismo no mundo .....	22
3.1.1 Evolução do Turismo no mundo .....	22
3.2 Inovações Tecnológicas .....	24
3.2.1 Mercado mundial de turismo e alguns impactos promovidos pela internet .....	25
3.3 Sustentabilidade .....	27
3.3.1 Ferramentas da Sustentabilidade .....	29
3.3.2 Turismo Sustentável .....	30
3.4 A Ação do setor Público: Programa de Ação Para o Desenvolvimento do Turismo Regional – PRODETUR/NE.....	32
3.4.1 PRODETUR-NE em João Pessoa.....	33
<b>4 EVOLUÇÃO DO TURISMO NO BRASIL</b> .....	36
<b>5 O TURISMO NA PARAÍBA E EM JOÃO PESSOA</b> .....	42
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	50
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	55
<b>ANEXOS</b> .....	59

## 1 INTRODUÇÃO

A indústria do turismo tem alcançado grande crescimento nas últimas décadas, integrando cada vez mais municípios, estados e países. Valendo-se do patrimônio cultural, de recursos naturais, de atrativos associados às demandas de determinados públicos (terceira idade, acessibilidade para pessoas com deficiências, por exemplo), ou ainda da segmentação/especialização em diversas modalidades de turismo (religioso, rural, de negócios, de aventura, de lazer, e de base comunitária), gerando oportunidades de emprego e renda para a localidade na qual está inserida. Contudo este setor deve estar sempre em constante adaptação com o ambiente.

O estado da Paraíba é um território com diversas potencialidades para o turismo, tal fato se deu em função da região estar enquadrada no contexto mundial por sua exuberância na fauna e na flora, além da presença forte da cultura nordestina. Além disso, há a possibilidade de oferecer um produto competitivo e diferenciado à altura dos países líderes deste segmento, estando habilitado a desenvolver e estruturar o ramo turístico de forma a se tornar uma nova alternativa como atividade econômica. A cidade de João Pessoa possui um grande potencial principalmente na presença forte de sua cultura, que atrai pessoas de vários lugares do mundo que ficam encantadas com o potencial e estilo de cultura encontrado na cidade e em toda a Paraíba.

Neste sentido, a atividade turística do referido estado ganha importante destaque para com sua economia, como meio de estímulo à economia local, dada as peculiaridades e os grandes atrativos de imenso valor turístico. Neste contexto ações estão sendo desenvolvidas para a melhoria do setor.

Diante do exposto, neste cenário de mudanças, o problema a ser analisado por esta pesquisa aborda como está sendo desenvolvido o turismo na Cidade de João Pessoa – PB.

Assim, esta pesquisa tem por objetivo identificar se houve um desenvolvimento do turismo em João Pessoa no período 2010-2014, buscando verificar se ocorreu crescimento na atividade econômica associada ao setor, assim

como, o seu posicionamento atual e as ações que já vem sendo efetuadas pelas organizações do setor.

Como objetivos específicos este trabalho busca:

- I. Constatar se houve um crescimento no turismo local entre os anos de 2010 e 2014, a ser verificado com base em informações e indicadores sobre a evolução dos empregos gerados, e fluxo de turistas;
- II. Identificar possíveis pontos fortes e fracos do turismo local;
- III. Analisar como o turismo em João Pessoa está sendo trabalhado, em especial em relação ao transporte, às inovações e alguns programas conduzidos pelo poder público estadual e municipal; assim como;
- IV. Identificar a geração de benefícios e seus principais problemas de acordo com o desenvolvimento sustentável;
- V. Com base na pesquisa realizada, especialmente no tocante aos pontos fortes e fracos, formular recomendações sobre tópicos das políticas públicas relacionadas ao turismo.
- VI. Analisar de modo comparativo os conceitos de turismo encontrados na literatura especializada.

Cabe informar que também constava dos objetivos verificar o nível da atividade do turismo em João Pessoa em relação à ocupação da rede hoteleira e das receitas de bares e restaurantes, mas, infelizmente, as pesquisas realizadas não revelaram indicadores consistentes para este tipo de análise.

A metodologia utilizada para a elaboração deste trabalho está orientada pela leitura de artigos científicos e visitas a sites especializados e pesquisa bibliográfica exploratória, analítica e descritiva baseada nas premissas teóricas de autores acerca do tema ao se tratar de um estudo qualitativo e interpretativo.

Os procedimentos técnicos utilizados foram: a análise de textos, a identificação e análise de relatórios estatísticos e séries históricas; a identificação e análise de bancos de dados; análise de documentos oficiais e recomendações através de observação.



O interesse por esta pesquisa se deu em decorrência do potencial e da perceptível contribuição para a economia e o desenvolvimento de João Pessoa e região advindo do turismo, e, como um futuro gestor público, as questões relacionadas à gestão da política pública de turismo, além de pretender contribuir com sugestões e indicações a todos que possam se interessar pelo tema. Motivado por algumas reflexões e através do convívio cotidiano por meio da atividade acadêmica, esta abordagem tornou-se um desafio a ser alcançado diante da importância do tema e da surpreendente carência de trabalhos analíticos e indicadores sobre o turismo em João Pessoa.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO E ANÁLISE DO CONCEITO DE TURISMO**

### **2.1 Turismo**

A palavra turismo é decorrente da palavra inglesa *tourims*, originária de *tourisme* (língua francesa). Etimologicamente, o significado da palavra francesa *tour*, derivada do latim “*tornare*” e do grego “*tornos*”, corresponde a um giro ou um círculo. Quando a palavra *tour* foi transposta para o inglês seu significado passou a ser especificamente “um giro”. Com a adição do sufixo “*isme*” (definido como uma ação ou processo), a palavra *tourisme* passou a representar a ação de um movimento ao redor de um círculo (THEOBALD, 1997 apud BARBOSA, 2002).

São vários os autores que têm construído diversos conceitos e categorias que permitem uma definição do turismo englobando diversos aspectos relacionados com a sua essência, desde os períodos e procedimentos que antecedem a saída do turista de sua residência, passando pelos serviços encontrados para o seu deslocamento para o destino turístico e de retorno para a sua moradia, e as facilidades encontradas no próprio destino que permitirão ao turista permanecer no local e desenvolver atividades de lazer e de recreação. O conceito do turismo é abordado por muitos estudiosos mostrando vários pontos de vista para o fenômeno social chamado turismo.

Segundo Beni (2007) a primeira definição do termo turismo foi elaborada em 1910 pelo austríaco Hermann von Schullern Schattenhofen. Em sua definição Schattenhofen afirmava que o turismo compreendia todos os processos acarretados pela presença de turistas em determinado município, país ou região. Este primeiro estudioso da questão enfatizava os processos econômicos, que segundo ele eram representados na chegada, permanência e saída do turista destas localidades.

Bormann, por sua vez, define turismo como “o conjunto de viagens que tem por objetivo o prazer ou motivos comerciais, profissionais ou outros análogos, durante os quais é temporária sua ausência da residência habitual.” (BORMANN, 1931, p. 10). Este autor adverte, contudo, que as viagens realizadas para locomover-se ao local de trabalho não se constituem em turismo, deixando por melhor definir os casos em que um cidadão viaja a trabalho ou a negócios, quando utilizará boa parte da infraestrutura utilizada pelos turistas (transporte, hospedagem, alimentação e, mesmo, recreação no seu tempo livre).

Glucksmann, outro autor que se ocupou com o tema no início do século passado, definiu o turismo como “uma ocupação de espaço por pessoas que afluem a determinada localidade, onde não possuem residência fixa” (GLUCKSMANN, 1929, p. 40). Esta definição é mais abrangente, e incorpora inclusive os casos de empresários e trabalhadores que viajam a negócios ou a trabalho.

Habdel, no final dos anos 1970, definiu o turismo como sendo “a soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região” (ABDEL, 1977, p. 23). Esta definição de turismo, como se pode perceber, é mais restrita, pois se atém exclusivamente aos estrangeiros que transitam pelos territórios, desconsiderando, assim, uma parcela não desprezível de turistas internos. No Brasil, por exemplo, a presença de turistas internos é muito elevada. Na tabela a seguir fica evidenciado que o grande potencial do turismo local é o realmente o turismo interno.

De acordo com os dados identificados nesta pesquisa, verifica-se o crescimento apenas nos desembarques internos no Aeroporto Internacional Castro Pinto em João Pessoa PB. No período 2011-2012, conforme Tabela 1 Desembarque de passageiros no Aeroporto Internacional Castro Pinto 2011-2012, encontrada

adiante, não houve nenhum registro de desembarque Internacional no Aeroporto. Mesmo levando em consideração que turistas internacionais tenham vindo de outras cidades do Brasil, fica claro que o forte do turismo na cidade de João Pessoa é mesmo o turismo interno, dado que contrasta com a abordagem de turismo efetuada por Habel.

Vicente, já no início dos anos 2000, tratou o turismo com um conceito mais abrangente, como sendo “o complexo de atividades, e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento” (VICENTE, 2002, p. 38).

Silva e Queiroz (2007) apresentam uma definição de turismo que já incorpora a necessidade de se levar em consideração componentes de políticas públicas para fortalecer o potencial do turismo. Para estes autores, turismo é compreendido (...) “enquanto uma atividade capaz de promover o crescimento econômico em cidades e regiões. Entretanto, para que uma determinada localidade possa vir a transformar-se em um destino turístico de expressão, capaz de absorver fluxos significativos de pessoas e capitais, faz-se necessário planejar o processo de desenvolvimento desta atividade, prática que envolve, dentre outros, aspectos como o trabalho de divulgação do destino, de qualificação da mão-de-obra, e de diversificação e potencialização da oferta turística local.” (Silva e Queiroz, 2007, pag. 29)

De acordo com Medina (2012) o turismo é considerado como “o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades.” (MEDINA, 2012 p. 30) Este autor ressalta em sua interpretação que o turismo é uma atividade desenvolvida por pessoas que buscam experimentar e conhecer novos ambientes, diferentes da sua habitação por um determinado período de tempo, sem intenções de adquirir da viagem rendimentos monetários, mas que durante a estada no destino desenvolvam ações de entretenimento e de distração. (MEDINA, 2012 p. 30)

Do ponto de vista deste estudo, a utilização do elemento de intenção do turista em viajar “sem adquirir rendimentos monetários” da viagem é apenas

parcialmente necessário, já que é mais realista se pensar que muitos turistas viajam também com a intenção de (ou estão abertos a) realizar prospecções sobre oportunidades de negócios. Os procedimentos de “conhecer” um determinado território para depois investir ou estabelecer intercâmbios com este território é bastante comum, e a definição mais restrita de Medina não contribui para compreendermos estes fenômenos.

A área de atuação do turismo abrange empresas com atividades de várias naturezas, como hospedagem, transportes, agenciamento, alimentação, entretenimento, eventos, etc. A principal função é de propiciar a satisfação dos desejos e necessidades dos turistas, obtendo lucro através da prestação de serviços, como qualquer atividade econômica (ANSARAH, 2001).

