

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO BACHARELADO

KARLA KILMARA CARVALHO LOBATO

O TURISMO COMO INDUTOR DO DESENVOLVIMENTO LOCAL: uma análise da
realidade e das potencialidades do município de Raposa – MA.

São Luís

2019

KARLA KILMARA CARVALHO LOBATO

O TURISMO COMO INDUTOR DO DESENVOLVIMENTO LOCAL: uma análise da realidade e das potencialidades do município de Raposa – MA.

Monografia apresentada ao curso de administração da Universidade Estadual do Maranhão, para fins de obtenção de grau em Bacharel em Administração.

Orientador: Me. José de Ribamar Silva Morais.

São Luís

2019

Lobato, Karla Kilmara Carvalho.

O turismo como indutor do desenvolvimento local: uma análise da realidade e das potencialidades do município de Raposa - MA / Karla Kilmara Carvalho Lobato. – São Luís, 2019.

88 f

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2019.

Orientador: Prof. Me. José de Ribamar Silva Morais.

1.Turismo. 2.Desenvolvimento. 3.Socioeconômico. 4.Raposa-MA. I.Título

CDU: 338.486.1.02(812.1)

KARLA KILMARA CARVALHO LOBATO

O TURISMO COMO INDUTOR DO DESENVOLVIMENTO LOCAL: uma análise da realidade e das potencialidades do município de Raposa – MA.

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão em cumprimento das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. José de Ribamar Silva Morais
Universidade Estadual do Maranhão

Examinador (a) 2
Universidade Estadual do Maranhão

Examinador (a) 3
Universidade Estadual do Maranhão

Aos meus pais, Socorro e Carlos,
que são base de todas as minhas conquistas.

AGRADECIMENTOS

Foram quatro anos vivendo um sonho. Nesse tempo, vários dias difíceis, mas muito conhecimento adquirido e a certeza de que sou uma pessoa muito melhor que antes, profissional e pessoal.

Portanto, agradeço primeiramente a Deus, por todas as minhas conquistas até aqui, por me guiar sempre pelo bom caminho e por colocar pessoas maravilhosas em minha vida, me incentivando e dando forças para não desistir dos meus sonhos.

Agradeço aos meus familiares, em especial aos meus pais, Carlos e Socorro, por sonharem juntos comigo, e lhes dedico essa vitória, pois sei que o maior presente que eu poderia lhes dar seria sair formada da UEMA, essa universidade a qual eles deram décadas de trabalho.

Ao meu namorado, pela companhia nessa trajetória e por dividir comigo todas as aflições e alegrias, me apoiando incondicionalmente.

As minhas amigas, que sempre tiveram ao meu lado, e tanto me apoiaram nesse momento de aflição, Karla Larissa, Helen Nunes, Brenda Gomes e Andressa Cavalcante. E as amigas que conquistei nesses anos de UEMA, que passaram por todas as provações, e juntas, saímos vencedoras, em especial Sarah Santos.

Não poderia deixar de agradecer ao meu Orientador, o professor José Morais, por todo o conhecimento compartilhado, presteza nas orientações e paciência, permitindo, ajudando e incentivando o meu amadurecimento acadêmico, profissional e pessoal, além de ser uma grande inspiração pessoal e profissional.

Por fim, meu agradecimento a todos os que responderam aos questionários, pois sem eles, não seria possível a conclusão desse estudo.

“Não só transforma a sua mente, O TURISMO muda o rumo da sua história”.

Rinaldo Pedro

RESUMO

O turismo representa um dos setores que mais cresce na economia mundial atualmente. Essa atividade vem contribuindo para o desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental de regiões, impulsionando geração de emprego e renda em todas as localidades com recursos naturais, históricos, culturais e etc. Baseado nesse contexto, esse trabalho buscou responder como a atividade turística, dentro de um município, pode ser agente indutora do desenvolvimento socioeconômico local, levando em consideração todas as ações estratégicas públicas e/ou privadas, que impulsionem este serviço na cidade de Raposa – MA. Para alcançar os resultados, foram analisadas as quatro variáveis fundamentais do turismo: poder público, iniciativa privada, comunidade local e turista. Foi utilizada a metodologia quali-quantitativa, com coleta de dados em duas etapas, revisão bibliográfica e pesquisa de campo, que ocorreu por meio de aplicação de quatro questionários distintos, um para cada variável, no qual, obteve-se um total de 156 entrevistados. Os dados foram analisados no programa *Excel*. A análise se deu de duas formas, primeiro foram analisados e interpretados de forma individual, posteriormente, em conjunto, para chegar a uma conclusão. Desta maneira, os principais resultados deste estudo apontam que o turismo é uma atividade que tem gerado benefícios para o município e impulsionado a geração de empregos de curta duração. O poder público, por meio da Secretaria de Turismo, vem investindo na infraestrutura dos principais pontos turísticos da cidade, além de estar atuando com projetos que visam oferecer um melhor serviço aos turistas. Os resultados enfatizam também a necessidade de estabelecer um plano de desenvolvimento municipal turístico, congruente ao plano nacional do turismo, que envolva todas as partes que se inserem no contexto da atividade. Logo, a pesquisa aponta que a atividade turística, se planejada, organizada e executada corretamente, pode ser benéfica para todo um sistema.

Palavras-chave: Turismo; Desenvolvimento; Socioeconômico; Raposa - MA.

ABSTRACT

Tourism is one of the fastest growing sectors in the world economy today. This activity has been contributing to the economic, social, cultural and environmental development of regions, boosting the generation of employment and income in all localities with natural, historical, cultural and etc. resources. Based on this context, this work sought to answer how tourism activity, within a municipality, can be an inducing agent of local socioeconomic development, taking into consideration all the public and/or private strategic actions that drive this service in the city of Raposa - MA. To achieve the results, the four fundamental variables of tourism were analyzed: public power, private initiative, local community and tourist. The quali-quantitative methodology was used, with data collection in two stages, literature review and field research, which occurred through the application of four different questionnaires, one for each variable, in which a total of 156 respondents were obtained. The data were analyzed in the Excel program. The analysis took place in two ways, first they were analyzed and interpreted individually, then, together, to reach a conclusion. Thus, the main results of this study point out that tourism is an activity that has generated benefits for the municipality and boosted the generation of short-term jobs. The government, through the Secretariat of Tourism, has been investing in the infrastructure of the main tourist attractions in the city, in addition to acting with projects that aim to offer a better service to tourists. The results also emphasize the need to establish a plan for municipal tourism development, congruent with the national tourism plan, which involves all parties that are part of the context of the activity. Therefore, the research points out how the tourist activity, if planned, organized and executed correctly, can be beneficial for an entire system.

Keywords: Tourism; Development; Socioeconomic; Raposa - MA.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: COMPONENTES DO PRODUTO TURÍSTICO	22
FIGURA 2: MAPA DO TURISMO NO MARANHÃO 2019-2021	37
FIGURA 3: LOCALIZAÇÃO MUNICIPAL DA RAPOSA NO BRASIL E MARANHÃO	39
FIGURA 4: CERTIFICAÇÃO DE CURSO DE INGLÊS OFERECIDO AOS GUIAS DE TURISMO DO MUNICÍPIO	53
FIGURA 5: SINALIZAÇÃO TURÍSTICA NO CORREDOR DAS RENDEIRAS	53
QUADRO 1: ABORDAGEM CONCEITO SOBRE TURISMO DO PONTO DE VISTA DE VÁRIOS AUTORES	19
QUADRO 2: PAÍSES MAIS VISITADOS DO MUNDO, 2017.....	30
QUADRO 3: PAÍSES QUE O TURISMO TEM PARTICIPAÇÃO ESSENCIAL NO PIB E NO EMPREGO.....	31
QUADRO 4: AS 10 CIDADES MAIS VISITADAS DO BRASIL	34
QUADRO 5: PRINCIPAIS DESTINOS TURÍSTICOS DO BRASIL	35
QUADRO 6: CIDADES MAIS VISITADAS DO MARANHÃO	37
TABELA 1: PLANO PLURIANUAL 2014-2017 DO MUNICÍPIO DE RAPOSA - MA	50
TABELA 2: PLANO PLURIANUAL 2018-2021 DO MUNICÍPIO DE RAPOSA - MA	51

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS	54
GRÁFICO 2: TEMPO DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS NO MERCADO TURÍSTICO RAPOSENSE.....	55
GRÁFICO 3: TIPOS DE EMPRESAS.....	55
GRÁFICO 4: NÚMERO DE EMPREGOS GERADOS POR EMPRESA NO ANO DE 2019	56
GRÁFICO 5: IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA O MUNICÍPIO DE RAPOSA	56
GRÁFICO 6: TIPOS DE TURISMO PRESENTES NO MUNICÍPIO DE RAPOSA PARA OS EMPRESÁRIOS LOCAIS	57
GRÁFICO 7: NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DE ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DO TURISMO DE RAPOSA, PARA OS EMPRESÁRIOS.	58
GRÁFICO 8: IMPACTO DE VARIÁVEIS NO TURISMO DE RAPOSA	59
GRÁFICO 9: VOCÊ ENQUANTO EMPRESÁRIO, CONHECE ALGUM PLANO DE DESENVOLVIMENTO PARA O TURISMO?	59
GRÁFICO 10: LOCAL DE RESIDÊNCIA DO TURISTA DE RAPOSA.....	60
GRÁFICO 11: FAIXA ETÁRIA DOS TURISTAS DE RAPOSA.....	61
GRÁFICO 12: SEXO DOS TURISTAS DE RAPOSA	61
GRÁFICO 13: GRAU DE INSTRUÇÃO DOS TURISTAS DE RAPOSA	62
GRÁFICO 14: PRINCIPAL OCUPAÇÃO DOS TURISTAS DE RAPOSA	62
GRÁFICO 15: RENDA MENSAL DOS TURISTAS DE RAPOSA	63
GRÁFICO 16: TEMPO DE PERMANÊNCIA NO MUNICÍPIO DE RAPOSA	63
GRÁFICO 17: VOCÊ CHEGOU A SE HOSPEDAR NA CIDADE DE RAPOSA.....	64
GRÁFICO 18: MÉDIA DE GASTOS DIÁRIOS DOS TURISTAS DE RAPOSA.....	64
GRÁFICO 19: A VIAGEM FOI PROGRAMADA POR MEIO DE AGÊNCIAS DE TURISMO?..	65
GRÁFICO 20: VOCÊ REALIZOU PASSEIOS DURANTE A ESTADIA NA CIDADE DE RAPOSA	65
GRÁFICO 21: O QUE MAIS INFLUÊNCIA O TURISTA A VISITAR A RAPOSA?	66
GRÁFICO 22: NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO TURISTA EM RELAÇÃO A ALGUMAS VARIÁVEIS DA RAPOSA.....	67
GRÁFICO 23: VOCÊ VISITARIA RAPOSA NOVAMENTE?	67
GRÁFICO 24: SEXO DOS MORADORES	68
GRÁFICO 25: FAIXA ETÁRIA DOS MORADORES RAPOSENSES.....	68
GRÁFICO 26: NÍVEL DE ESCOLARIDADE DA POPULAÇÃO DE RAPOSA	69
GRÁFICO 27: PRINCIPAL OCUPAÇÃO DOS RAPOSENSES	69
GRÁFICO 28: QUAIS OS LUGARES TURÍSTICOS SÃO MAIS VISITADOS POR MORADORES DA RAPOSA	70
GRÁFICO 29: PONTOS TURÍSTICOS MAIS VISITADOS POR TURISTA, NA PERCEPÇÃO DOS MORADORES.....	70
GRÁFICO 30: PARA VOCÊ HÁ LUGARES QUE OS TURISTAS NÃO DEVEM VISITAR EM RAPOSA?	71
GRÁFICO 31: OPINIÃO DOS MORADORES SOBRE A ATIVIDADE TURÍSTICA NA CIDADE DE RAPOSA.....	72