De acordo com Silva e Queiroz (2007) o conceito de turismo é integrado por três elementos básicos: o deslocamento, a residência e o tempo de permanência. Análises mais antigas relacionam o turismo com o deslocamento de viajantes a mais de 50 milhas do local de residência e com a permanência no local visitado por um período superior a 24 horas (SILVA e QUEIROZ, 2007).

O turismo é um setor, que tem vindo a demonstrar ser fonte de grandes rendimentos e geração de muitas riquezas, na economia dos países que têm potenciais atrativos e que possuem recursos turísticos capazes de corresponder às expectativas dos turistas (ANDRADE, 2012).

Entre a diversidade de experiências vividas através do turismo, uma das mais recorrentes é aquela em que o turista compra um pacote na agência de viagem e segue o roteiro turístico exatamente como o previsto – passo a passo. Na maioria das vezes, um roteiro turístico convencional assemelha-se à confecção de uma receita culinária. Primeiro você escolhe para onde quer ir e depois conhece todos os atrativos com um tempo determinado: 10 minutos para olhar a igreja, 15 para ver o museu, 20 para almoçar e 30 para fazer compras. Essa é uma realidade bastante comum para grande parte dos turistas.

Para Medina (2012) a oferta turística é composta, basicamente, por um conjunto de elementos denominados: atrativos turísticos, serviços turísticos, serviços públicos e infra-estrutura básica, recursos e ambiente naturais, ambiente construído, transporte, hospitalidade e recursos naturais

Beni (2007), por outro lado, nos adverte sobre os riscos das definições unilaterais de Turismo: “a conceituação do Turismo não pode ficar limitada a uma simples definição, pois que este fenômeno ocorre em distintos campos de estudo, em que é explicado conforme diferentes correntes de pensamento, e verificado em contextos vários da realidade social”. (BENI, 2007, p.42)

Mesmo levando em consideração advertência de Beni, este trabalho utilizará como principal referência o conceito de turismo construído com base, principalmente, nas contribuições de Vicente (2002) e Medina (2012) como sendo “o complexo de atividades, e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento orientadas aos turistas, nacionais e estrangeiros”. Este conceito parece ser útil para pensarmos o campo das políticas públicas de turismo, pois incorpora os diversos aspectos relacionados com todos os componentes envolvidos no turismo, desde os períodos e procedimentos que antecedem a saída do turista de sua residência, passando pelos serviços encontrados para o seu deslocamento para o destino turístico e de retorno para a sua moradia, e as facilidades encontradas no próprio destino que permitirão ao turista permanecer no local e desenvolver inúmeras atividades.

A literatura analisada aponta ainda quatro temas relevantes para a política pública de turismo: a globalização, inovações tecnológicas, o papel do setor público na formulação e implementação de programas de desenvolvimento do turismo e a agenda da sustentabilidade.

### **3. AGENDAS ESTRATEGICAS PARA O TURISMO: GLOBALIZAÇÃO, INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, SUSTENTABILIDADE E PAPEL DO SETOR PÚBLICO**

#### **3.1 Globalização e evolução do turismo no mundo**

Trigo é um autor que abordará as correlações entre Turismo e a globalização, constatando que o “turismo não é um mero agente passivo desse fenômeno, mas um ator central na construção desse novo mundo” (TRIGO apud BENI, 2004:15). O turismo contemporâneo não é apenas um resultado da globalização, mas também é incentivador desse processo, uma vez que movimenta centenas de milhões de pessoas promovendo intercâmbios culturais e econômicos em vários pontos do planeta (TRIGO, 1997). Neste sentido, cabe registrar que o turismo pode ser apontado como um dos principais fatores responsáveis pela intensificação da globalização.

Como conseqüências da globalização pode-se identificar de um lado a expansão potencial do número de turistas oriundos de diversas partes do mundo, além da diversificação dos idiomas, da maior integração entre os serviços turísticos (das Agências de viagens, empresas de transportes, rede hoteleira, serviços de lazer e cultura, dentre outros) e uma provável comparação entre os possíveis destinos turísticos. Essas conseqüências acarretam também o aumento da competitividade em termos de preço e qualidade nos serviços oferecidos aos turistas.

##### **3.1.1 Evolução do Turismo no mundo**

Conforme divulgado pela Organização Mundial do Turismo – OMT no documento Panorama do Turismo Internacional – Edição 2009, atualmente, o mercado de viagens representa 30% das exportações mundiais de serviços e 6% das exportações mundiais totais. Como categoria de exportação, o Turismo se situa em 4º lugar, depois apenas dos combustíveis, produtos químicos e automóveis. Para

muitos países, a atividade turística é uma das principais fontes de receita e imprescindível para a geração de emprego e renda. Apesar da previsão de que a receita do Turismo internacional no mundo tenha sido 6% menor em 2009, esse número ainda representa algo em torno de U\$ 900 bilhões.

O fluxo internacional de turistas vem aumentando continuamente – de 25 milhões em 1950; 277 milhões em 1980; 438 milhões em 1990; 682 milhões em 2000, tendo atingido a cifra de 920 milhões em 2008. Em 2009, a chegada de turistas internacionais reduziu-se a 880 milhões, 40 milhões a menos do que em 2008, resultado do desaquecimento da economia mundial ocasionada pela crise financeira. A OMT estima que a chegada de turistas internacionais chegue a 1,6 bilhões em 2020.

De acordo com relatório da Organização Mundial do Turismo (tourism Highlights), edição de 2013 nas últimas seis décadas o turismo viveu uma expansão continuada e uma ampla diversificação de seus destinos tornando-se uns dos setores econômicos de maior e mais rápido crescimento no mundo. Muitos novos destinos têm emergido ao lado dos tradicionais destinos favoritos da Europa e América do norte. Segundo esse relatório, a despeito de algumas interrupções ocasionais, a chegada de turistas internacionais tem apresentado um crescimento praticamente ininterrupto nessas seis décadas, passando de aproximadamente 25 milhões em 1970 para 278 milhões em 1980, 528 milhões em 1995 e 1.035 milhões em 2012.

A OMT estima que a chegada de turistas internacionais no mundo devesse crescer 3.3% por ano de 2010 a 2030 para alcançar 1.8 bi em 2030. Outros dados, entre 2010 e 2030 a chegada de turistas em países emergentes como o Brasil tem se a expectativa que irão crescer 4.4% ao ano numa média média de aumento que é o dobro do ritmo de crescimento das economias avançadas. A OMT avalia que a participação no mercado dos países emergentes no turismo aumentou de 30% em 1980, para 47% em 2012, e faz a projeção que alcançará 57% em 2030, equivalente a mais de um bilhão na chegada de turistas internacionais. É de se esperar que o Brasil, e cidades e territórios atrativos em turismo possam se beneficiar deste crescimento.

Segundo a OMT o setor responde por 9% do PIB, um em cada 11 empregos, 1,3 trilhões em exportações, o que corresponde 6% das importações mundiais.

De acordo com o relatório da OMT (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO), o Turismo é responsável pela geração de 6% a 8% do total de empregos no mundo.

### **3.2 Inovações Tecnológicas**

O desenvolvimento tecnológico e a globalização provocaram um grande abalo na cadeia de distribuição do produto turístico, obrigando muitos agentes de viagens a repensar suas estratégias de negócios e seu posicionamento no mercado (LAGO, 2005). Entretanto, é necessário tratar sobre algumas das inovações para em seguida tratá-las juntamente com o setor de turismo.

O mercado de turismo tem sido impactado diretamente pela evolução tecnológica. A Internet e o desenvolvimento de sofisticados sistemas operacionais têm possibilitado maior integração entre fornecedores e clientes, mudando significativamente os sistemas de distribuição em turismo (MAIA; PEREIRA; DI SERIO, 2001).

O setor de turismo, por lidar com um produto diretamente relacionado com o espaço, o território e as distâncias, está exposto a sofrer influências por parte dessas novas formas de interação. Segundo Molina (2003), “o conjunto de transformações que a sociedade experimentou nos últimos anos incidiu de maneira determinante na estrutura e no funcionamento do turismo”, que assumiu novas características frente a esse mundo em permanente transformação.

Antes de a Internet ser utilizada para realização de negócios na área de turismo, os Sistemas Globais de Distribuição (GDS) eram o principal meio eletrônico para distribuição e comercialização dos serviços no setor (BISSOLI, 1999 apud ROMEIRO, 2009, p.18). O GDS é um sistema usado pelas agências de viagens, possibilitando transações em tempo real e oferecendo funções como: informação



sobre horários, disponibilidade de serviços, cotação de tarifas de serviços turísticos em todo o mundo, reservas de leitos e assentos, venda e emissão de bilhetes aéreos e outros serviços ao cliente (VICENTIN, 2001).

As inovações tecnológicas trouxeram um novo jeito de ver o turismo e desenvolver o mesmo, com o advento dessa tecnologia é possível uma interação e integração entre pessoas de todo o mundo. Com isso veio às exigências cada vez maiores por serviços de qualidade para atender os turistas que acompanham esse desenvolvimento rápido e contínuo da tecnologia, que traz inúmeros benefícios como o acesso às informações e serviços que permitem a comodidade e facilidade desde a escolha por onde e quando realizar o turismo até a sua volta para casa.

### **3.2.1 Mercado mundial de turismo e alguns impactos promovidos pela internet**

O mercado mundial de turismo passou por expressivas transformações nas últimas duas décadas, em decorrência basicamente da globalização crescente dos fluxos de informações, de serviços e de turistas. Sem dúvidas, a internet é a principal força que altera substancialmente as formas de proceder do turismo em todo o mundo.

De acordo com Lago (2005) no mercado turístico atual, não há mais uma diferença clara do mercado de atuação das agências de viagem e dos fornecedores turísticos, transformando antigos parceiros em concorrentes. Assim, é cada vez maior o número de empresas turísticas que oferecem seus serviços diretamente ao consumidor através da Internet.

A internet surgiu como grande facilitador para o dinamismo no acesso e troca de informações no setor. Segundo Tomelin (2001 apud ROMEIRO, 2009, p.18), a tendência é “os grandes sistemas de distribuição se integrarem cada vez mais à internet, oferecendo ao consumidor final um acesso direto a reservas e pagamentos”. Isso já pode ser observado por meio de iniciativas que facilitam, através do GDS, o envio pelo agente de viagens de informações para o cliente final, utilizando os recursos de email e da internet. Surgem também novas possibilidades

de acesso a informações: blogs de turismo gerados e disponibilizados por turistas, especializados em turismos de aventura, turismo para idosos, turismo para mulheres viajarem sozinhas, dicas de locais remotos ou exóticos, assim como, sites para encontrar local para ficar fora da rede convencional de hotéis e pousadas. Um bom exemplo desses sites é o AirBNB, especializado em oferecer informações e possibilitar hospedagens em diversas regiões do mundo, realizadas não por hotéis, hostels ou pousadas, mas por indivíduos e famílias, que disponibilizam imóveis inteiros ou quartos para o aluguel por temporadas.

O fenômeno da desintermediação pelo uso de canais eletrônicos parece ser irreversível, conforme apontam pesquisas de comportamento do consumidor. Em 2001, 18% dos adultos canadenses disseram ter utilizado a Internet para reservar um elemento de seus planos de viagem, incluindo transporte aéreo, hotel ou aluguel de carros. Da mesma forma, 92% dos canadenses que reservaram parte de suas viagens *on-line* disseram que agora estão utilizando menos os agentes de viagens (JOHNSTON; ABDLA, 2003).

Assim, observa-se que o crescente uso de tecnologias de informação indica que as agências precisam fazer pesados investimentos em tecnologia e qualificação de seus funcionários (MARIN, 2003).

Segundo Silva (2012), a Internet em particular permitiu:

- O surgimento de novos intermediários virtuais que oferecem serviços de busca e de *booking on-line*;
- A desintermediação por parte dos fornecedores primários que passam a prover acesso direto a seus sistemas de reserva e até oferecer portais multi-fornecedores com o objetivo de fortalecer esta desintermediação;
- A ampliação da oferta de serviços turísticos por parte dos destinos (cidades, complexos turísticos etc.), baseada nos fornecedores primários locais aspecto que é de fundamental importância para o turismo em João Pessoa;
- A oferta de serviços *on-line* por agências tradicionais;
- Ferramentas de busca baseadas em preço como o Priceline.com;

- A reação dos GDS por intermédio da busca do contato direto com o consumidor através de *websites* próprios, como o Travelocity.com, o Trip.com etc. (SILVA, 2012).

Para Oliveira (2012) além das vendas diretas, a Internet também proporciona maior acesso às informações necessárias para o planejamento e organização de viagens. "Para o cliente, o turismo, até o momento de vivenciá-lo, é somente o conjunto de informações que lhe é disponibilizado" (OLIVEIRA, 2012, p.18). Como a informação é considerada a principal mercadoria dos agentes de viagens, esses se tornam vulneráveis neste ambiente.

O que se verifica é uma crescente tendência de desintermediação, onde o intermediário ou desaparece ou arruma novos serviços para oferecer ao cliente, pois a redução de custos com comissões foi repassada ao cliente como consequência deste fato.

Para Romeiro (2009, p.19) o setor de viagens experimentou um grande sucesso inicial de vendas via Internet". Isso implica em mudanças estruturais no setor, como desintermediação e reintermediação, que serão explicadas posteriormente. "As consequências da desintermediação serão maiores conforme crescer o uso da Internet" (ROMEIRO, 2009, p.19).

### **3.3 Sustentabilidade**

Segundo Schenini (2000), o conceito de Desenvolvimento Sustentável se considera como sinônimo de eco desenvolvimento e desenvolvimento sustentado firma-se em três pilares básicos: o crescimento econômico, a equidade social e o equilíbrio ecológico, todos sob o mesmo espírito holístico de harmonia e responsabilidade comum.

Para Bellen (2004) a base do conceito de sustentabilidade é a utilização dos serviços da natureza dentro do princípio da manutenção do capital natural, isto é, o aproveitamento dos recursos naturais dentro da capacidade de carga do sistema.

Segundo Claro, Claro e Amâncio (2008) o desenvolvimento sustentável deve satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras.

A sustentabilidade exige que se passe da gestão dos recursos para a gestão da própria humanidade. Se o objetivo é viver de uma maneira sustentável, deve-se assegurar que os produtos e processos da natureza sejam utilizados numa velocidade que permita sua regeneração. Apesar das tendências de destruição do sistema de suporte, a sociedade opera como se este sistema fosse apenas uma parte da economia (BELLEN, 2004).

Leal (2007) afirma que a discussão mundial a respeito das questões ambientais é relativamente recente, menos de cinco décadas, o que representa muito pouco tempo de reflexão e entendimento completo dos problemas ambientais globais e um período mais curto ainda para a verificação da eficácia de ações voltadas para a mitigação dos impactos socioambientais.

Foi a partir do final dos anos 80 que a atenção do departamento ambiental passou a ser voltada às possibilidades de desenvolvimento em torno das questões ambientais (COSTA et al, 2003). Surgindo, desde então, a busca de oportunidades estratégicas e a elaboração de políticas ambientais proativas centradas nas atividades do departamento. O responsável e a equipe ambiental se inserem na estrutura decisória e influenciam progressivamente as escolhas estratégicas e de desenvolvimento tecnológico da firma.

Sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável popularizou-se mundialmente a partir de 1987, quando foi utilizado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas em seu relatório "Nosso Futuro Comum", também conhecido como Relatório Brundtland (CLARO, CLARO e AMÂNCIO, 2008).

Para Bahry e Folfo (2005), nos últimos anos, a noção de desenvolvimento sustentado tem servido para agrupar diferentes interesses e múltiplas recomposições; assim, uma mesma denominação abriga diferentes conceitos e práticas. No entanto, todas as definições carregam a noção de que o desenvolvimento sustentável é composto de três dimensões: econômica, social e ambiental ou ecológica. Uma exceção a essa caracterização das três dimensões é a

interpretação de Ignacy Sachs (1991) que identifica as cinco dimensões da sustentabilidade, portanto, além das três mencionadas esse autor inclui a dimensão da sustentabilidade espacial e também a cultural.

De acordo com Schenini (2000) para alcançar esse nível de desenvolvimento, as tendências nas empresas têm sido a ênfase na utilização de tecnologias limpas, administração de resíduos, relações institucionais, cultura organizacional, gestão ambiental e ISO-14.000.

Para Sanches (2000, p.77) a partir de um programa de conservação ambiental foi que se passou a incentivar a reciclagem, buscar matérias-primas e processos produtivos menos impactantes, passando a racionalizar o uso dos recursos naturais renováveis e não renováveis. Dessa forma, a implantação de técnicas de reciclagem poderá possibilitar o desenvolvimento de processos produtivos mais limpos, bem como de produtos menos nocivos ao meio ambiente.

### **3.3.1 Ferramentas da Sustentabilidade**

De acordo com Leal (2007) uma empresa que se organiza de modo a se tornar sustentável deve alterar suas formas gerenciais de modo a mitigar progressivamente os impactos ambientais de suas atividades, assim como promover a redução do consumo de matéria-prima, de água, de energia e de recursos naturais ao longo do ciclo de vida de seus produtos e/ou serviços.

Na construção de sua sustentabilidade, a empresa deve estabelecer uma visão de planejamento e de operação, em todas as suas ações, que contemple o curto, o médio e o longo prazo. Para tal, são fatores vitais para a empresa, a adoção de ferramentas como a eco-eficiência, que garanta à empresa uma produção maior e melhor, com menos matéria-prima e recursos naturais; e uma atuação socialmente responsável, visto que toda empresa está inserida num ambiente social no qual influencia e do qual recebe influência (LEAL, 2007).

Segundo Claro, Claro e Amâncio (2008) a mudança no conceito de sustentabilidade influencia diretamente o comportamento das empresas, pois, em todo o mundo, elas estão se deparando com problemas não somente econômicos, mas também sociais e ambientais. Como resultado da ampliação desse contexto empresarial, tem ocorrido uma proliferação de novas pressões por parte da sociedade, por meio de movimentos sociais reivindicatórios, pela atuação de grupos organizados ou de indivíduos, que resultam em novas leis. Essas mudanças afetam de forma intensa o ambiente social e político em que a empresa atua, criando novas diretrizes e limitações para que ela possa operar de forma eficaz.

Segundo Schenini (2000) as mudanças na base de valores da organização são o resultado de uma nova forma de pensar, com novas percepções e atitudes e que vincula seu sucesso ao nível do conhecimento ecológico presente na cultura organizacional.

### **3.3.2 Turismo Sustentável**

Segundo Endres, Oliveira e Menezes (2007), o turismo sustentável é uma área emergente do turismo que tem se destacado tanto no âmbito da oferta através de investimentos por parte dos governos, como no âmbito da demanda, por parte dos turistas, refletindo desse modo, o interesse das sociedades por questões ambientais, em diferentes níveis.

Segundo Herculano (1992 apud BATISTA, 2008, p.61), no início da década de 1980, a ONU retomou o debate das questões ambientais. Indicada pela entidade, a primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, chefiou a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, para estudar o assunto. O documento final desses estudos chamou-se Nosso Futuro Comum ou Relatório *Brundtland*. Apresentado em 1987, propôs o desenvolvimento sustentável, que é “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas necessidades” (BATISTA, 2008, p.61).

O desenvolvimento sustentado, segundo a EMBRATUR (1998), é aquele que responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de ter condições de responder às suas necessidades.

O interesse pelo turismo sustentável coincide com a preocupação mundial em favor da preservação do ambiente, sem, no entanto prescindir do atendimento à equação de equilíbrio entre a rentabilidade, a satisfação das necessidades do turista, enquanto consumidor, e da própria conservação do meio ambiente (MACHADO, MACHADO e Holanda, 2007).

Assim, para Batista (2008) os gestores que direta ou indiretamente lidam com um destino turístico devem ter em mente que a sustentabilidade, no seu sentido mais amplo, é um modelo de desenvolvimento perfeito que, mesmo sendo difícil de ser alcançado, deve ser incluído como estratégia a ser perseguida dentro do destino que deseja se desenvolver através, visto que na maioria das vezes, demanda um público de bom nível de escolaridade e de conscientização pertinente às questões de sustentabilidade.

Para Arruda (2010) com o fortalecimento da atividade turística nos últimos anos, principalmente nos mundo desenvolvido, os países de economia emergente e demais países subdesenvolvidos estão investindo no turismo como alternativa aos baixos preços alcançados pelos produtos primários e a falta de competitividade dos produtos industrializados no mercado internacional.

Para Endres, Oliveira e Menezes (2007) o desenvolvimento sustentável de um destino turístico passa pelo processo de identificação da situação atual assim como identificação e clarificação dos produtos, planos e investimentos para realização das ações sob a égide de um plano estratégico.

Como se pode perceber, de acordo com os autores acima, o conceito de turismo sustentável é extremamente importante para o modelo de turismo em João Pessoa, por ter muitos de seus pontos fortes vinculados ao turismo de natureza. Deste modo, a incorporação dos princípios do turismo sustentável deveria ser um dos principais focos de atenção por parte da administração pública tendo em vista o grau de importância da questão para o turismo da cidade.

### **3.4 A Ação do setor Público: Programa de Ação Para o Desenvolvimento do Turismo Regional – PRODETUR/NE**

Dentre os diversos programas de apoio ao desenvolvimento do turismo promovido pelos governos Federal e Estadual, destacamos para análise o PRODETUR/NE.

De acordo com Batista (2008), o programa é resultado de uma parceria entre o governo Federal, os Governadores dos Estados do Nordeste, a Superintendência para o Desenvolvimento do Nordeste/SUDENE, o Banco do Nordeste do Brasil/BNB, a Comissão de Turismo Integrado do Nordeste/CTI/NE, Municípios e Organismos Internacionais e de Iniciativa Privada.