GRÁFICO 32: A INFRAESTRUTURA DA CIDADE DE RAPOSA É ADEQUADA PARA OS TURISTAS E MORADORES LOCAIS?	73
GRÁFICO 33: SE COMPARADA HÁ ANOS ATRÁS, A INFRAESTRUTURA DA CIDADE DE RAPOSA MELHOROU?.....	73
GRÁFICO 34: HOUE AUMENTO NO CUSTO DE VIDA APÓS A CHEGADA DOS TURISTAS NA CIDADE?	74
GRÁFICO 35: VOCÊ DEPENDE ECONOMICAMENTE DO MUNICÍPIO?	74
GRÁFICO 36: RAPOSA É UM LOCAL SEGURO?	75

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

a.C.	Antes de Cristo
CMVT	Conselho Mundial de Viagens E Turismo
CNT	Conselho Nacional de Turismo
COMBRATUR	Comissão Brasileira de Turismo
d.C.	Depois de Cristo
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
FUGENTUR	Fundo Geral do Turismo
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IFMA	Instituto Federal do Maranhão
INFRAERO	Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
LGT	Lei Geral do Turismo
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial de Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PLANTUR	Plano Nacional de Turismo
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo
PPA	Plano Plurianual
PRODETUR/NE	Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste
SEBRAE	Serviço Brasileiro De Apoio às Micro E Pequenas Empresas
SETUR/MA	Secretaria Turismo do Estado do Maranhão

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. O TURISMO	18
2.1. Breve evolução histórica	18
2.2 Turismo: conceitos e particularidades	19
2.3 O produto turístico	21
2.3.1 Segmentação de Mercado Turístico	23
2.3.2 Tipos e formas de turismo	23
2.4 Aspectos Legais sobre o turismo	25
2.4.1 Regulamentações do turismo no âmbito nacional e internacional	27
3. O TURISMO COMO PILAR DO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO	29
3.1 O turismo como pilar do desenvolvimento socioeconômico no âmbito internacional.....	30
3.2 O turismo como pilar do desenvolvimento socioeconômico no âmbito nacional	34
3.3 O turismo como pilar do desenvolvimento socioeconômico no Maranhão.....	36
4. O MUNICÍPIO DE RAPOSA.....	39
4.1 Estrutura Administrativa	39
4.2 Características do município	40
4.3 O turismo no município de Raposa	41
4.4 Atrações turísticas.....	41
5. ASPECTOS METODOLÓGICOS	44
6. DISCUSSÕES E RESULTADOS	48
6.1. Quanto ao Setor Público	48
6.2 Questionários do Empresário.....	54
6.3. Questionário Para Turistas	60
6.4. Questionário Comunidade	68
6.5 Análise Geral dos Resultados	75
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS	78
APÊNDICES.....	83

1. INTRODUÇÃO

A economia de um país pode ser dividida em setores primários, secundários e terciários, levando em consideração os produtos produzidos, meios de produção e seus recursos utilizados. O setor primário envolve os recursos naturais, ou seja, são as atividades relacionadas à agricultura, pecuária, mineração, extrativismo vegetal e outras. Este é o setor que fornece a matéria prima que será transformada em produtos industrializados pelo setor secundário, que, por sua vez, envolve tanto a indústria quanto a construção civil. Já o setor terciário enquadra todas as atividades comerciais e de prestações de serviços, entre eles a saúde, educação, transporte, comunicação, turismo e muitos outros.

Dentre todas as atividades econômicas citadas acima, o turismo vem representando um dos setores que mais cresce na economia mundial atualmente. Segundo dados da Organização Mundial de Turismo – OMT, tal atividade vem contribuindo para o desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental de regiões, impulsionando geração de emprego e renda em todas as localidades com recursos naturais, históricos, culturais e etc.

Segundo a OMT (2008), o turismo conceitua-se como “as atividades de pessoas, identificadas como visitantes que viajam a lazer, férias, negócios, saúde, educação ou outros fins, para um destino fora do seu ambiente habitual, por menos de um ano”. Por outro lado, Mario Carlos Beni (2001, p. 36) define turismo como sendo “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não residentes, na medida em que não leva a residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória”.

No Brasil, o turismo tem trazido grandes benefícios econômicos e gerado empregos. Em 2017, o turismo respondia por 7,9% do PIB nacional. “Em relação ao volume de postos de trabalho, o mercado ocupou 6,9 milhões de pessoas, o equivalente a 7,5% do número global de vagas no país”. Na pesquisa divulgada pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo – CMVT, a contribuição ao Produto Interno Bruto - PIB cresceu 3,1% em 2018, totalizando US\$ 152,5 bilhões, correspondendo a 8,1% das riquezas nacionais. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019).

Em relação ao contexto regional, o Estado do Maranhão vem ganhando destaque nacional no setor turístico. Conforme a pesquisa de 2019 da Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO), e de acordo com dados parciais, o turismo no

Estado do Maranhão cresceu 15% em junho de 2019, comparado ao mesmo mês do ano de 2018.

Cerca de 150 mil turistas desembarcaram em São Luís, capital do Estado, por meio do Aeroporto Internacional Marechal da Cunha Machado. A agência de viagens “Viajala” mostra o Maranhão como o estado mais procurado por turistas do Brasil para 2019, liderando uma lista de tendência turística (IMPARCIAL, 2018).

Diante destes dados, percebe-se que a atividade turística é destaque nacional, sendo uma das principais alavancas do PIB brasileiro, o que no contexto atual de crises políticas e econômicas no país, reflete – se como uma alternativa ao desemprego, e impulsiona o desenvolvimento de regiões que antes se encontravam estagnadas, seja por mau gerenciamento do setor público ou falta de iniciativas privadas. Daí a importância de pesquisas voltadas a essa temática, principalmente atendo-se ao turismo local e/ou regional, que é o caso dos municípios, pois alinhar uma estrutura de turismo dentro de uma cidade é algo muito complexo, vai muito além de ser hospitaleiro, ou ter riqueza natural para apresentar, é preciso ações integradas entre órgãos públicos competentes, empresários e sociedade civil, que priorizem infraestrutura, educação, meio ambiente, sustentabilidade, saneamento básico, saúde e outros, para que a atividade traga benefícios socioeconômicos para aquela região.

Desta forma, o presente trabalho pretende responder como a atividade turística dentro de um município pode ser agente indutora do desenvolvimento socioeconômico local, levando em consideração todas as ações estratégicas públicas e/ou privadas, que impulsionem este serviço na cidade de Raposa - MA.

Para nortear a pesquisa, baseado na atividade turística atual, este trabalho tem como objetivo geral identificar quais as ações públicas e privadas estão sendo desenvolvidas no município de Raposa – MA, para o fomento da atividade turística, a fim de incentivar o desenvolvimento socioeconômico local. Para melhor desenvolvimento da pesquisa proposta, foram traçados alguns objetivos específicos, como levantar as ações que foram e estão sendo implementadas pelo poder público para o fomento e desenvolvimento da atividade turística no município; analisar as iniciativas privadas dentro do município para o desenvolvimento da atividade turística; conhecer os instrumentos normativos relacionados ao setor de turismo no âmbito municipal; evidenciar as potencialidades turísticas do município de Raposa, e averiguar a percepção do cidadão raposense e dos turistas do município sobre a atividade turística que já está sendo fomentada no município.

Assim, com base nas concepções teóricas, no trabalho de campo, nas informações colhidas em matérias de jornais, e por meio das entrevistas realizadas, estruturamos o presente trabalho envolvendo seis capítulos principais.

No primeiro capítulo é traçada as discussões sobre os conceitos de turismo, apontando sua evolução histórica, o produto turístico e aspectos legais.

O segundo capítulo diz respeito ao referencial sobre o Turismo como Pilar do Desenvolvimento Socioeconômico no âmbito internacional, nacional e estadual.

No terceiro é trabalhado o município de Raposa – MA, que é o campo de estudo deste trabalho, apresentando suas características, estrutura administrativa, bases econômicas e principais pontos turísticos.

No quarto capítulo são descritos os procedimentos metodológicos norteadores dessa investigação científica, tais como a delimitação dos métodos, local pesquisado, amostra, coleta de dados e limitações encontradas ao longo do processo de desenvolvimento da pesquisa.

O quinto capítulo faz referência às análises dos resultados obtidos com a pesquisa de campo, gráficos e comentários pertinentes sobre os dados apresentados.

Por fim, o sexto e último capítulo traz as considerações finais, dando ênfase aos aspectos analisados e propondo respostas à problemática levantada, a partir do processo de investigação e o alcance dos objetivos propostos.

2. O TURISMO

2.1. Breve evolução histórica

A evolução do turismo está intrinsecamente relacionada à evolução mundial, apesar de muitos acreditarem que seja uma atividade recente. Desta forma, Molina (apud MACHADO, 2013, p. 108) destaca como ocorreu à evolução histórica do turismo ao redor do mundo, dividindo-a em três grandes fases: o pré-turismo (séc. XVIII), o turismo industrial (séc. XIX) e o pós-turismo (final do séc. XX).

No que concerne à primeira fase, caracteriza-se pelas viagens aristocráticas realizadas ao redor do continente europeu, pelos jovens de famílias ricas, que partiam em busca de conhecimento e experiência. A segunda fase subdivide-se em três categorias:

O turismo industrial primitivo, que teria origem no século XIX, estendendo-se até o início da Segunda Guerra Mundial; o Turismo Industrial Maduro, cuja origem se daria a partir da década de 1950, estendendo-se até o início da década de 1980; e o Turismo Pós-Industrial, que teria origem na década de 1980, avançando até o final do século XX (MOLINA apud MACHADO, 2013, p. 108).