Sua concepção volta-se para o fortalecimento do turismo receptivo internacional, através de projetos de grande envergadura (tendo-se como modelo o exemplo mexicano) e financiados por capitais transnacionais. O Programa foi criado, então, em 29 de novembro de 1991 pela Portaria Conjunta 001, por iniciativa da SUDENE e apoio da EMBRATUR (Gomes, 1998). Gerado no governo Fernando Collor de Melo, começou a ser implantado no governo Itamar Franco, recebendo uma maior atenção apenas no governo de Fernando Henrique Cardoso, dado o interesse do presidente e dos demais governadores na sua implementação (COSTA, 2010).

O PRODETUR-NE propõe intervenções em diversas áreas como: infraestrutura aeroportuária, rodoviária e hidroviária, energia, telecomunicações, saneamento básico, recuperação do patrimônio histórico, marketing, equipamentos e serviços, estudos e projetos e desenvolvimento de recursos humanos (CABRAL, 2005).

O principal objetivo do programa é fortalecer o turismo no Nordeste, de modo a consolidar a região como importante pólo turístico nacional e internacional, bem como aumentar o turismo receptivo e a permanência do turista na região, induzir novos investimentos na infraestrutura, gerar emprego e renda promovendo, assim, a melhoria da qualidade de vida da população residente nas áreas de sua atuação, entre outros.



Observa-se que o programa se dividiu em duas etapas, onde a primeira ocorreu no período de 1996/1999. Os investimentos nesta primeira etapa foram de aproximadamente US\$ 670 milhões, sendo que 34 % destes investimentos foram em aeroportos, 12 % em transportes, 24 % em saneamento básico, 5 % em recuperação do patrimônio histórico, 4 % em estruturação, capacitação, modernização, 3 % em preservação e proteção ambiental e 18 % dedicados a outros, dos quais não foi especificado. No total, o PRODETUR/NE I financiou cerca de 380 projetos. No exercício de 2003 ocorreram desembolsos da ordem de US\$ 8,001 mil. Em agosto/2003, o BNB negociou com o BID a prorrogação do prazo para desembolso dos recursos para até 12.12.2004 (MELO et al, 2006).

Na segunda etapa é possível observar que o programa veio a consolidar, completar e complementar as ações anteriormente implementadas, buscando tornar o turismo sustentável nos Polos onde houve investimentos do PRODETUR/NE I. Para consecução desse objetivo, foram introduzidos novos conceitos e mecanismos ao PRODETUR/NE II, tais como: Polos de turismo; Processo de planejamento setorial integrado e participativo; Fortalecimento da capacidade municipal de planejamento e de gerenciamento ambiental, administrativo e fiscal. Nessa nova etapa uma maior atenção foi dada ao meio ambiente, já que o programa também disponibilizará uma maior parte dos recursos para a conservação das áreas naturais (CABRAL, 2005).

### **3.4.1 PRODETUR-NE em João Pessoa**

O turismo está se expandindo a cada dia, já sendo propagado como a indústria mais rentável do próximo século. Isso tem promovido a necessidade de melhorias na rede hoteleira, como forma de acompanhar esse novo nicho de mercado (MAIOR, 2000).

Para Delgado (2012) a adoção de políticas turísticas voltadas para implantação de grandes projetos turísticos pelos Governos Estaduais na região Nordeste, cristaliza-se nos Mega projetos Turísticos (Cruz,1995) que se proliferam

em seu litoral. No caso específico de João Pessoa, destaca-se o Projeto Turístico Costa do Sol, no litoral sul da Cidade. A partir de 1989 iniciam-se as obras para implantação do acesso ao Projeto Costa do Sol, ligando o litoral sul à orla marítima urbanizada. A construção da Via Litorânea que liga o litoral norte à orla, une-se ao acesso sul na Ponta do Cabo Branco, formando junto com o Costa do Sol, um verdadeiro complexo turístico de grande porte.

As políticas regionais de turismo para o Nordeste constituem dois processos distintos e ao mesmo tempo complementares, de apropriação e produção de espaços pelo turismo e para o turismo.

Cruz (2000 apud LEANDRO, 2006, p.38), duas políticas voltadas para o turismo se destacam na região Nordeste: os megaprojetos turísticos e o PRODETUR. Os megaprojetos se espelham no modelo de urbanização turística de Cancún e na “indústria turística”. O PRODETUR direciona a infraestrutura urbana para o turismo em localidades relevantes para o desenvolvimento dessa atividade.

O PRODETUR-NE é uma política de turismo, que ‘faz às vezes’ de uma política urbana ao limitar a implantação de infra-estrutura urbana em locais considerados relevantes pelos estados nordestinos envolvidos para o desenvolvimento do turismo regional (CRUZ, 2000, apud SILVA, 2006, p.49).

De acordo com Cabral (2005), João Pessoa, considerado município turístico pelo programa, foi contemplado com o Pólo Costa das Piscinas, área restrita apenas ao litoral do Estado. O Pólo Costa das Piscinas contempla 12 municípios que se estende por uma área de 2.503 km<sup>2</sup>, abrangendo praias que vão desde as mais desertas até as urbanas.

O início dos entendimentos entre o governo da Paraíba e o Banco do Nordeste com vistas a sua habilitação no PRODETUR NE-I/PB, ocorreu em 1994, com a apresentação do documento “Estratégia para Desenvolvimento da Atividade Turística no Estado da Paraíba” (SILVA, 2006).

O PRODETUR/NE II trouxe como principais benefícios novas intervenções no Centro Histórico da capital, dessa vez com obras concentradas no Porto do Capim. A conclusão da implantação do Jardim Botânico na capital, além da

construção de um Centro de Convenções e a urbanização do Vale do Rio Jaguaribe, no trecho que vai da Avenida Dom Pedro II até a Avenida Rui Carneiro são outras obras financiadas pela segunda fase do programa. O principal investimento alavancado é o Complexo Turístico Cabo Branco, integrado por 19 hotéis com 3.150 unidades habitacionais e diversos outros equipamentos turísticos. Como também a realização de oficinas de trabalho com os pescadores do Mercado de Peixes de Tambaú e com os proprietários de barracas localizadas na orla marítima da Capital. Também fazem parte do programa melhorias no aeroporto internacional Castro Pinto, incluindo alongamento e reforço da pista de pouso (CABRAL, 2005).

Durante as negociações, foi acordado que o PRODETUR-NE I / PB iria considerar apenas o eixo litorâneo, definindo dois “Assentamentos Turísticos”: O Complexo Cabo Branco e o Centro de Animação de Tauá (Conde). Os atrativos naturais e culturais escolhidos para ações do Prodetur NE I / PB, visando ao desenvolvimento do turismo, foram: sol, mar, sítio histórico e ecologia (SILVA, 2006).

Observa-se que os principais investimentos do programa, conforme a tabela abaixo, foram:

**Tabela 1 - Investimentos do PRODETUR – NE para João Pessoa e Região Metropolitana**

Obras de saneamento de diversas praias	42,7%
Rodovia de acesso às praias	28,8%
Resíduos sólidos e recuperação ambiental	12,5%
Patrimônio histórico	3,9%
Demais ações e encargos	12,0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** adaptado de Silva (2006)

De acordo com Santos Filho (2011) a única intervenção proposta pelo PRODETUR-NE I, no que se refere à acessibilidade foi a construção da Rodovia PB-008 Sul, cujo benefício mais significativo foi viabilizar a ligação viária Cabo Branco,

Jacumã, Acaú, possibilitando o acesso às seguintes praias do litoral sul: Ponta do Seixas, Penha, Jacarapé, Barra de Gramame, Jacumã, Carapibus, Coqueirinho, Tambaba, Praia Bela, Pitimbú e Acaú.

A tabela I acima possibilita pelo menos duas grandes principais conclusões. Em primeiro lugar o fator que mais de 50% dos recursos do Prodetur foram destinados para a agenda da sustentabilidade, em projetos de saneamento e recuperação ambiental e tratamento de resíduos sólidos. Em segundo houve pouca destinação na preservação do patrimônio histórico e cultural deixando portanto outra dimensão importante do turismo em João Pessoa com poucos recursos investidos.

#### **4 EVOLUÇÃO DO TURISMO NO BRASIL**

O mercado de turismo tem sido impactado diretamente pela evolução tecnológica. A Internet e o desenvolvimento de sofisticados sistemas operacionais têm possibilitado maior integração entre fornecedores e clientes, mudando significativamente os sistemas de distribuição em turismo (MAIA; PEREIRA; DI SERIO, 2001).

O setor de turismo, por lidar com um produto diretamente relacionado com o espaço, o território e as distâncias, está exposto a sofrer influências por parte dessas novas formas de interação. Segundo Molina (2003), “o conjunto de transformações que a sociedade experimentou nos últimos anos incidiu de maneira determinante na estrutura e no funcionamento do turismo”, que assumiu novas características frente a esse mundo em permanente transformação.

O Brasil sempre apresentou um forte potencial turístico oriundo de sua grande diversidade natural e cultural, ainda em parte bastante inexplorado. Entretanto, as primeiras operadoras de turismo e agências de viagens surgiram somente na década de 40, com a profissionalização da atividade se iniciando a partir dos anos 50, em decorrência do desenvolvimento de linhas aéreas regulares no Brasil e da expansão da atividade turística como um todo a partir de fatores como a

elevação da renda da população, da massificação dos automóveis, da expansão internacional de grandes multinacionais. (GAZETA MERCANTIL, 2000).

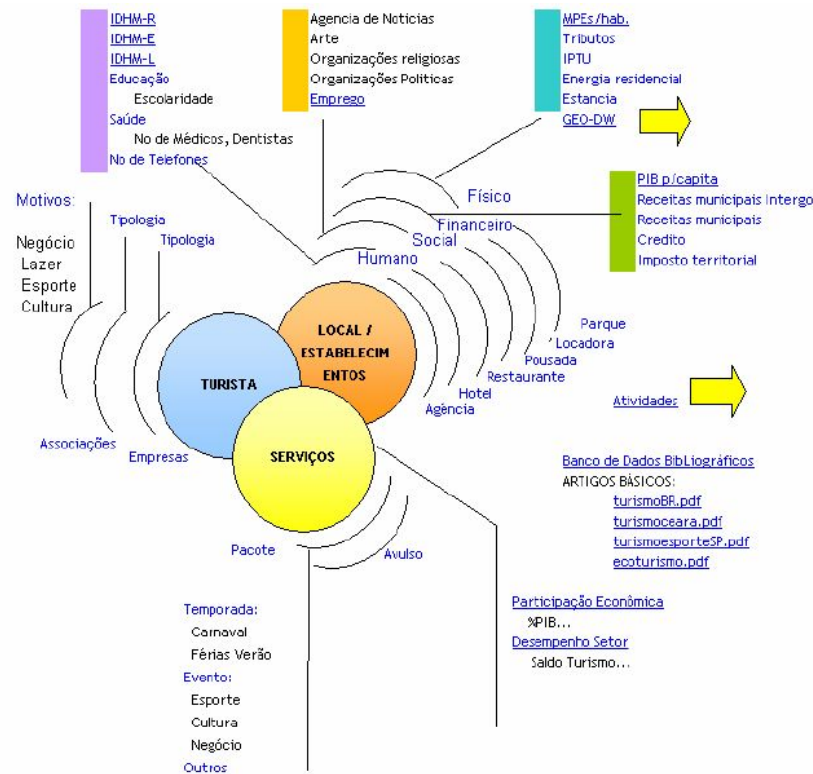
Nessa mesma época, surgem as primeiras entidades associativas do setor, como o Sindicato das Empresas de Turismo (SINDETUR), em São Paulo no ano de 1951, e a Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), no Rio de Janeiro no ano de 1953.

A economia na Cadeia Produtiva do Turismo tem como peculiaridade a geração de postos de trabalho em áreas com desemprego estrutural nos grandes e médios centros e, na zona rural. Todavia, tendo em vista as constantes transformações do sistema produtivo mundial, não basta crescer a indústria do turismo, é necessário crescer em bases sólidas, que possibilitem interconectar-se à economia mundial incrementando a economia da região e reduzindo as disparidades regionais. Deste modo, verifica-se que, de acordo com Melo et al (2006, p.2) “Há um consenso entre os estudiosos do chamado fenômeno turismo: a sua continuidade e seu crescimento, apesar de possíveis crises nacionais ou internacionais”.

Segundo Costa (2010) a cadeia produtiva de turismo tem como principais impactos econômicos e benefícios:

- Humano: Educação, Saúde, Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) e Infraestrutura;
- Social: Empregos, Organizações Sociais, Políticas e Religiosas;
- Financeiro: Tributos, Imposto Territorial, Créditos;
- Físico: Empresas, Impostos, Consumo de Energia.

**Figura 1 - Diagrama de impactos das atividades econômicas da cadeia produtiva do Turismo**

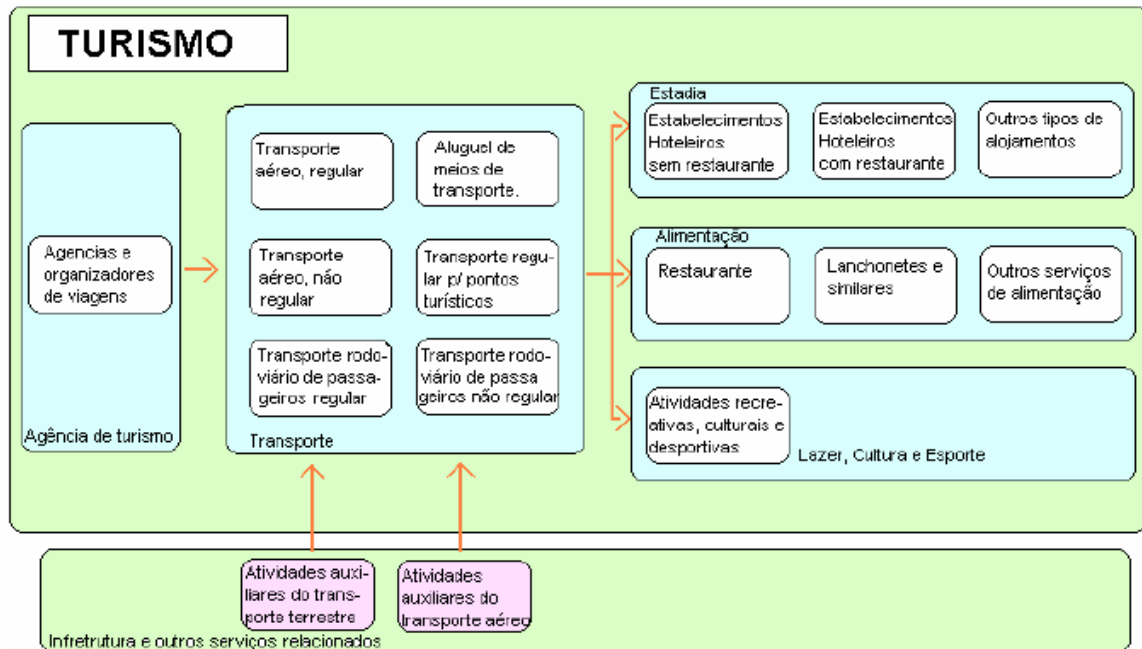


Fonte: adaptado de Costa (2010)

De acordo é possível verificar, tais tópicos demonstrados na figura acima, trazem por influencia:

- Aumento do Setor de Estadia (Hotéis, Pousadas e Alojamentos)
- Crescimento do setor de alimentação (restaurantes, Lanchonetes e outros Serviços de Alimentação)
- Modernização do sistema de transporte coletivo aéreo e rodoviário e atividades auxiliares.
- Demanda por produtos artesanais e entretenimentos
- Aumento do emprego de mão de obra local com aumento do PIB p/capita e crescimento da renda familiar local;
- Melhoria da autoestima e identidade da micro região;
- Melhoria do nível social da comunidade e profissionalização da mão de obra.

**Figura 2 - Diagrama esquemático da cadeia produtiva do turismo.**



Fonte: adaptado de Melo et al (2006)

Segundo Carlos (2001 apud SILVA, 2006), o processo de reprodução espacial nas cidades médias e nas grandes metrópoles é influenciado hoje pelo desenvolvimento de novas atividades produtivas, destacando-se o turismo e o lazer. Essas atividades se articulam à tendência de transformação do espaço em mercadoria, trazendo profundas mudanças, redefinindo singularidades espaciais e reorientando o uso mediante novos modos de acesso.

Para Silva (2006) o turismo não é apenas um fenômeno econômico, uma vez que também provoca impactos sociais, políticos, culturais, e ambientais na população residente, nos núcleos receptores, onde é produzido o espaço turístico.

De acordo com metodologia da OMT e os dados da RAIS, o mercado formal de trabalho nas Atividades Características do Turismo – ACTs, no Brasil, passou de 1,71 milhões de pessoas empregadas, em 2002, para 2,27 milhões de pessoas empregadas em 2008, o que representa um crescimento da ordem de 32,70% em seis anos. No ano de 2008, este número correspondeu a 5,76 % do total de empregos formais acumulados no País, bastante próximo à média mundial identificada pela OMT (6 a 8% dos empregos).

Outro estudo importante foi produzido pelo IPEA (IPEA 2013), que em parceria com o Ministério do Turismo - Mtur, estruturou o Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo - SIMT, que visa a oferecer informações sobre a ocupação nas Atividades Características do Turismo – ACT.

De acordo com a metodologia IPEA, em acordo com as orientações da WTO, as chamadas Atividades Características do Turismo – ACT são um conjunto de atividades que contemplam a maior parte dos gastos dos turistas, englobando sete grupos de atividades: Alojamento, Transporte, Alimentação, Agências de Viagem, Auxiliar de Transporte, Aluguel de Transporte e Cultura e lazer.

De acordo com o mencionado estudo IPEA, as ACT empregavam no Brasil, em dezembro de 2011, 2,078 milhões de pessoas; 946,8 mil, ou seja, 46%, eram empregos formais e 1,131 milhão, ocupações informais, equivalentes a 54% do total. A tabela 1 apresenta a ocupação nas ACT, nos segmentos formal e informal, e o número total dessa ocupação.

**Quadro 1 - Ocupação nas Atividades Características do Turismo\* Brasil - Dez/2006-Dez/2011**

Dez/Ano	Alojamento	Alimentação	Transporte Terrestre	Transporte Aquaviário	Transporte aéreo	Aluguel de Transporte	Agências de Viagem	Cultura e lazer	Todas ACTs
12/2006	258.974	844.762	425.134	11.680	34.788	21.572	87.416	51.587	1.735.913
12/2007	264.551	917.420	410.202	9.430	45.728	27.311	82.408	44.023	1.801.073
12/2008	268.670	996.089	390.343	7.829	50.017	31.678	90.093	38.559	1.873.278
12/2009	275.922	1.044.439	371.297	5.971	52.464	39.689	86.508	32.327	1.908.617
12/2010	288.919	1.086.404	384.426	6.587	58.293	40.616	96.025	34.160	1.995.430
12/2011	300.251	1.128.296	402.697	6.998	61.871	37.169	104.417	35.814	2.077.513

Fonte: Ministério do Turismo



Em relação à participação relativa das regiões na ocupação nas ACT, a tabela abaixo mostra que, em dezembro de 2011, a região Sudeste respondia por 51% das ocupações no setor turismo, seguida pelo Nordeste, com 23% das ocupações, Sul com 12%, e, no mesmo patamar, as regiões Norte e Centro- Oeste, com 7%.

**Tabela 2 - Participação relativa na ocupação nas ACT em 2011**

REGIÃO	Participação relativa na ocupação nas ACT
Sudeste	51%
Nordeste	23%
Sul	12%
Norte	7%
Centro-Oeste	7%
Total	100%

Fonte: IPEA, 2013.

Outra constatação importante do mencionado estudo é que a região Sudeste participa com 59% dos empregos formais das ACT, enquanto que o Nordeste conta com apenas 16% deste tipo de emprego. Já em relação ao total de ocupações informais, 45% dessas ocupações estão no Sudeste e 28% no Nordeste, mostrando a relevância das ocupações informais para o Nordeste. (IPEA, 2013, p.17).

Analisando as informações apresentadas pelo IPEA para os empregos nas Atividades Características do Turismo na região Nordeste, constata-se que esta região contava com 444.537 ocupações em dezembro de 2006, crescendo para 468.523 em dezembro de 2011, representando um crescimento de aproximadamente 5,4% no período. Outra informação importante apresentada por este estudo é que o emprego formal nas ACT no Nordeste aumentou no período considerado, passando de 124.995 em 2006 para 151.631 em 2011 (variação de 21,3%), com um pequeno declínio da ocupação informal, que passa 319.542 em 2006 para 316.892 em 2011 (variação de menos de 1%).

## 5 O TURISMO NA PARAÍBA E EM JOÃO PESSOA

O estado da Paraíba tem seu turismo baseado praticamente no binômio: beleza natural e cultura. Divulga-se principalmente a beleza do seu mar, suas falésias, corais, areias, além da gastronomia, de traços da cultura e da sua gente, como a receptividade, o jeito local de falar e a sua tranquilidade. Isto praticamente restringe a divulgação do estado à faixa litorânea com grande ênfase na cidade de João Pessoa e cidades circunvizinhas. Além do mais, limita praticamente o turismo apenas a algumas épocas do ano, tendo em vista que em período de chuva, o estado depara-se com um fluxo turístico que não é tão grande, diminui drasticamente.

A atividade turística caracteriza-se como uma atividade socioeconômica e cultural que possui no elemento humano um elemento indispensável. Não bastasse o fluxo turístico ser composto por pessoas e o staff receptivo (pensando aqui nos responsáveis pelo planejamento e operacionalização dos produtos e serviços turísticos) ter a mesma composição, não se pode esquecer o fato de que o turismo trabalha com desejos, necessidades, motivações e expectativas do indivíduo turista.