Em relação à última fase, teria surgido nos anos 90, e se estendeu aos dias atuais, caracterizada pelo uso de novas tecnologias, surgimento de novos produtos turísticos e principalmente, novos destinos.

Em razão dessas considerações iniciais, cabe ressaltar que há abordagens da evolução histórica do turismo mais recentes, a partir da década de 50. Em relação a esses estudos, é importante destacar quatro fases: ufanismo, expansão do turismo de massa, turismo como usuário de recursos e abordagens alternativas do desenvolvimento do turismo (PAGE et al, 2011, p. 7).

Desta forma, o ufanismo caracteriza-se pelo surgimento do turismo em massa, enfatizando o benefício econômico, sem questionar os possíveis impactos negativos. Quanto à expansão do turismo de massa, que ocorreu entre décadas de 1960 e 1970, destaca-se o consumo do turismo em larga escala, devido principalmente, aos avanços tecnológicos e dos meios de transporte, transformando-o como agente do crescimento econômico. A terceira fase ficou conhecida por turismo como usuário de recursos, nesse período a atividade turística começou a ser atrelada ao aumento dos impactos negativos no meio ambiente, fazendo-se necessário haver um “planejamento para o turismo”, e não apenas um “planejamento turístico”, visão que priorizava a abordagem puramente econômica. Por fim, a quarta e última fase, abordagens alternativas ao desenvolvimento do turismo, foi caracterizada pelo

desenvolvimento do turismo sustentável, devido às mudanças comportamentais e de estilo de vida dos viajantes.

2.2 Turismo: conceitos e particularidades

Conceituar o termo turismo é uma função árdua, levando em consideração a sua generalização, tendo em vista que vários autores compartilham de visões diferentes entre si. Em geral, logo se pensa em viagens, lazer, férias, ou seja, sair da rotina, conhecer novos lugares. Porém, cabe ressaltar que o turismo vai além desse conceito tão simplista, pois se trata de um grandioso sistema, com quatro variáveis fundamentais: o turista, empresários, comunidade e poder público. Diante disso, há uma variedade de análises defendidas por autores de diferentes épocas e perspectivas.

QUADRO 1: ABORDAGEM CONCEITO SOBRE TURISMO DO PONTO DE VISTA DE VÁRIOS AUTORES

AUTORES	CONCEITOS DO TURISMO
MARIO CARLOS BENI (2001)	“A soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência não residentes, na medida em que não leva a residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória.”
GOELNDER, RITCHIE E MCINTOSH (2002).	“a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas ou visitantes.”
BARRETO (2003).	“O turismo, portanto, é um ato praticado por pessoas que realizam uma atividade específica de lazer, fora das suas respectivas cidades, e se utilizam, para atingir seus objetivos, de equipamentos e serviços cuja prestação constitui um negócio.”
ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT)/NAÇÕES UNIDAS	"As atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros”.

Fonte: elaboração da autora, 2019.

Geralmente são três tendências conceituais, cada uma com sua especificidade: a técnica, a holística e a econômica. Em relação à perspectiva econômica, Montejano (2001) salienta que turismo para a economia é

o conjunto das relações e fenômenos econômicos sociais e culturais, ou seja, é toda atividade que causa deslocamento que implica gasto de renda, cujo objetivo principal é conseguir satisfação e serviços que são oferecidos por meio de uma atividade, geralmente mediante um investimento prévio e cujo objetivo final é obter rentabilidade (MONTEJANO, 2001, p.103).

Ainda segundo o autor, o turismo se enquadra nas atividades de indústria e comércio, porém, cabe aqui ressaltar que essa atividade não se estabelece diretamente como indústria, pois de fato não produz bens econômicos, sendo apenas uma atividade de prestação de bens e serviços.

Para Barbosa (2005, p.108), o turismo “é uma força econômica das mais importantes do mundo”, na qual ocorrem fenômenos de consumo, origem de rendas, criação de novos mercados dos quais a oferta e a procura se encontram. A autora acredita que os resultados do movimento financeiro decorrente da atividade turística justificam a sua inclusão na programação da política econômica de todos os países, regiões e municípios.

Desse modo, se faz necessário entender os conceitos atribuídos a turistas, empresários, comunidade e setor público, com a finalidade de estudar o universo que o turismo se insere, compreendendo melhor como todo esse sistema funciona e como fazer desse setor, uma atividade produtiva dentro de determinada localidade.

De acordo com a Organização das Nações Unidas – ONU, o turista é toda pessoa que se insere em uma determinada localidade diferente daquela em que habita, e que “permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde” (ONU, 1954). Desta forma, se diferencia de excursionista, que são visitantes temporários que permanecem menos de 24 horas no local visitado.

No que diz respeito aos empresários do setor turístico, a Lei nº 11.771/2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, no art. 21 discorre que são aqueles que

prestam serviços turísticos remunerados e que exerçam as seguintes atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo: meios de hospedagem; agências de turismo; transportadoras turísticas; organizadoras de eventos; parques temáticos; e acampamentos turísticos.

Além disso, incluem-se também, atendendo condições próprias, os empresários que prestem os seguintes serviços: restaurantes, cafeterias, bares e similares; centros ou locais destinados a convenções e/ou a feiras e a exposições e similares; parques temáticos aquáticos e empreendimentos dotados de equipamentos de entretenimento e lazer; marinas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva; entre outros.

A comunidade residente da localidade com potencialidade turística é considerada um dos pilares fundamentais para que o turismo atinja um maior desenvolvimento naquele meio, pois têm o contato direto com o turista, e se consolidam como a porta de entrada da cidade. No entanto, à medida que recebem inúmeros benefícios econômicos, estão expostos

também, a impactos negativos, pois a cidade é modificada, havendo degradação do meio ambiente, e aumento de violência e poluição.

Nesta perspectiva, é de suma importância que ao pensar no turismo como agente de desenvolvimento de uma região, considere a inserção da população nesse novo fenômeno, traçando metas e objetivos de curto, médio ou longo prazo, que permitam oferecer meios para que se obtenham mais saldos positivos que negativos, como os que se relacionam a educação, saúde, saneamento, infraestrutura, segurança, educação empreendedora.

No que concerne ao poder público, este é o responsável por gerenciar e planejar todas as atividades em volta do turismo, a fim de garantir que as metas sejam alcançadas e assim, promover o desenvolvimento. Segundo Cruz, a política pública para o turismo é

um conjunto de interações, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do Poder Público, em virtude do objetivo geral de alcançar e dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território (CRUZ, 2002, p. 40).

Diante do que já foi exposto, após entender o papel de cada variável no funcionamento da atividade turística, será apresentado o turismo como um produto e os variados segmentos turísticos que existem.

2.3 O produto turístico

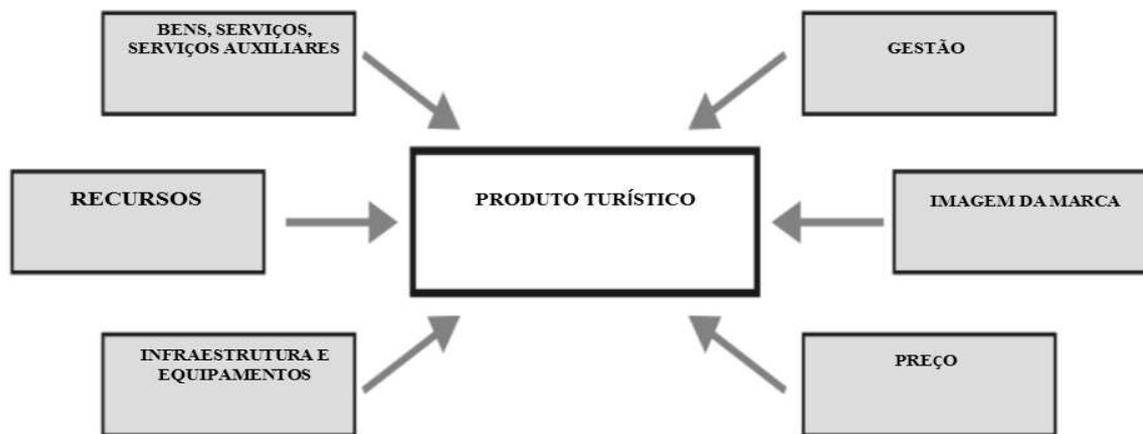
Após o desenvolvimento do turismo e sua consolidação no setor econômico, este deixou de ser apenas uma atividade de lazer ou simples viagens e se tornou um produto, contribuindo para o surgimento do composto mercadológico do turismo, que é primordial para a atração dos turistas para uma localidade ou região. Sendo esse produto “tudo o que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo, incluindo bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e ideias” (KOTLER, 2012, p.348).

No que concerne ao serviço, o autor define como "qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer à outra e que não resulta na propriedade de nada. A execução de um serviço pode estar ou não ligada a um bem concreto" (KOTLER, 2012, p. 382). O produto e/ou serviço está muito relacionado à percepção do cliente, deixando de ser apenas algo que está sendo ofertado para compra ou venda, para algo percebido por todos os benefícios atrelados a ele.

Assim sendo, produto turístico engloba um setor produtivo, que agrupados, oferecem os produtos aos clientes. Desta forma, segundo o Ministério do Turismo (2007, p.

24) esse produto é “o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por determinado preço”. Este, por sua vez, é formado por seis componentes: recursos, bens e serviços, infraestrutura e equipamentos, gestão, imagem da marca e preço (IGNARRA apud MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

FIGURA 1: COMPONENTES DO PRODUTO TURÍSTICO



Fonte: Adaptado de IGNARRA, 2003 apud Castro, 2010.

Diante disso, não é aconselhável pensar em produtos turísticos de modo individual, mas a um conjunto de experiências relacionadas à viagem (deslocamento, alimentação, hospedagem, etc.) vividas pelos turistas antes, durante e depois de sua realização. Desse modo, Castro (2010, p. 25) diz que “os bens naturais e culturais tornam-se bens diretamente produtivos, participando do processo geral de expansão da economia”.

Em referência a estrutura de mercado, se pode destacar a oferta e a demanda. Para o turismo, a oferta são todos os serviços e produtos que viabilizam o consumo de um destino; e a demanda corresponde aos turistas. Para tanto, evidencia-se:

- a) **Demanda Turística:** o conjunto de turistas, que de forma individual ou coletiva, estão motivados a consumir uma série de produtos ou serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades [...]. Pode ser considerada demanda real (o número de pessoas que realmente realizam a viagem) e demanda potencial (aquelas pessoas que desejam viajar) (MTut, 2010, p. 55).
- b) **Oferta Turística:** é o conjunto de atrativos turísticos, serviços, equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino (MTur, 2010, p. 27).