A inclusão de produtos como peixes, moluscos, crustáceos e frutas leva a perceber que o turismo gastronômico pode vir a ser mais uma opção não só para o desenvolvimento do estado, mas para permitir que regiões que até então tem contribuído pouco possam adquirir um maior destaque e usufruam os benefícios que a atividade turística possa trazer. Então é chegada a hora de reconhecer esta potencialidade, que aliada a outras tradições gastronômicas como a carne de sol com macaxeira, possa ser trabalhada e inserida no cenário turístico como mais uma opção de exploração do turismo no estado – o turismo gastronômico.

O litoral paraibano possui 138 quilômetros de extensão, com 55 praias, e se estende desde a divisa com o estado do Rio Grande do Norte até a divisa com Pernambuco.

No litoral norte, as praias não são apenas de aspecto primitivo ou localizadas em área urbana, como também abrigam parte do patrimônio histórico estadual, como a Fortaleza de Santa Catarina em Cabedelo, uma das cidades mais portuárias do país. Ainda em Cabedelo, destacam-se as praias do Jacaré, que

dispõe de um belo pôr do sol ao som do Bolero de Ravel, estilo musical tocado nos estabelecimentos de bares locais, de Intermares, de Camboinha e de Poço, onde, nas duas últimas, está situada a ilha de Areia Vermelha. Em Baía da Traição, encontra-se preservada até os dias atuais uma reserva indígena dos índios potiguara.

O litoral sul possui as praias mais bonitas do Brasil, entre as quais as do Amor, de Carapibus, de Graú, de Jacumã, de Pitimbu e de Tabatinga. Mas a famosa de todas elas é a do Tambaba, cercada por falésias e matas densas, localizada na Barra de Garaú, município de Conde, a 25 quilômetros de João Pessoa, primeira praia de naturismo da Região Nordeste e a segunda do Brasil, atraindo milhares de visitantes anualmente. Outras praias importantes da região litorânea sul são as de Barra de Gramame, Cabo Branco, Coqueirinho, Tambaú, nesta última está localizado o Picãozinho, uma formação de corais de recifes, todas localizadas na área urbana de João Pessoa.

**Figura 3 - Praia do Cabo Branco, Paraíba.**



FONTE: Internet

**Figura 4 - Praia de Tambaú, Paraíba.**



FONTE: Internet

**Figura 5 - Praia de Picãozinho, Paraíba.**



FONTE: 23º CONEEQ

Outro território importantíssimo para o turismo local é o Patrimônio Histórico, formado por igrejas, casarões, teatro e que representam a imagem da cultura no município de João Pessoa. Embora o turismo neste setor não seja muito trabalhado e investido, representa a história da cidade, onde ela começou a se desenvolver. Dados analisados por Endres e colegas (2007) mostram que a divulgação e o desenvolvimento do Turismo neste centro histórico é bastante frágil devido ao pouco investimento e políticas públicas que visem a valorização e crescimento do turismo cultural no centro, como também por parte das empresas privadas ligados ao Turismo, no sentido de estimular e divulgar. Em visita ao local, percebe-se que não tem equipamentos e estrutura necessária para receber turistas ou grupos de visita, deste modo o lugar surpreende apenas pela nova paisagem que a restauração trouxe. Como afirma Rodrigues (1997, p. 72), “a paisagem é um notável recurso turístico, desvelando alguns objetos e camuflando outros, por meio da posição do observador, quando pretende encantar e seduzir”.

O trabalho de Endres, Valéria; et al, revela também que o principal meio de informação que os turistas que visitam João Pessoa recebem sobre o centro histórico ocorre via Parentes e Amigos (52%), por Agências de Viagens (17,9%), seguidos por Revistas e Internet, ambos com 9,8% das informações obtidas pelos turistas. Considerando a importância crescente da internet para o acesso a informações pelos turistas, esse dado da pesquisa de Endres, e colegas revela que há muito a ser melhorado nos serviços de informação nas páginas de internet. O mesmo estudo revela que os hotéis praticamente não informam aos seus turistas sobre a existência do centro histórico. Essas duas falhas revelam mais um espaço de atuação para a política pública, que deveriam atuar junto aos atendentes e profissionais de hotéis e restaurantes e nas páginas de internet para qualificar as informações oferecidas aos turistas de João Pessoa.

Junte-se a isso as informações apontadas anteriormente sobre o Prodetur que revelaram um baixo investimento na recuperação do patrimônio histórico e temos um contexto em que o centro histórico apresenta enorme potencial, mas é pouco incorporado às políticas e práticas de turismo em João Pessoa.

A inserção do centro histórico de João Pessoa como um pólo dinâmico de turismo poderia seguramente ser feito com base em praticas e metodologias do turismo de base comunitária.

Conforme discutido por Brito e Melo (2008), o turismo de base comunitária consiste em uma serie de metodologia e práticas que incluem a população de um modo mais intenso a população local, mesmo a de baixa renda, seja conscientizando-a para importância da presença do turismo e de turistas no território, seja incorporando essa população em atividades que promovam a geração de emprego, renda e desenvolvimento de pequenos negocio, individuais ou solidários. São exemplos dessas possíveis atividades, a produção de alimentos tradicionais e típicos, o desenvolvimento de serviços como guias, transporte alternativo, abertura de negócios como bares, restaurantes, pousadas, desenvolvimento de atividades artísticas e culturais, desenvolvimento de oficinas para os turistas conhecerem, aprenderem e vivenciarem praticas culturais locais, dentre outros.

Analisando os dados disponíveis sobre turismo em João Pessoa, verifica-se que o desembarque de passageiros no Aeroporto Internacional Castro Pinto no período 2011-2012 apresentou um crescimento na ordem de 11% no número de desembarques de vôos internos regulares, que passaram de 558.282 em 2011 para 620.636, em 2012. Como se verifica na tabela abaixo, também o número de passageiros que chegara em vôos não regulares aumentou, passando de 1.316 para 1.708 passageiros (crescimento de 29,79%).

**Tabela 3 - Variação de Desembarque de Passageiros no Aeroporto Internacional Castro Pinto.**

Tabela - Desembarque de Passageiros no Aeroporto Internacional Castro Pinto 2011- 2012 – Vôos internos

2011		2011			
Regulares		Não regulares		Total	
556.966		1.316		558.282	
2012		2012			
Regulares		Não regulares		Total	
618.928		1.708		620.636	
		Variação % 2011/2012			
Regulares		Não regulares		Total	
11,12		29,79		11,17	

Fonte: Ministério do Turismo.

**Tabela 4 - Comparativo do Comércio Varejista. João Pessoa/PB: 2011-2014**

Movimentação Agregada	João Pessoa	PB	Equivalência (%)
Admissões	55.733	121.437	45,89
Desligamentos	51.955	109.513	47,44
Nº Emp. Formais - 1º Jan/2014	32.569	80.422	40,5
Total de Estabelecimentos	8.843	36.839	24
Variação Absoluta	3.778	11.924	
<b>Município: João Pessoa</b>	<b>UF: Paraíba</b>	<b>Setor: Comércio</b>	<b>Subsetor: Comércio varejista</b>

Fonte: Ministério do Turismo.

Tabela Comparativo<sup>1</sup> de Participação do Município de João Pessoa em Relação ao Estado da Paraíba - Comércio Varejista no período 2011-2014

<sup>1</sup> Tabela Comparativo de Participação do Município de João Pessoa em Relação ao Estado da Paraíba - Comércio Varejista no período 2011-2014.

De acordo com os dados acima, pode-se verificar que houve um aumento nas admissões no setor de Comércio, que está bem relacionado ao turismo.

A tabela abaixo, por sua vez, apresenta a variação ao longo do período 2011-2014 na geração de empregos no setor de Transportes e Comunicação em João Pessoa e na Paraíba.

**Tabela 5 - Comparativo dos Transportes e Comunicações. João Pessoa/PB: 2011-2014**

Movimentação Agregada	João Pessoa	PB	Equivalência (%)
Admissões	8.546	16.696	0,23
Desligamentos	7.749	14.454	0,2
Nº Emp. Formais - 1º Jan/2014	6.828	13.405	0,3
Total de Estabelecimentos	435	1.669	0,14
Varição Absoluta	797	2.242	
<b>Município: João Pessoa</b>	<b>UF: Paraíba</b>	<b>Setor: Serviços</b>	<b>Subsetor: Transportes e Comunicações</b>

Fonte: Ministério do Turismo.

De acordo com os dados indicados, houve um pequeno crescimento no número de admissões no período 2011-2014, inferior ao verificado no setor de comércio varejista.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Um dos objetivos da pesquisa era verificar o crescimento da rede hoteleira de bares e restaurantes, porém devido às dificuldades no levantamento desses dados, estes não foram expostos no decorrer da presente pesquisa. No entanto, é notório que na Cidade de João Pessoa teve um grande crescimento da ocupação nos anos recentes e, conseqüente, da receita dos hotéis, bares e restaurantes, principalmente na época do veraneio onde há uma grande lotação desses setores. Por isso, deve-se levar em consideração que é muito provável que esses três setores tenham apresentado um crescimento elevado nos últimos anos.



É cotidiano da cidade de João Pessoa as temáticas que envolvem o turismo, os atrativos turísticos, suas respectivas potencialidades e os importantes efeitos econômicos do setor para a geração de emprego e renda. Detentora de recursos culturais, históricos e naturais distintivos no país, a cidade reúne declarada vocação para a atividade turística e vem demonstrando um sólido crescimento nos últimos seis anos, com um acréscimo de 275% na procura.

Outro elemento importante para compor a análise do desempenho da atividade turística na Região Metropolitana de João Pessoa, foi detectar os principais motivos que levaram os turistas a visitar a cidade. Os dados recolhidos por Delgado (2012) nos dão importantes indicações:

**Tabela 6 - Principais Motivos das visitas a João Pessoa.**

<b>MOTIVO DA VISITA</b>	<b>PERCENTUAL</b>
Turismo de lazer	56,48
Visitar parentes ou amigos	36,05
Negócios/trabalho	3,16
Programação de verão	1,65
Eventos	1,00
Estudos	0,83
Tratamento de saúde	0,50
Compras	0,33
Total	100,00

FONTE: adaptado de Delgado (2012)

A tabela acima mostra que a grande procura no setor de turismo em João Pessoa seja o Turismo de Lazer, levando em consideração os dados, é indicado que seja feita uma nova pesquisa, pois não ficou claro quais setores fazem parte do turismo de lazer.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo como qualquer outra atividade econômica, deve estar inserido numa proposta mais ampla de planejamento, que considere os demais setores ligados à economia e ao ambiente. Como salientam autores analisados no tópico sobre sustentabilidade apresentado anteriormente, na estruturação do turismo, a natureza deve ser compreendida como suporte das ações humanas; um recurso de valor inestimável e que, por ser esgotável, exige um tratamento voltado para a sua sustentabilidade. Nessa perspectiva, o enfoque da paisagem deve ter sempre como referencial uma determinada população ou grupo social que vive num determinado território, onde as atividades são desenvolvidas segundo maior ou menor grau de complexidade em função dos vínculos internos e externos mantidos no plano cultural.

Diante do exposto, neste cenário de mudanças, o problema encontrado por esta pesquisa tratou acerca de averiguar como está ocorrendo o desenvolvimento do turismo na Cidade de João Pessoa – PB? Em resposta a este questionamento, com base nas informações levantadas, pode-se afirmar que o turismo no Estado da Paraíba, e especialmente em João Pessoa, tem se desenvolvido em todo o período analisado.

Os dados revelaram que teve aumento na geração de emprego, no fluxo de turistas nos vôos regulares e não regulares, que os turistas nacionais constituem ainda o principal segmento de turistas que visitam João Pessoa e a Paraíba.

Particularmente em João Pessoa, a divulgação intensiva da cidade, os esforços do governo e órgãos ligados ao turismo, têm sido evidentes. Mas, fazer turismo envolve mais do que oferecer cidade limpa, praias aprazíveis, comidas regionais ou sol o ano inteiro. Envolve na realidade gente que presta serviços, desde os carregadores do aeroporto ou rodoviária até o telefonista do hotel ou pousada, o recepcionista, camareiras, arrumadeiras, garçons, taxistas, enfim, todos que entram em contato direto com o turista (MAIOR, 2000).

Tais fatores são definidos como variáveis controláveis (ambiente interno) e incontroláveis (ambiente externo). Variáveis controláveis são aqueles que estão sob a tutela das organizações, aos quais estão sujeitos exclusivamente as decisões internas de planejamento. Já o ambiente externo é tudo aquilo que condiciona o campo atuação das organizações, a exemplo dos fatores socioculturais, econômicos, ambientais, políticos e tecnológicos (DUCH, 2011).

As informações a seguir foram levantadas para que possam representar oportunidades ou ameaças, e aqueles que possam servir de forças ou fraquezas aos interesses do incremento do Turismo em João Pessoa/PB. Com relação ao ambiente externo é possível verificar os seguintes fatores:

### Quadro 2 - Oportunidades e Ameaças do Ambiente Externo.

Ambiente Externo ao Município	
<p><b>OPORTUNIDADES</b> - Aspectos dos Cenários Estadual, Nacional e Internacional que possam ser Oportunos para a Paraíba e João Pessoa.</p>	<p><b>AMEAÇAS</b> - Aspectos dos Cenários Estadual, Nacional e Internacional que possam ser Contrários aos Interesses da Paraíba e João Pessoa.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ritmo de crescimento do turismo mundial e nacional.</li> <li>▪ Força do turismo na geração de riqueza.</li> <li>▪ Projeção mundial do Brasil e seus representantes políticos.</li> <li>▪ Amadurecimento do turismo sustentável no Brasil e no mundo.</li> <li>▪ Demanda existente para o turismo de negócio que somado com o índice de congresso chega a 37%.</li> <li>▪ Abertura econômica mundial.</li> <li>▪ Percepção do turismo como bem de consumo que implica em melhoria da qualidade de vida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aumento do nível de exigência do turista.</li> <li>▪ A imagem externa do país.</li> <li>▪ Diminuição da renda da classe média.</li> </ul>

FONTE: o Autor

Com relação ao ambiente interno, é possível verificar que:

### Quadro 3-Forças e Fraquezas do Ambiente Interno

Ambiente Interno ao Município	
FORÇAS - Aspectos do Cenário Interno que possam Reforçar a Competitividade.	FRAQUEZAS - Aspectos do Cenário Interno que possam Reduzir a Competitividade.
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Concentração de uma extensa área verde urbana.</li> <li>▪ Infra-estrutura básica já implantada.</li> <li>▪ Cultura local: gastronômica, musical, folclórica.</li> <li>▪ Sítios arqueológicos Pré-Históricos (Ingá, Souza) e monumentos naturais (Pedra da Boca, Lajedo de Pai Mateus) o que permite a criação de Pesquisadores de Antropologia, Paleontologia .</li> <li>▪ Patrimônios Históricos e Revitalização do centro histórico.</li> <li>▪ Potencial natural ainda inexplorado.</li> <li>▪ Sucesso de inúmeros eventos locais já realizados.</li> <li>▪ Pólo de Ciência e Tecnologia.</li> <li>▪ Condições de segurança, conforto urbano, clima ameno e agradável ao longo do ano.</li> <li>▪ Relativa proximidade de grandes centros urbanos (Recife, Natal, Fortaleza)</li> <li>▪ Hospitalidade nordestina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausência de calendário de eventos que possam reforçar a vinda de eventos de negócios para a cidade.</li> <li>▪ A existência de poucas empresas com representatividade nacional de origem da região.</li> <li>▪ Condições precárias de conservação de parte do patrimônio histórico e pré-histórico.</li> </ul>

FONTE: o Autor

Outras fraquezas podem ser apontadas como baixo uso da internet em favor da divulgação e criação de meios que facilitem a busca e que sejam mais dinâmicos e apresentem melhor os pontos fortes da cidade. A qualificação das pessoas que estão diretamente ligadas ao turismo, políticas de governo visem qualificar e desenvolver potencialidades inclusive já adotadas em outros territórios, como a prática de turismo de base comunitária. Há também uma série de ameaças no horizonte que precisam ser devidamente contornadas como as questões do saneamento, da balneabilidade e da segurança que já vem se tornando o ponto que começa a migrar de um ponto forte para uma ameaça.

Além disso, dificuldades foram encontradas na pesquisa, pois o acesso as informações e dados estatísticos na cidade que embora tenha um grande crescimento nesse setor, ainda caminha a passos lentos na questão de divulgação e organização de informações referentes ao turismo local.

Outro ponto que pode ser encarado como ponto fraco do turismo local é o transporte Público da cidade, O Aeroporto fica na cidade vizinha de João Pessoa, na cidade de Bayeux, onde o turista desembarca e tem muita dificuldade com o transporte público para a Capital Paraibana, pois o Ônibus que faz a linha demora muito e não tem o mínimo de conforto para o turista que é obrigado a pegar um taxi e pagar bem mais caro para chegar a João Pessoa.

A questão do investimento e planejamento no município pode ser avaliada como falha, pois alguns pontos importantes para o desenvolvimento do setor de turismo na cidade é bem precário, o transporte público, a Infraestrutura, e os maus investimentos por parte da Gestão Pública são alguns desses fatores negativos.

Por outro lado, podem ainda ser relacionado outros pontos fortes e oportunidades como o Centro Histórico, o desenvolvimento da estratégia do turismo de base comunitária, a expansão da chamada “nova classe media” e o próprio plano diretor da cidade que não permite a construção de edifícios altos na orla marítima, O Centro Histórico de João Pessoa, como já apontado na coluna das fraquezas no quadro acima, e ao longo desse trabalho, carece de conservação e de sua efetiva inserção no cenário do turismo local.

Uma proposta de Turismo Auto-sustentável somente será exequível, caso seja centrada no homem, mediante a eliminação ou redução da pobreza, a implantação de programas educacionais eficientes, resgate e fortalecimento da cultura local, criação de postos de trabalho e a valorização do trabalho já existente. Assim como a indústria incrementa a produção de bens de consumo popular, o turismo deve contemplar a população de média e baixa renda, através da criação de centros populares de entretenimento e lazer. Neste contexto, industriais, produtores rurais e operadores de turismo de João Pessoa podem e devem investir na formação dos núcleos Integrados de atividades econômicas fortemente vinculadas entre si e situadas em um espaço geográfico limitado, os clusters.

Assim com a política praticada atualmente na cidade de João Pessoa, demonstra que o crescimento econômico trazido pelo turismo está prevalecendo sobre as questões sociais e ambientais, mas como diz Latour a comunidade, o shopping e o rio podem conseguir através da mediação de seus conflitos o meio

termo, atendendo demandas de cada parte gerando consecutivamente um desenvolvimento com padrões sustentáveis.

A atividade turística e de lazer, quando mal estruturada, causa degradação ambiental e descaracterização de culturas locais, ameaçando a própria atividade turística, uma vez que nenhum turista será atraído para ambientes degradados ou descaracterizados. Faz-se necessário, portanto, que se repense o imediatismo do planejamento turístico que visa somente o lucro, desconsiderando a integração entre o ambiente, a comunidade e a atividade turística.

Ainda existem conflitos no tocante à gestão de turismo em João Pessoa, por envolver diversos setores de âmbito federal, estadual e municipal. Tais conflitos políticos dependem de muita negociação para sua solução. Atualmente está proposta a criação de uma Área de Proteção Ambiental para parte da região, mas ainda não se decidiu de quem será a gestão.

Assim, é possível concluir e preciso refletir acerca da Política Nacional de Turismo e sobre seus programas. Ressalta-se a importância de inserir o lado social nos planejamentos turísticos do país e na cidade de João Pessoa, pois a atividade é fortemente concebida a partir do ponto de vista econômico. E apesar de se tentar abordar as características locais de uma região, o que se vê são projetos copiados de outros países. Deste modo, fica a certeza de um discurso incompatível com a prática e, mais distante ainda, da realidade da população brasileira. É preciso que se criem condições para que o turismo possa se desenvolver com um padrão próprio, não devendo ser apenas visto como uma mercadoria para equilibrar a balança de pagamentos, mas como uma atividade humana que, assim como o lazer seja uma atividade ao alcance de todos. Neste sentido, uma sugestão apresentada é que a política pública de turismo incorpore princípios e práticas do Turismo de Base Comunitária e do turismo de vivência, pois João Pessoa tem grande potencial na sua cultura que precisa ser explorada tanto para o desenvolvimento do turismo como também o desenvolvimento social e econômico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSARAH, M. **Turismo**: Como aprender, como ensinar, São Paulo: SENAC, 2001

ARRUDA, Lael Freitas de. **Pontos turísticos e históricos de João Pessoa**. 49 fls. Projeto de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade do Vale do Ipojuca, 2010.

BAHRY, Carla Patrícia; TOLFO, Suzana da Rosa. A gestão de competências e a obtenção da vantagem competitiva sustentável em organizações bancárias. **Revista de administração Mackenzie**, a.5, n.2, p.57-64, 2005.

BAPTISTA, Alexandre Vieira. **Turismo de eventos**: desafios prementes da cidade de João Pessoa. 262 fls. Dissertação (Mestrado em Gestão de Desenvolvimento em turismo) – Universidade de Aveiro, 2008.

BELLEN, Hans Michael Van. Desenvolvimento sustentável: uma descrição das principais ferramentas de avaliação. **Ambiente e Sociedade**, v.7, n.1, p.67-88, jan./jul. 2004.

BENI, M. **Globalização do Turismo**: Megatendências do Setor e a Realidade Brasileira. São Paulo: Aleph, 2007.

BRITO, Bruno Dantas; MELO, Rodrigo Sousa. Programa cidadão turista: uma ação de inclusão voltada para o desenvolvimento do turismo de base local em João Pessoa – PB. **Revista global de turismo**, v.4, n.2, novembro, 2008.

CABRAL, Ana Karina. **As políticas regionais de turismo e as ações do PRODETUR/NE em João Pessoa**. João Pessoa: UFPB, 2005.

CLARO, Priscilla Borin de Oliveira; CLARO, Danny Pimentel; AMÂNCIO, Robson. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. São Paulo, **Revista de Administração**, v.43, n.4, p.289-300, out./dez. 2008.