Diante do que foi exposto, para que haja a oferta do destino turístico coerente com o público que deseja atrair, as empresas optam pela segmentação de mercado. Associado a isso, utilizando uma organização estratégica e planejada para a oferta desse produto no mercado, a fim de suprir a necessidade de um grupo específico, foram identificadas várias segmentações no mercado turístico, alinhado as diversas formas que levam em consideração determinadas características, como a faixa etária, os aspectos geográficos e culturais do destino, urbanização das cidades e motivação da viagem, assim como os produtos oferecidos.

2.3.1 Segmentação de Mercado Turístico

Assim como outras áreas, o turismo também passa por constantes mudanças, sempre inovando a sua forma de oferta, para continuar competitivo e atraente para sua demanda. Por isso as empresas e cidades que investem nesse ramo, têm a tendência de tornarem-se especialistas, oferecendo produtos e/ou serviços segmentados, de acordo com o tipo de turista que deseja alcançar.

De acordo com os autores Lage e Milone (2001, p. 103), a segmentação de mercado no turismo é “uma estratégia que busca encontrar, por meio de recursos de marketing, maior otimização do setor, seja pelo lado das empresas turísticas na tentativa de maximizar seus lucros, seja pelo lado dos turistas na tentativa de maximizar sua satisfação”.

2.3.2 Tipos e formas de turismo

Conforme o MTur (2006), as formas de turismo é o modo que “as pessoas exercem ou praticam as várias modalidades de turismo existentes (turismo doméstico, turismo internacional, turismo emissor, turismo receptivo, etc.) e os diferentes tipos de turismo ofertados (ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, etc.)”.

Na perspectiva, Tadini (2010, pag. 189) afirma que existem três formas básicas de turismo:

- a) **Turismo Interno:** aquele praticado por residentes de um determinado país que viajam unicamente no interior desse país.
- b) **Turismo Receptivo:** Compreende-se todo o conjunto de serviços de apoio e assistência destinados à recepção de pessoas provenientes de outras regiões do país ou do exterior.
- c) **Turismo Emissor:** Caracteriza-se pelo movimento de pessoas que viajam para fora do local habitual de residência, atraídas pelas ofertas de outras regiões do país ou do exterior.

Em relação aos tipos de turismo ofertados, destacam-se no Brasil¹:

- a) **Ecoturismo:** é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações (EMBRATUR, 1994). O ecoturismo segue tendência mundial de valorização do meio ambiente. Caracteriza-se por uso sustentável dos atrativos turísticos; atividades que promovam a reflexão e a integração homem e ambiente, em uma inter-relação vivencial com o ecossistema, com os costumes e a história local;
- b) **Turismo Cultural:** compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural (bens culturais, de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de atração turística) e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. Caracteriza-se por está relacionado à motivação do turista em vivenciar tal patrimônio histórico e cultural, seja para aprender sobre, seja para ter experiência, entretenimento. Incluem-se nesta categoria os eventos religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, gastronômicos, exposições de arte, de artesanato e outros.
- c) **Turismo de estudo e intercâmbio:** constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional.
- d) **Turismo de esportes:** compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas. O turismo de esportes possui algumas características como: estímulo a outros segmentos e produtos turísticos; incentiva eventos e calendários esportivos; não depende, de modo geral, da utilização de recursos naturais entre outras.
- e) **Turismo de pesca:** compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora. Que de acordo com a portaria do IBAMA nº30/03 é a atividade de pesca praticada por brasileiros ou estrangeiros, com a finalidade de lazer, turismo ou desporto, sem finalidade comercial. Existem três formas de pesca amadora também segundo a portaria, a desembarcada (sem auxílio de embarcações), a embarcada (com auxílio de embarcações) e a subaquática (pode ser com ou sem embarcações, utilizando instrumentos próprios). E possui as seguintes modalidades, segundo o Guia da Pesca Amadora (2005): de barranco, arremesso, corrico, rodada e mosca.

¹ Todas as formas de turismo foram retiradas do Ministério do Turismo.

- f) **Turismo náutico:** envolvem as atividades como cruzeiros, passeios, excursões e viagens que utilizem quaisquer tipos de embarcações náuticas para fins turísticos. É conceituado como: aquele que se caracteriza pela utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística.
- g) **Turismo de aventura:** é aquele que compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo. Para o Mtur (2006), atividades de aventura são as experiências físicas e sensoriais recreativas que envolvem desafio, riscos avaliados, controláveis e assumidos, proporcionando: liberdade; prazer; superação, etc.
- h) **Turismo de sol e praia:** constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor. Neste segmento estão contempladas: Praias marítimas, Praias fluviais e lacustres (margens de rios, lagoas e outros corpos de água doce), Praias artificiais (construções similares às praias naturais à beira de lagos, represas e outros corpos de água).
- i) **Turismo de negócios e eventos:** compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. Este segmento possui algumas características interessantes, como: gera oportunidade de equacionamento de períodos sazonais, promovendo equilíbrio entre oferta e demanda durante o ano; gera maior rentabilidade; funciona como ferramenta de marketing para o destino, estimulando que o turista de negócios retorne como turista de lazer; possibilidade de interiorização da atividade turística, pois podem ser realizados em cidades menores.
- j) **Turismo rural:** é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.
- k) **Turismo de saúde:** constitui-se das atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos.

2.4 Aspectos Legais sobre o turismo

Diante do índice de crescimento das atividades mercadológicas do turismo ter se elevado nos últimos anos, começou a surgir uma maior preocupação por parte do poder público com esse setor, com sua regulamentação e legislação, ocorrendo o fomento de políticas de regulamentação e incentivos à atividade turística. Segundo Vieira (2011, p. 20),

cabe ao Estado primar pelo planejamento e por todos os outros fatores essenciais ao desenvolvimento do turismo, em cooperação com a iniciativa privada para alcançar um bom desenvolvimento da atividade turística.

De acordo com Castro (2004, p.09), compete às políticas públicas estabelecer diretrizes orientadoras através do planejamento de estratégias, identificando necessidades e problemas nos mais variados segmentos. Para tanto, deve haver a participação dos diversos atores envolvidos com a atividade turística. Desta forma é importante destacar as estratégias que norteiam a gestão da atividade turística no Brasil.

Ao longo dos anos, várias foram as tentativas de ajustar o setor de turismo no Brasil. Em 1938 surgem os primeiros sinais de intervenção do Estado na atividade turística quando do surgimento do Decreto-Lei Nº 406, onde estabelecia autorização governamental para a atividade de venda de passagens aéreas, marítimas e rodoviárias (DIAS, 2003, p.128). Em 27 de dezembro de 1939, foi criado o Decreto-Lei Nº 1.915, que instituiu a Divisão de Turismo, e que pode ser considerada como um organismo oficial de turismo da administração pública federal. Em 1940 foi instituído o Decreto Lei Nº 2.440 para tratar exclusivamente das agências de viagens.

No ano de 1946, a Divisão de Turismo foi extinta. Como resultado, as agências foram sujeitas ao registro no Departamento Nacional de Imigração e Colonização, organismo que assumiu o turismo no país. Somente em 1958, por meio do Decreto-Lei Nº 44.863, de 21 de novembro, foi criada a Comissão Brasileira de Turismo - COMBRATUR. Segundo Dias (2003), esta representou o primeiro esforço para a articulação de uma política nacional de turismo, no entanto, a mesma foi extinta em 1962.

Em 1966, a Política Nacional de Turismo foi reformulada com o Decreto-Lei Nº 55, de 18 de novembro de 1966, criando o Conselho Nacional de Turismo - CNT e a Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR. Desta forma, a EMBRATUR assumiria o papel de normatizar as empresas prestadoras de serviços turísticos, facilitando incentivos fiscais à construção de equipamentos e serviços, assim como executar as diretrizes que norteiam a atividade de turismo (VIEIRA, 2011). Em 1966 a Divisão de Turismo foi extinta, e em 16 de janeiro de 1967 institui-se o Sistema Nacional de Turismo, por meio do Decreto-Lei Nº 60.244, que era constituído pela EMBRATUR e pelo Ministério das Relações Exteriores.

Em 1971, por meio do Decreto-Lei Nº 1.191, surge o Fundo Geral do Turismo - FUNGETUR, responsável por investimentos privados e na infraestrutura. Em 28 de março de 1991, por meio da Lei Nº 8.181, a EMBRATUR assumiu uma nova denominação e passou a

ser uma autarquia com o nome de Instituto Brasileiro de Turismo, responsável por formular, coordenar e executar a Política de Turismo no país. Em 1992, o Instituto Brasileiro de Turismo lançou o Plano Nacional de Turismo - PLANTUR a ser executado entre os anos de 1992 e 1994 – considerado como o primeiro passo para a efetiva implantação de uma Política Nacional de Turismo (BECKER, 1999, p. 187).

Nos anos 90 as iniciativas adotadas pelo governo federal eram concentradas na esfera central: o corpo técnico da EMBRATUR e o Ministério da Indústria e Comércio, tendo assim pouca participação dos demais setores envolvidos no turismo. Já em 1994, o governo federal começou a preocupar-se e modificar esse quadro de centralização das políticas públicas, com o lançamento, em 1996, do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT que possibilitou a sua descentralização.

Na década de 90, foram instituídos pelo governo federal, por meio da EMBRATUR, programas e projetos que visavam o desenvolvimento sustentável do turismo. Dentre eles, se pode destacar o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste - PRODETUR-NE, no qual o governo intervém na região nordeste via infraestrutura básica, instalação de equipamentos urbanos e oferta de serviços públicos.

Com a chegada do presidente Luís Inácio Lula da Silva ao governo federal, em 2003, foi reestruturado o Plano Nacional de Turismo – PNT. Nesse período, instituiu-se também o Ministério do Turismo (MTUR), composto pela Secretaria de Políticas de Turismo, a Secretaria de Programas de Desenvolvimento e o Instituto Brasileiro de Turismo, ainda conhecido como EMBRATUR.

Em 23 de junho de 2008 foi criada a lei nº 11.727, que dispõe sobre as medidas tributárias destinadas a estimular o investimento e a modernização do setor de turismo. Neste mesmo ano, em 17 de setembro, foi criada a lei nº 11.771 conhecida como a Lei Geral do Turismo - LGT, dispondo sobre o PNT, definindo as atribuições do Governo Federal no planejamento e estímulo ao setor turístico.

2.4.1 Regulamentações do turismo no âmbito nacional e internacional

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2019), a LGT surgiu como meio de reunir várias normas relativas ao setor turístico, que se encontravam dispersas dentro da legislação brasileira, submetidas a várias interpretações, e traçando os parâmetros para o desenvolvimento do setor. Essa regulamentação trouxe novidade, como a instituição do Sistema Nacional de Turismo, a obrigatoriedade do Cadastur

e o estabelecimento de normas sobre a Política Nacional de Turismo. O art. 1º da lei 11.771/08 estabelece as normas sobre A Política Nacional de Turismo e “define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos”.

Esta lei também rege normas sobre o PNT no art. 6º que tem o intuito de promover a política de crédito para o setor, boa imagem do produto turístico brasileiro no cenário nacional e internacional, prospecção de turistas estrangeiros, proteção do socioambiental e cultural, orientações ao setor privado e outros. Abrangem também aspectos quanto ao fomento da atividade turística, por meio de linhas de crédito do Fundo Geral do Turismo, bancos e instituições federais, agências de fomento ao desenvolvimento regional entre outras. Além de caracterizar as atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva turística. Em relação aos meios de fiscalização, compete ao Ministério do turismo, fiscalizar, e dependendo do caso impor as infrações e/ou penalidades devidas, conforme art. 35.

Em maio de 2019 foi aprovado o Decreto nº 9.791, que dispõe sobre Plano Nacional do Turismo do quadriênio de 2018-2022, objetivando “ordenar as ações governamentais e orientar a atuação do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo nacional”.

No que tange à regulação do turismo no âmbito internacional, existe um estatuto da OMT que foi aprovado pelo decreto legislativo nº 56, de 18 de setembro de 1972. Esse estatuto tem seu objetivo fundamental definido no art. 3, que discorre sobre a promoção e desenvolvimento do turismo “para contribuir à expansão econômica, à compreensão internacional, à paz, à prosperidade e ao respeito universal e à observância dos direitos e das liberdades humanas fundamentais, sem distinção de raça, sexo, língua e religião”. O estatuto da OMT disserta sobre os membros filiados, órgãos, competências, questões orçamentárias e outras particularidades, para o incentivo do turismo ao redor do mundo por meio desta organização.

De tal forma, essas são as principais leis e decretos a nível nacional e internacional sobre a política do turismo no Brasil, e como esse setor deve ser organizado, gerenciado e desenvolvido, com a finalidade de contribuir com o desenvolvimento social e econômico da nação.

3. O TURISMO COMO PILAR DO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

É notório que o turismo está cada vez mais interligado ao desenvolvimento e crescimento econômico mundial, nas mais diversas localidades, inclusive no Brasil. O termo desenvolvimento pode estar alinhado a diversas variáveis, seja econômica, social, sustentável, urbano, regional. De forma geral, significa crescimento ou progresso de algo. No entanto, é importante destacar que desenvolvimento e crescimento, embora remetam a um mesmo significado, são diferentes entre si. O primeiro está correlacionado a dados qualitativos, como o aumento da qualidade de vida, infraestrutura, saneamento, entre outros; enquanto o segundo trata de índices quantitativos, ou seja, crescimento do PIB, soma dos produtos e serviços de uma região em determinado período.

Desse modo, nem sempre que há crescimento econômico em uma região é correto afirmar que houve desenvolvimento também, como destaca Tomazzoni:

Desenvolvimento econômico não significa crescimento econômico. O fato de haver crescimento econômico não é condição suficiente para o desenvolvimento humano. Um país pode apresentar índices elevados de crescimento econômico, mas ser injusto na distribuição da renda e no acesso da população à educação, à saúde e ao saneamento básico. Para que haja desenvolvimento humano, é necessário haver distribuição dos resultados gerados pelo crescimento econômico. (TOMAZZONI, 2009, P. 14).

Oliveira (2002, p. 40) em seu estudo, salienta que o desenvolvimento “deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social”. Este desenvolvimento só é possível se as estratégias do poder público estiverem alinhadas e planejadas de modo que favoreçam o investimento privado, permitindo o envolvimento da sociedade em torno da transformação que esteja ocorrendo, no qual todos estejam cientes do seu papel, e tenham o máximo de retorno positivo. Quando as atividades turísticas são concebidas de forma planejada e sustentável em regiões que antes o setor não era explorado, percebe-se o desenvolvimento dessas variáveis.

No que se refere ao crescimento econômico, Lage e Milone (2001, p.203) discorre que “é o aumento contínuo do produto nacional, em termos globais ou per capita de um país, ao longo do tempo”. Em relação ao desenvolvimento econômico, cabe ressaltar sua interpretação como “o aumento contínuo do produto nacional e da qualidade de vida dos indivíduos de cada país, ao longo do tempo.” Logo para haver desenvolvimento é sempre necessário que haja antes o crescimento econômico de uma sociedade.

3.1 O turismo como pilar do desenvolvimento socioeconômico no âmbito internacional

Segundo dados disponibilizados pela OMT (2018), o turismo mundial crescerá entre 3% e 4% em 2019. Em 2018, o setor registrou o segundo melhor resultado dos últimos 10 anos, atingindo a marca de 1,4 bilhão de chegadas internacionais no mundo todo, um aumento de 6% sobre 2017 (MTur, 2019).

O último relatório divulgado pela OMT em 2019, referente ao turismo internacional, trouxe informações relevantes sobre o crescimento do setor no mundo. A exemplo disso estão os 7% das exportações mundiais representadas por este setor, tendo um crescimento maior que as exportações de mercadorias nos últimos sete anos;

Em relação à percentagem das viagens de lazer houve um crescimento de 50% em 2000 para 56% em 2018, sendo essas, o propósito principal da visita em todas as regiões do mundo, exceto no Oriente Médio. Evidencia-se que a França continua como destino mais procurado internacionalmente e os EUA lideram o ranking dos países com mais rendimentos por turismo em 2018 (OMT, 2019) ².

Todo esse crescimento no setor do turismo se dá por conta dos investimentos que vêm acontecendo, como forma de atrair turistas para os países, principalmente àqueles subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, e também as facilidades que os governos estão articulando para a emissão de vistos. Estatisticamente, a população mundial que precisa de um visto tradicional diminuiu de 75% em 1980 para 53% em 2018. Um exemplo dessa medida é a política adotada recentemente pelo governo brasileiro, que permite que cidadãos do EUA, Japão, Austrália e Canadá entrem no país como turistas sem a necessidade de um visto.

QUADRO 2: PAÍSES MAIS VISITADOS DO MUNDO, 2017.

PAÍSES MAIS VISITADOS DO MUNDO		
COLOCAÇÃO	PAÍS	Nº DE VISITANTES ESTRANGEIROS
1	França	86,9 milhões
2	Espanha	81,8 milhões
3	Estados Unidos	75,9 milhões

² Dados disponibilizados no Jornal Caribbean News Digital Português. Disponível em: <https://www.cndportugues.com/pt-br/turismo/relatorio-de-2019-da-omt-ratifica-crescimento-sustentado-do-turismo>.

4	China	60,7 milhões
5	Itália	58,3 milhões
6	México	39,3 milhões
7	Reino Unido	37,7 milhões
8	Turquia	37,6 milhões
9	Alemanha	37,5 milhões
10	Tailândia	35,4 milhões

Fonte: Relatório anual da OMT (2018).

Na União Europeia o turismo desempenha um papel importante diante da economia, conforme dados do Eurostat Statistics Explained (Estatísticas Explicadas Do Eurostat, em português):

Em 2015, uma em cada dez empresas do setor não financeiro da economia europeia de mercado pertenciam a indústria do turismo. Estes 2,4 milhões de empresas empregavam cerca de 12,7 milhões de pessoas. As empresas nos setores com atividades ligadas ao turismo representavam 9,2 % das pessoas empregadas no setor não financeiro [...] e 21,5 % das pessoas empregadas nos serviços (Eurostat Statistics Explained, 2018).

A indústria turística vem se mostrando significativa em inúmeras economias, sendo apenas mais um dos agentes econômicos em vários países, como mostra os dados acima, mas há também países com características bem próprias, em que o turismo tem uma participação essencial no PIB e no emprego, principalmente os pequenos ou em desenvolvimento, de acordo com dados divulgados pelo Fórum Econômico Mundial (Exame, 2016).

QUADRO 3: PAÍSES QUE O TURISMO TEM PARTICIPAÇÃO ESSENCIAL NO PIB E NO EMPREGO

PAÍS	INFORMAÇÕES
1. Seychelles	<ul style="list-style-type: none"> • Arquipélago de 115 ilhas no Oceano Índico, perto da costa leste da África. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 241 milhões • Turismo representa 21,2% do PIB • Emprega mais de 10 mil • Representa um total de 22,7% dos empregados.
2. Cabo Verde	<ul style="list-style-type: none"> • Localizada em um arquipélago vulcânico perto da costa noroeste da África.

	<ul style="list-style-type: none"> • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 332 milhões • Turismo representa 16,2% do PIB • Emprega mais de 32 mil • Representa um total de 14,5% dos empregados.
3. Malta	<ul style="list-style-type: none"> • Arquipélago situado na região central do Mediterrâneo, entre a Sicília e a costa do Norte da África (País da Europa). • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 1,2 bilhão • Turismo representa 13,6% do PIB • Emprega mais de 26 mil • Representa um total de 14,8% dos empregados.
4. Ilhas Maurício	<ul style="list-style-type: none"> • É um país da África Oriental, localizado no oceano, a cerca de 2.000 km da costa sudeste do continente africano. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 1,3 bilhão • Turismo representa 11,3% do PIB • Emprega mais de 62 mil • Representa um total de 10,8% dos empregados.
5. Barbados	<ul style="list-style-type: none"> • É uma ilha do Caribe Oriental localizado na América Central. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 510 milhões • Turismo representa 10,9 % do PIB • Emprega mais de 14 mil • Representa um total de 11,1% dos empregados.
6. Camboja	<ul style="list-style-type: none"> • É uma nação do Sudeste Asiático. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 1,6 bilhão • Turismo representa 10,4 % do PIB • Emprega mais de 735 mil • Representa um total de 8,9% dos empregados.
7. Montenegro	<ul style="list-style-type: none"> • É um país balcânico localizado na Europa. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 522 milhões • Turismo representa 9,8 % do PIB • Emprega mais de 15 mil • Representa um total de 8,8% dos empregados.
8. Tailândia	<ul style="list-style-type: none"> • É um país do Sudeste Asiático. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 34,9 bilhões • Turismo representa 9 % do PIB • Emprega mais de 2,56 milhões • Representa um total de 6,6% dos empregados.
9. Gâmbia	<ul style="list-style-type: none"> • É um pequeno país da África Ocidental que faz fronteira com o Senegal e tem um estreito litoral no Atlântico.

	<ul style="list-style-type: none"> • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 91 milhões • Turismo representa 9 % do PIB • Emprega mais de 49 mil • Representa um total de 7,4 % dos empregados.
10. Hong Kong	<ul style="list-style-type: none"> • Ex-colônia britânica é um território autônomo da Ásia, localizado no sudeste da China. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 24,6 bilhões • Turismo representa 8,9 % do PIB • Emprega mais de 346 mil • Representa um total de 9,2% dos empregados.
62. Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Um vasto país sul-americano. • Tamanho da indústria do turismo: US\$ 76,9 bilhões • Turismo representa 3,5 % do PIB • Emprega mais de três milhões • Representa um total de 3% dos empregados.

Fonte: Adaptado de Revista Exame (2016).

Dados publicados no relatório anual de 2016 da OMT mostram o turismo como a chave para o desenvolvimento, prosperidade e bem-estar das nações. Sendo que o setor, nas últimas seis décadas, apresentou um crescimento rápido e contínuo no mundo todo. Esse crescimento ocasionou o surgimento de novos destinos e a consolidação dos tradicionais, como Europa e América do Norte. Para tanto, cabe destacar o número crescente evidenciado entre as décadas de 1950 até 2015:

“A chegada de turistas internacionais aumentou de 25 milhões em todo o mundo em 1950 para 278 milhões em 1980, 674 milhões em 2000 e 1186 milhões em 2015. Da mesma forma, os recebimentos internacionais de turismo obtidos por destinos em todo o mundo passaram de US \$ 2 bilhões em 1950 para US \$ 104 bilhões em 1980, US \$ 495 bilhões em 2000 e US \$ 1260 bilhões em 2015. O turismo é uma categoria importante do comércio internacional de serviços” (UNWTO, p. 2, 2016).³

Diante dos dados já apresentados aqui, compreende-se a importância dessa indústria para a economia mundial, e como ela se destaca entre diversos países, desde os subdesenvolvidos às grandes potências mundiais. Sendo fonte de renda e emprego, direta e/ou indiretamente, além de desenvolvimento econômico, social e de infraestrutura, entre outros benefícios.

³ Documento traduzido com o apoio do *Google Tradutor*.

3.2 O turismo como pilar do desenvolvimento socioeconômico no âmbito nacional

Em dados de 2018, o Conselho Mundial de Turismo de e Viagens - CMTV aponta a contribuição do turismo ao PIB nacional de US\$ 152,5 bilhões, representando 8,1% do PIB total. O turismo no Brasil cresceu 3,1%, uma das taxas mais elevadas na América do Sul, correspondendo ao dobro do crescimento da economia brasileira na mesma época, gerando mais de 6,9 milhões de empregos, representando 7,5% do total de trabalhos gerados no país (PANROTAS, 2019).

De acordo com o Ministério do Turismo (2019), o crescimento do mercado de viagens no país ficou à frente de ramos como o de cuidados com a saúde (3,1%) e tecnologias da informação (1,7%), perdendo apenas para o de manufaturas (4%).

No que se refere ao número de turistas estrangeiros que o Brasil recebe, dados do Ministério do Turismo (2018), divulgados no Anuário Estatístico de 2019, revelam que houve crescimento de 0,5% em todo o território nacional, especificamente em onze Estados brasileiros: Acre, Amapá, Amazonas, Ceará, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Santa Catarina e São Paulo. Dentre os Estados que mais cresceram nesse período estão Pernambuco, Minas Gerais, Ceará e Amapá, todavia, os mais visitados continuam sendo São Paulo (2,2 milhões), Rio de Janeiro (1,3 milhão) e Rio Grande do Sul (1,1 milhão).

Um estudo realizado pela empresa de inteligência de mercado Geofusion no ano de 2016 divulgou as dez cidades mais visitadas do Brasil, sendo que apenas 17,5% dos 5.570 municípios brasileiros recebem turistas com regularidade.

QUADRO 4: AS 10 CIDADES MAIS VISITADAS DO BRASIL

POSIÇÃO	CIDADE	UF	Nº DE TURISTAS
1	São Paulo	SP	14.647.896
2	Rio de Janeiro	RJ	13.163.424
3	Salvador	BA	4.100.278
4	Belo Horizonte	MG	3.717.758
5	Fortaleza	CE	3.457.634
6	Brasília	DF	3.284.568

7	Curitiba	PR	2.889.792
8	Porto Alegre	RS	2.839.520
9	Natal	RN	2.733.916
10	Recife	PE	2.677.154

Fonte: adaptado do site Geofusion (2019).

Nesta lista destacam – se as grandes capitais brasileiras, tal feito pode estar relacionado ao fato de possuírem os maiores aeroportos e mais opções de lazer ao visitante. Além disso, possuem maior atração para o turismo de negócios e eventos, seja corporativo ou educacional. Embora esses sejam os municípios brasileiros mais visitados, a mesma empresa divulgou uma lista dos principais destinos turísticos do país, configurando-se no geral como pequenas cidades, que recebem uma população flutuante considerável durante o ano. Algumas dessas cidades chegam a crescer seu mercado consumidor cerca de 20 vezes.

QUADRO 5: PRINCIPAIS DESTINOS TURÍSTICOS DO BRASIL

POSIÇÃO	CIDADE	UF	Nº DE TURISTAS
1	Praia Grande	SP	2.431.214
2	Foz do Iguaçu	PR	2.121.306
3	Porto Seguro	BA	2.074.238
4	Guarujá	SP	1.602.648
5	Gramado	RS	1.499.250
6	Balneário Camboriú	SC	1.439.504
7	Mata de São João	BA	1.355.628
8	Caldas Novas	GO	1.329.844
9	Ubatuba	SP	1.272.454
10	Ipojuca	PE	1.235.312

Fonte: adaptado do site Geofusion (2019).

A lista acima destaca os principais destinos turísticos do país, composta por cidades pequenas, mas com potencial e investimento enorme para atrair visitantes de todo o mundo. A vista disso tem-se a cidade de Praia Grande – SP, localizada no litoral paulista, e que possui belezas naturais, opções de lazer e infraestrutura adequada que se multiplicam a cada ano, e intensificam o número de turistas e pessoas interessadas em fixar residência. O Município vem atravessando um processo de desenvolvimento em todas as áreas ao longo dos últimos anos. Por conta desse momento positivo, Praia Grande se transformou em sinônimo de qualidade de vida, tranquilidade e infraestrutura completa (PREFEITURA DE PRAIA GRANDE, 2019). O mesmo acontece em Ipojuca – PE, estando em 10º colocação nesta pesquisa, a cidade faz parte da região metropolitana de Recife, abrangendo em seu território praias internacionalmente conhecidas, como Porto de Galinhas, e se destaca por possuir o terceiro maior PIB de Pernambuco, impulsionado principalmente pelo turismo (GUIA DO TURISMO, 2019).

O turismo no Brasil é bastante sazonal. Desta forma, conforme a época do ano e das festividades culturais, um destino pode ser mais procurado que o outro. A exemplo disso, ressalta-se as cidades do Estado da Bahia, que lideraram as buscas em 2019, durante o período do carnaval: Salvador, Porto Seguro e Costa do Sauípe (PORTAL G1, 2019).

3.3 O turismo como pilar do desenvolvimento socioeconômico no Maranhão

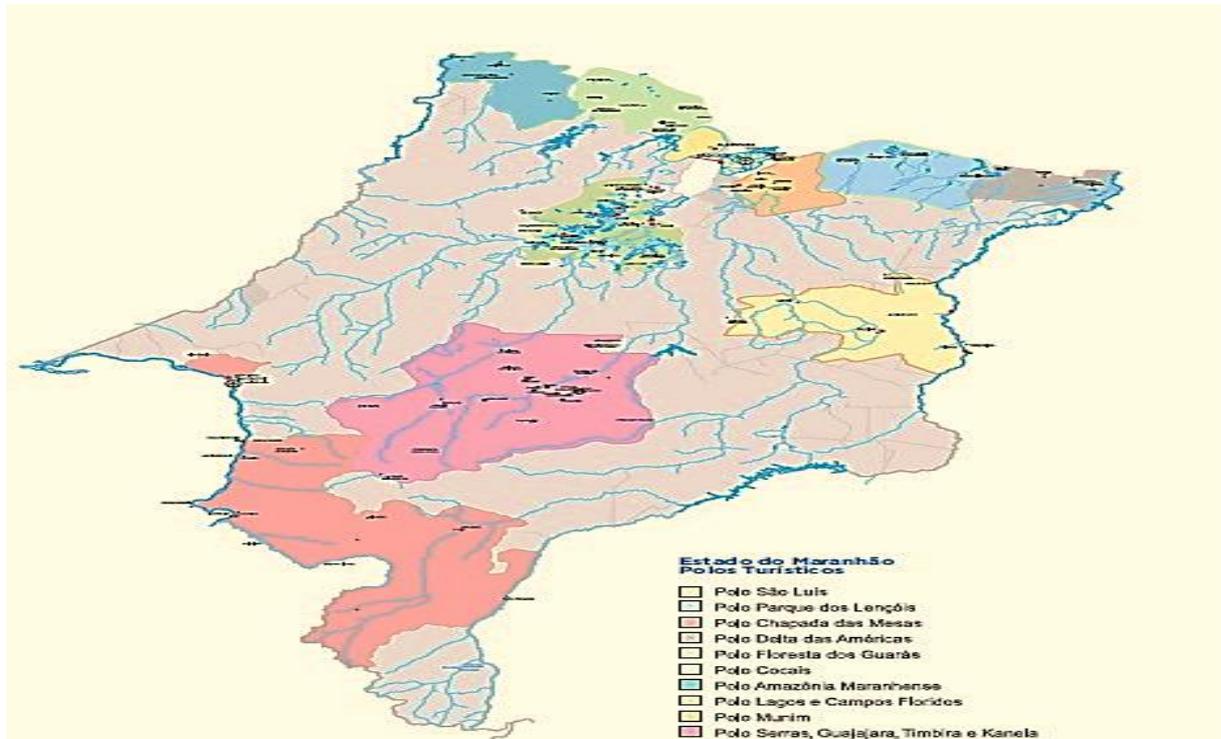
O Estado do Maranhão vem cada dia mais se destacando no setor turístico do país, isso por que o Governo do Estado vem numa linha de investimentos contínuos na divulgação dos roteiros turísticos e da cultura regional. De acordo com dados parciais da Infraero, o turismo no Maranhão cresceu 15% no período junino de 2019 em relação ao mesmo período de 2018. Mais de 150 mil turistas desembarcaram em São Luís por meio do Aeroporto Internacional Marechal da Cunha Machado (Portal G1 Maranhão, 2019).

Dados do site “Viajala” colocou a capital maranhense, São Luís, como um dos principais destaques na lista de tendências turísticas de 2019, apresentando aumento de 106% nas buscas de passagens vindas de dentro do país.

Quanto aos municípios turísticos do Estado, o Ministério do Turismo (2019) divulgou novo mapa do turismo no Brasil, e o Maranhão passou a contar com 54 municípios

com vocação turística. Este número cresceu em relação a 2017, no qual havia 53 municípios. No geral, o Estado inseriu 17 municípios e excluiu 16 no mapa⁴, distribuídas em dez regiões.

FIGURA 2: MAPA DO TURISMO NO MARANHÃO 2019-2021



Fonte: Secretaria de Turismo do Maranhão (2019). Disponível em: <http://www.turismo.ma.gov.br/polos-turisticos-2/>.

Nesse mapa, destacam-se as dez regiões turísticas do Estado: o polo Amazônia Maranhense, Chapada das Mesas, Cocais, Delta das Américas, Floresta dos Guarás, Lagos e Campos Coloridos, Lençóis Maranhenses, Munin, São Luís e Serras Guajajaras e Kanela.

Entre as cidades mais visitadas, de acordo com o fluxo de turistas domésticos e internacionais, temos:

QUADRO 6: CIDADES MAIS VISITADAS DO MARANHÃO

CIDADES MAIS VISITADAS DO MARANHÃO	
1	São Luís

⁴ Os municípios inseridos ou excluídos comumente são relacionados à mudança de categoria que este se encontra. Para saber mais acesse:

<http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/pdf/PerguntasRespostasCategorizacao2018.pdf>

2	Barreirinhas
3	Imperatriz
4	Caxias
5	Codó
6	Timon
7	Estreito
8	Balsas

Fonte: adaptado de O Imparcial (2017). Disponível em: <https://oimparcial.com.br/noticias/2017/09/ministerio-do-turismo-divulga-lista-com-3-285-cidades-com-vocacao-turistica/>

Entre essas oito cidades apontadas como as mais visitadas por turistas no Maranhão, estão também classificadas como as maiores do Estado em termos de população, exceto Barreirinhas e Estreito, que ocupam a 20^a e 32^a posição, respectivamente (IBGE, 2019⁵).

Em referência as informações citadas até aqui, reitera-se que são inúmeras as oportunidades no ramo turístico dentro do Estado do Maranhão, que favorecem o aumento da permanência média e da taxa de retorno dos visitantes. Entre os destinos já consolidados nacionalmente e internacionalmente estão: São Luís, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses e o Parque Nacional da Chapada das Mesas.

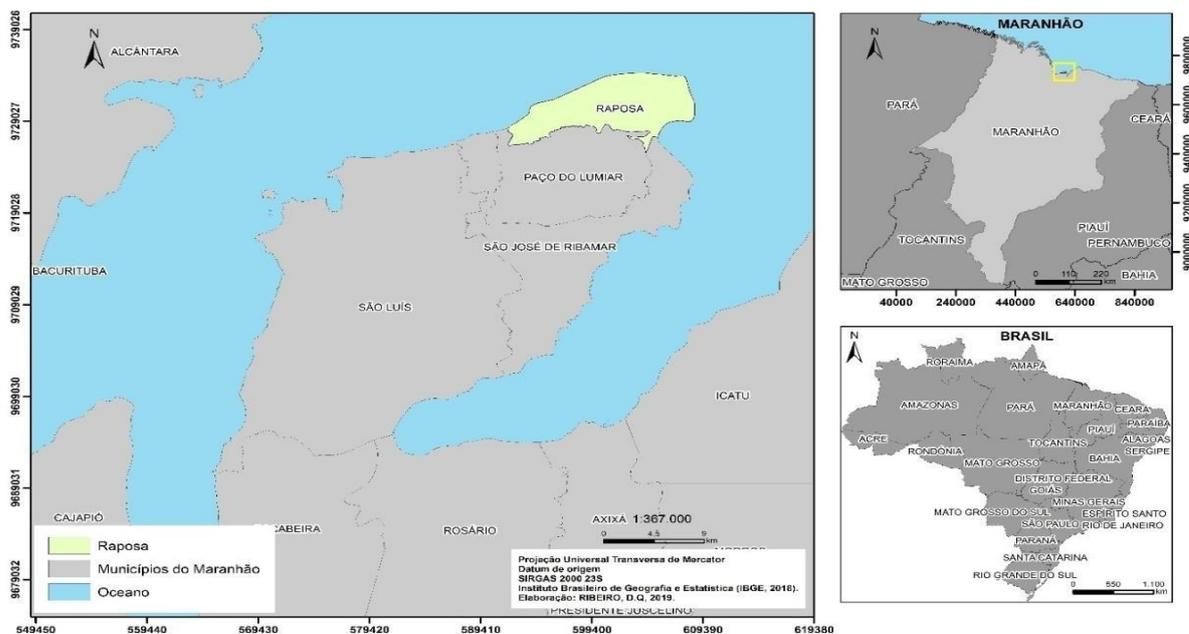
⁵ De acordo com a estimativa de população atualizada em julho de 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?=&t=resultados>

4. O MUNICÍPIO DE RAPOSA

O município de Raposa surgiu no final dos anos de 1940, fundado por dois imigrantes de Acaraú - CE, Antônio do Pocal e José Baiaco, que se estabeleceram com suas famílias no povoado. Na época, tinham como atividades principais de subsistência a pesca e a produção de rendas, ambas realizadas de forma artesanal. Legalmente, este município foi criado através da Lei Estadual n.º 6.132, de 10 de novembro de 1994, quando houve a emancipação do município de Paço do Lumiar.

Este município ocupa uma área equivalente a 79,823 km² de extensão e faz divisa com os municípios de São Luís, Paço do Lumiar e São José de Ribamar (Figura 3), possui uma população estimada para 2019 em 30.761 habitantes, conforme dados do IBGE.

FIGURA 3: LOCALIZAÇÃO MUNICIPAL DA RAPOSA NO BRASIL E MARANHÃO



Fonte: Delony de Queiroz Ribeiro (2019) apud ANDRADE et al (2019).

Em relação a sua localização, encontra-se a cerca de 30 km de São Luís, tendo por principal acesso a MA 203 e também pelo mar. O município destaca-se, principalmente nas áreas da pesca, do artesanato e do turismo.

4.1 Estrutura Administrativa

A estrutura administrativa do município de Raposa está embasada na Lei Municipal de nº 251/2015, que dispõe sobre a sua reorganização da estrutura administrativa e institucional. O art. 4º desta lei, lista as secretarias e órgãos de assessoramento da prefeitura.

As competências e estrutura de cada um desses órgãos estão dispostas no título IV, capítulo I, entre os art. 5º a 39º da lei supracitada. No entanto, visando a temática que permeia este estudo, será evidenciada apenas as competências da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura.

Deste modo, de acordo com o art. 26, compete a Secretaria Municipal de Turismo

Promover o desenvolvimento da Estância Turística do Município de Raposa; visa sensibilizar a população sobre o papel do turismo como indutor do desenvolvimento econômico, gerador de novas oportunidades de trabalho e renda e a formar o cidadão, melhorando a qualidade de vida, construindo uma sociedade igualitária e organizada, ampliando ao Máximo os projetos e as competições que levem crianças, jovens, adolescentes e a população em geral a integrarem-se socialmente na melhoria da qualidade de vida da comunidade local por meio de cursos específicos na área de turismo, empreendedorismo, projetos aos equipamentos e atrativos turísticos já existentes.

Como se pode observar, a secretaria de turismo é o órgão que está diretamente relacionado à difusão desse setor na cidade da Raposa, a fim de sensibilizar toda a população sobre como o turismo pode ser um indutor do desenvolvimento socioeconômico, assim como promover o empreendedorismo e projetos que possam estimular o crescimento do emprego e renda entre os raposenses.

4.2 Características do município

O município de Raposa localiza-se na microrregião da aglomeração urbana de São Luís, Mesorregião do Norte Maranhense e região metropolitana de São Luís. Tem por limites ao norte com o Oceano Atlântico; ao sul os municípios de Paço do Lumiar e de São José de Ribamar; ao leste as ilhas de Cururupu e a baía de São Marcos; e ao oeste o município de São Luís (PREFEITURA DE RAPOSA, 2019).

A cidade de Raposa é considerada a maior colônia de pescadores cearenses no Maranhão, tendo seu artesanato, tipicamente cearense, conhecido nível nacional. Destaca-se também, pelo sabor dos peixes comercializados nos bares e restaurantes e pela beleza de suas praias desertas. Diante dessas características, vem ganhando destaque no turismo, sendo uma atração alternativa principalmente para quem visita a capital do Estado. Quanto as suas características geográficas, a cidade é cercada de praias, dunas e manguezais.

Dentre as principais atividades econômicas que se sobressaem neste município, estão à agricultura, pesca artesanal, comércio de varejo e prestações de serviços, incluindo o turismo.

4.3 O turismo no município de Raposa

Como salienta MELO (2017, pag. 29), o turismo no município de Raposa tem como atrativos a culinária específica de restaurantes locais, a pesca, a praia de Carimã, passeios de barco, a compra produtos em rendas e a observação da produção das rendeiras. É importante destacar que, a renda de bilros é herança dos seus fundadores, os cearenses que povoaram a cidade de Raposa, e é uma das maiores riquezas do município no que tange aos aspectos culturais.

O SEBRAE Maranhão atua em um projeto chamado “Cadeia de valor do turismo” na cidade de São Luís, que engloba a região metropolitana, propondo que os produtos de turismo ligados à Economia da Experiência firmem-se como uma alternativa aos roteiros oficiais da capital maranhense, por exemplo, o Centro Histórico e as praias, já consolidados. A intenção é complementar a vivência do turista na “ilha do amor”⁶, para que a sua permanência seja estendida, devido a uma maior oferta de passeios. Segundo o SEBRAE (2017), esse projeto atua na cidade de Raposa, em que o turismo de experiência já é uma realidade, e pode ser uma opção vantajosa para quem deseja se desligar, mesmo que momentaneamente, da rotina do dia-a-dia, aproveitando as belezas naturais da cidade, com o melhor de um roteiro de mar, sol, aventura e gastronomia. Para o SEBRAE, o turismo de experiência

busca inovar ou complementar os atrativos de um destino, tendo em vista a emoção e o conhecimento que as experiências com a cultura local podem proporcionar ao turista e acompanha a tendência da Economia de Experiência – que se firma como uma forma de atuação do mercado turístico brasileiro (SEBRAE, 2017).

Em Raposa, este projeto atua desde o ano de 2017 e ainda estar em atividade, em parceria com cerca de 20 empresas, entre bares, restaurantes e agências responsáveis pelos passeios náuticos locais.

4.4 Atrações turísticas

Entre os principais atrativos turísticos do município sobressaem-se os passeios náuticos feitos com destino às praias e dunas da região, também conhecidas como Fronhas Maranhenses pela semelhança com os Lençóis Maranhenses. A culinária local é outro ponto de destaque para os turistas, que podem desfrutar de frutos do mar e da mais variada culinária regional.

⁶ A capital maranhense recebe vários nomes em referência a cultura, por exemplo: Ilha do amor, atenas brasileiras, capital do reggae e outros.

Dentre os atrativos naturais da cidade de Raposa mais conhecidos são, conforme o inventário realizado por ANDRADE et al (2019):

- a) **Croa do Sarnambi:** Pequeno Banco de Areia localizado entre o Porto do Braga e o Igarapé do Afoga Burro, onde são encontradas algumas espécies de mariscos, dentre elas o Sarnambi, muito utilizado na culinária local. Como experiência, alguns passeios cozinham e servem o marisco no próprio barco.
- b) **Criatório das Ostras:** Fica localizado em uma pequena ilha onde são cultivadas de forma artesanal, ostras típicas do litoral maranhense.
- c) **Praia de Mangue Seco:** Fica localizada no bairro do Araçagy, possui alguns bares bem simples. Seu principal acesso é feito pela MA 203, contornando à esquerda na Rua São Sebastião, até o final da Rua. Onde ficam estacionados os veículos. Daí em diante, segue-se a pé pela trilha que dá acesso à praia.
- d) **Praia do Pucal:** é uma praia que vem sofrendo constantes mudanças naturais em função do avanço das marés, que já consumiu quase que toda a sua faixa de areia. Deve ser visitada com acompanhamento de guias locais.
- e) **Praia de Itaputúia:** A ilha é de propriedade privada, porém é muito frequentada por moradores dos bairros mais próximos. Mas, para o turista ou visitante a melhor forma de se conhecer essa pequena ilha, é através de passeio náutico acompanhado de guias ou condutores especializados.
- f) **Praia do Garrancho:** Inicia-se após o Viva Raposa e estende-se até o Porto do Carvão. É um importante ponto de apoio para as embarcações que fazem passeio e transporte de turistas e visitantes para a Praia de Carimã, Ilha das Ostras, Ilha de Itaputúia, Crôa de Sarnambi e Ponta de Cururupu, dentre outros.
- g) **Ilha de Cururupu:** é uma ilha privada localizada na Baía de São José, geograficamente integrada ao município de Raposa. Cercada pela Praia de Carimã e também por canais e igarapés, que compõe uma extensa faixa de manguezais preservados, por onde são realizados diversos passeios náuticos.
- h) **Praia de Carimã:** é uma das mais belas e tranquilas praias de Raposa. Sua localização geográfica ao norte do município marca o início da Ilha de Cururupu. O acesso é feito apenas através de travessia em embarcações do tipo biana motorizada.

Quanto aos empreendimentos que mais atraem turistas, também de acordo com os autores ANDRADE et al (2019):

- a) **Farol do Araçagy:** Localizado no bairro de mesmo nome.

- b) **Haras 4 irmãos:** Complexo especializado em atividades equinas que conta com estrutura de ótima qualidade incluindo: restaurante, Hotel e atividades secundárias como banho de açude e pesque solte.
- c) **Corredor das Rendas:** Em um pequeno trecho da Avenida dos Pescadores, fica localizado o Corredor das Rendeiras. São 25 lojinhas típicas, instaladas nas próprias residências, onde são comercializadas as tradicionais rendas de bilro, produzidas pelas rendeiras de município.
- d) **Fazendinha Parque Raposa:** Hotel, Restaurante, Centro de Convenções e Mine Parque Temático. É uma excelente opção de lazer e entretenimento localizado no bairro do Inhaúma.
- e) **Aventura Rural:** Restaurante típico localizado na zona rural do município, na comunidade de Primirim. Possui lagos natural para banho, pesca e também para a prática de canoagem e stand up pedal.

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS

A estrutura abordada nesse trabalho abrange sete etapas que foram subdivididas e que delimitam o trabalho desenvolvido. Dentre elas, a escolha dos métodos que melhor atendem os objetivos propostos, assim como o tipo de pesquisa e procedimentos técnicos, a definição do local da pesquisa onde foi realizado o trabalho, a escolha e seleção de membros de uma população que constitui a amostra, o tratamento e a análise dos dados e por fim as limitações da pesquisa.

5.1 Delimitação dos métodos

Consoante à natureza desta pesquisa, pode ser considerada básica classificada em de diagnóstico, como explica o autor Nascimento (2016), tal pesquisa objetiva gerar conhecimento novo para o avanço da ciência, busca gerar verdades, ainda que temporárias e relativas, de interesses mais amplos (universalidade) [...]. Não tem, todavia, compromisso de aplicação prática do resultado. E a classificação como diagnóstico busca traçar um panorama de uma determinada realidade.

Quanto ao seu objetivo caracteriza-se como descritivo-exploratória, uma combinação de dois tipos, tendo em vista que a descritiva é aquela que o pesquisador apenas registra e descreve os fatos observados sem interferir neles, visando descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Utiliza-se de técnicas específicas, dentre as quais se destacam a entrevista, o formulário, o questionário, o teste e a observação (PRODANOV, 2013, p. 52). E a exploratória é quando a pesquisa tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto a ser investigado, possibilitando sua definição e seu delineamento, isto é, facilitando a delimitação do tema da pesquisa. [...] Em geral, envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão (PRODANOV, 2013, p. 51).

Sendo assim, com o estudo descritivo-exploratório é possível que o pesquisador exponha características de determinada população ou de determinado fenômeno, como a cultura e valores que os norteiam, além de proporcionar mais informações mais transparentes sobre a realidade que está sendo explorada. No caso desta pesquisa o objetivo é analisar o turismo como indutor do desenvolvimento socioeconômico no município de Raposa – MA.

Quanto ao método utilizado para esta pesquisa foi o quali-quantitativo, uma técnica mista que envolve tanto os aspectos qualitativos quanto os quantitativos na análise dos dados,

para responder ao problema da pesquisa em questão. O autor Creswell (2007, p. 35) destaca o que seriam as técnicas quantitativa, qualitativa e método misto:

- a) **Quantitativa:** é aquela em que o investigador usa primariamente alegações do tipo raciocínio de causa e efeito, redução de variáveis específicas e hipóteses e questões, uso de mensuração e observação e teste de teorias, empregando estratégias de investigação como levantamentos e coleta de dados, que geram dados estatísticos.
- b) **Qualitativa:** usa estratégias de investigação como narrativas, fenomenologias, etnografias, estudos baseados em teoria ou estudos de teoria embasada na realidade. O pesquisador coleta dados emergentes abertos com o objetivo principal de desenvolver temas a partir dos dados.
- c) **Quali-quantitativa:** baseia as alegações de conhecimento em elementos pragmáticos (por exemplo, orientado para consequência, centrado no problema e pluralista). Essa técnica emprega estratégias de investigação que envolve coleta de dados simultânea ou sequencial para melhor entender os problemas de pesquisa. A coleta de dados também envolve a obtenção tanto de informações numéricas como de informações de texto, de forma que o banco de dados final represente tanto informações quantitativas como qualitativas.

Em relação ao objeto de estudo, a pesquisa abrange um estudo de caso único, permitindo que o pesquisador tenha um conhecimento mais abrangente da realidade e dos fenômenos que busca se pesquisar. Segundo Yin (2010, p. 39), [...] o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. Pode ser aplicada em uma instituição, uma escola, em evento, um grupo, uma pessoa, entre outros. Desse modo, busca-se explorar e analisar como um fenômeno pode ser relevante para o desenvolvimento socioeconômico de um município.

No que tange a pesquisa, a análise será realizada para se descrever como a atividade turística pode ser indutora do desenvolvimento da cidade de Raposa – MA, atendendo-se a quatro perspectivas: poder público, comunidade empresarial, comunidade residente e turista.

5.2 Local da Pesquisa

A pesquisa foi realizada no município de Raposa – MA.

5.3 Amostra

A amostragem desta pesquisa foi composta por “acessibilidade”. Que conforme Gil (2008)

Constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem. Por isso mesmo é destituída de qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão.

Nesse sentido a pesquisa teve como universo os setores públicos (secretaria municipal do turismo) e privados (empresários do setor turístico), bem como os turistas e a comunidade residente da cidade de Raposa - MA. A amostra teve o total de 155 entrevistados, subdividindo-se em 01 representante do setor público, 20 empresários, 75 turistas e 59 moradores da cidade.

5.4 Instrumento e Coleta de Dados

Foram construídos 04 questionários adaptados das dissertações de Simão (2009) da Universidade de Lisboa, Congro (2005) da Universidade do Vale do Itajaí e Silva (2006) da Universidade Estadual de Santa Cruz, um para cada variável.

Os questionários foram constituídos de perguntas abertas e fechadas (associados a uma escala de concordância do tipo Likert de cinco pontos). Buscando por base abordar a percepção dos empresários (9 questões), turistas (13 questões), comunidade residente (26 questões) e representante do setor público (10 questões) em relação à atividade turística no município de Raposa – MA.

5.5 Coleta de dados

A coleta de dados ocorreu em duas fases: a primeira parte baseou-se em pesquisa bibliográfica e documental, artigos, livros publicados e com acesso público, revistas, teses e dissertações relacionadas ao tema, objetivando a formação de conteúdo que alicerçasse o estudo em questão. A segunda parte foi desenvolvida para instrumento de coleta de dados, utilizando questionários com o auxílio da ferramenta online *Google formulários*, onde ocorreu o compartilhamento da pesquisa via redes sociais no formato digital (*Whatsapp e Instagram*), além da aplicação da pesquisa em campo por meio pessoal com empresários, moradores e turistas na cidade de Raposa – MA.

5.6 Tratamento de dados

A análise e interpretação ocorreram com base nas pesquisas quali-quantitativa, que se preocupa com o aprofundamento da compreensão social de um grupo, de uma organização ou comunidade, e ainda quantifica a frequência de expressões e dados analisados da amostra dentro do contexto da pesquisa, abordando aspectos da realidade.

O tratamento de dados utilizou a técnica de análise de conteúdo. Segundo Santos (2012) é uma leitura intensa, determinada pelas condições oportunizadas pelo sistema linguístico e tem como foco a descoberta de vínculos existentes entre o conteúdo do discurso e os aspectos exteriores. Este conjunto de técnicas, segundo Bardin (2011), tem por objetivo enriquecer a leitura e ultrapassar as incertezas, extraindo conteúdos por trás da mensagem analisada. E ainda, permite ao pesquisador a percepção, o emprego e a aplicação de um conteúdo delimitado.

Para a análise quantitativa, primeiro utilizou-se a ferramenta online *Google formulários* para coleta de dados, após essa etapa, os dados foram transferidos para o programa *Excel for Windows*, onde se realizou a construção de tabelas para a exposição dos dados primários e suas análises, em seguida foi realizada a construção de gráficos, para melhor exposição dos resultados.

5.7 Limitações da Pesquisa

Salienta-se como limitações da pesquisa o quantitativo de entrevistados em cada variável estudada (empresários, setor público, moradores e turistas), pois foi analisada apenas uma