COSTA, Bárbara Regina Lopes, et al. **Atributos que compõem o conceito de responsabilidade social**. São Caetano do Sul: UMESP, 2003.

COSTA, Robson Xavier da. Análise sintática do espaço expositivo: estudo layout da estação cabo branco em João Pessoa e sua relação com o patrimônio urbano. **Anais** do 19º Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas “Entre Territórios”, Cachoeira, 2010.

DANTAS, Nathallye Galvão; MELO, Rodrigo de Souza. O método de análise Swot como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana – PB. **Caderno Virtual de Turismo**, v.8, n.1, 2008.

DEBEUS, Guilherme; CRISPIM, Maria Cristina. O turismo nas piscinas naturais de Picãozinho, João Pessoa – PB: percepções, conflitos e alternativas. **Revistas de estudos ambientais**, v.10, n.1, p.21-32, jan./jun. 2008.

DELGADO, Anna Karenina. O carnaval como elemento identitário e atrativo turístico: análise do projeto folia de rua em João Pessoa – PB. **Revista de cultura e turismo**, a.6, n.4, out. 2012.

DUCH, Thiago Costa. **Marketing turístico**: o destino João Pessoa e a copa do Mundo 2014. 161 fls. Dissertação (Mestrado em Gestão de Desenvolvimento em turismo) – Universidade de Aveiro, 2011.

ENDRES, Valéria; OLIVEIRA, Carla; MENEZES, Danielle. **Turismo no centro histórico de João Pessoa**: revitalização, planejamento e não lugar. São Paulo: USP, 2007.

GAZETA MERCANTIL. Operadoras de turismo e agências de viagens. São Paulo, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA. **Plano de Turismo do Estado da Paraíba** (PLANTUR - PB), João Pessoa, 1992.

IPEA. Quarto relatório anual com as estimativas definitivas da ocupação formal e informal, produzido a partir dos últimos dados divulgados da Rais e da Pnad, referentes ao ano de 2011. Brasília, março de 2013. Disponível em <<http://www.ipea.gov.br/agencia/images/ocupao>>. Último acesso em 02/03/2014.

LAGO, Ricardo. Agências de viagens: desafios de um mercado em reestruturação. **Turismo: Visão e Ação**, v.7, n.3, p.495-502, set./dez. 2005.

LEAL, Carlos Eduardo. **A Era das organizações sustentáveis**. 12 fls. Artigo (Especialização em Gestão Ambiental) – Universidade Castelo Branco – UCB, 2007.

LEANDRO, Aldo Gomes. **A orla marítima de João Pessoa**: da apropriação urbana à reapropriação turística. 6 fls. Artigo (Graduação em Turismo) – Universidade Federal da Paraíba, 1996.

\_\_\_\_\_. **O turismo em João Pessoa e a construção da imagem da cidade**. 198 fls. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal da Paraíba, 2006.

MAIA, Marta C.; PEREIRA, Suzana C.; e DISERIO, Luiz C. **Tourism in the digital economy: A study of sites in Brazil: Working Paper**, 2001.

MACHADO, Márcia Reis; MACHADO, Márcio André Veras; HOLANDA, Fernanda Marques. Indicadores de desempenho utilizados pelo setor hoteleiro da cidade de João Pessoa – PB: um estudo sob a ótica do *Balanced Scorecard*. **Turismo: Visão e Ação**, v.9, n.3, p.393-406, set./dez. 2007.

MAIOR, Roberia Cesar Souto; et al. **Ser humano**: o recurso mais importante para o desenvolvimento turístico da cidade de João Pessoa: abordagem exploratória na rede hoteleira. 17 fls. Artigo (Graduação em Administração) – Universidade Federal da Paraíba, 2000.



- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- MEDINA, Maria Odete Lima. **Entre a terra e o mar: o grau de satisfação dos cruzeiristas na ilha de São Vicente**. Mindelo: ISCEE, 2012.
- MELO, Miguel; et al. **O turismo de negócios de João Pessoa – PB: considerações sobre a cadeia produtiva**. Bauru: SIMPEP, 2006.
- MELO, Antônio S. Tavares. **Projeto de pesquisa vale do Jaguaribe**. Coordenação de geografia, UNIPÊ, junho 2001.
- MOLINA, Sergio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
- NÓBREGA, Lara Santana; DIAS, Karina. O turista/flâneur e o desvelamento do centro histórico de João Pessoa: breves considerações sobre a prática do turismo. **Anais do IX ANPATUR**, 2012.
- ROMEIRO, Rafael Andrade Gomes. **Impactos das novas tecnologias em uma operadora de turismo**. 68 fls. Monografia (Graduação em Turismo) – Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, 2009.
- SANCHES, Carmen da Silva. Gestão ambiental proativa. **Revista de administração de empresas**, São Paulo, v.40, n.1, p.76-87, jan./mar. 2000.
- SANTOS, Rebeka Amaro dos. **Turismo e paisagem no litoral norte da Paraíba: um estudo sobre os impactos causados pela atividade turística nas paisagens do município de Baía da Traição**. 58 fls. Monografia (Especialização em Geografia e Território) – Universidade Estadual da Paraíba, 2010.
- SANTOS FILHO, João. Turismo brasileiro, seu nascimento compromete sua existência. **Revista espaço acadêmico**, n.123, ago. 2011.
- SCHENINI, Pedro Carlos. Avaliação dos padrões de competitividade à luz do desenvolvimento sustentável: o caso da indústria Trombini de papel e embalagens S/A em Santa Catarina. Florianópolis, **Revista de Ciência da Administração**, p.55-64, 2000.
- SILVA, Lígia Maria. **João Pessoa: qualidade de vida e planejamento urbano**. João Pessoa: UFPB, 1995.
- SILVA, Alzení Gomes da. **O turismo e as transformações sócio-espaciais na comunidade de Nossa Senhora da Penha em João Pessoa**. 120 fls. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal da Paraíba, 2006
- SILVA, Renata Souza da; QUEIROZ, Lúcia Aquino de. **A economia do turismo na Bahia: foco nos segmentos de cruzeiros marítimos**. 12 fls. Artigo (Graduação em Turismo) – Universidade de Salvador – UNIFACS, 2007.
- VICENTIN, Ivan Carlos. **Utilização e perspectivas da internet no negócio turismo no Brasil**. 120 fls. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, 2001.

VERGARA, Silvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

World Tourism Organization. Tourism Highlights, 2013 Edition. Disponível em: <[www.unwto.org/pub](http://www.unwto.org/pub)>. Último acesso em 15 de dezembro de 2013.

# **ANEXOS**

**Anexo 1. Atividades e subatividades da Classificação CNAE 2.0, agregadas nos oito grupos de ACT:****- Alojamento**

55.10-8 - Hotéis e similares

5510-8/01 Hotéis

5510-8/02 Aparthotéis

5510-8/03 Motéis

55.90-6 - Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente

5590-6/01 Albergues, exceto assistenciais

5590-6/02 Campings

590-6/03 Pensões (alojamento)

5590-6/99 Outros alojamentos não especificados anteriormente

**- Alimentação**

56.11-2 - Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas

5611-2/01 Restaurantes e similares

5611-2/02 Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas

5611-2/03 Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares

56.12-1 - Serviços ambulantes de alimentação

5612-1/00 Serviços ambulantes de alimentação

**- Transporte Terrestre**

49.23-0 - Transporte rodoviário de táxi

4923-0/01 Serviço de táxi

4923-0/02 Serviço de transporte de passageiros- locação de automóveis com motorista

49.29-9 - Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente

4929-9/01 Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, municipal

4929-9/03 Organização de excursões em veículos rodoviários próprios, municipal

4929-9/99 Outros transportes rodoviários de passageiros não especificados anteriormente

49.50-7 - Trens turísticos, teleféricos e similares

4950-7/00 Trens turísticos, teleféricos e similares

49.22-1 - Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional

4922-1/01 Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, exceto em região metropolitana

4922-1/02 Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, interestadual

4922-1/03 Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, internacional

49.29-9 - Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente

4929-9/02 Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento intermunicipal, interestadual e internacional

4929-9/04 Organização de excursões em veículos rodoviários próprios, intermunicipal, interestadual e internacional

### **- Transporte Aquaviário**

50.11-4 - Transporte marítimo de cabotagem

5011-4/02 Transporte marítimo de cabotagem – passageiros

50.12-2 Transporte marítimo de longo curso

5012-2/02 Transporte marítimo de longo curso- passageiro

50.22-0 - Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares  
5022-0/01 Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares, municipal, exceto travessia

5022-0/02 Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares, intermunicipal, interestadual e internacional, exceto travessia

50.91-2 - Transporte por navegação de travessia

5091-2/01 Transporte por navegação de travessia, municipal

5091-2/02 Transporte por navegação de travessia, intermunicipal

50.99-8 - Transporte aquaviários não especificados anteriormente

5099-8/01 Transporte aquaviário para passeios turísticos

5099-8/99 Outros transportes aquaviários não especificados anteriormente

### **- Transporte aéreo**

51.11-1 - Transporte aéreo de passageiros regular

5111-1/00 Transporte aéreo de passageiros regular

51.12-9 - Transporte aéreo de passageiros não regular

5112-9/01 Serviço de táxi aéreo e locação de aeronaves com tripulação

5112-9/99 Outros serviços de transporte de passageiros não regular

### **- Aluguel de Transporte**

77.11-0 - Locação de automóveis sem condutor

77.11-0/00 Locação de automóveis sem condutor

### **- Agencias de Viagem**

79.11-2 - Agencias de viagens

7911-2/00 Agências de viagens

79.12-1 - Operadores turísticos

7912-1/00 Operadores turísticos

79.90-2 - Serviços de reserva e outros serviços de turismo não especificados anteriormente

7990-2/00 Serviços de reserva e outros serviços de turismo não especificados anteriormente

### **- Cultura e Lazer**

90.01-9 - Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares

9001-9/01 Produção teatral

9001-9/02 Produção musical

9001-9/03 Produção de espetáculos de dança

9001-9/04 Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares

9001-9/05 Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares

9001-9/99 Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente

91.02-3 - Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares

9102-3/01 Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares

91.03-1 - Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental

9103-1/00 Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental

92.00-3 - Atividades de exploração de jogos de azar e apostas

9200-3/01 Casas de bingo

9200-3/02 Exploração de apostas em corridas de cavalos

9200-3/99 Exploração de jogos de azar e apostas não especificados anteriormente

93.19-1 - Atividades esportivas não especificadas anteriormente

9319-1/01 Produção e promoção de eventos esportivos

9319-1/99 Outras atividades esportivas não especificadas anteriormente

93.21-2 - Parques de diversão e parques temáticos

9321-2/00 Parques de diversão e parques temáticos

93.29-8 - Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente 9329-8/01 Discotecas, danceterias, salões de dança e similares

9329-8/02 Exploração de boliches

9329-8/03 Exploração de jogos de sinuca, bilhar e similares

9329-8/04 Exploração de jogos eletrônicos recreativos

9329-8/99 Outras atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente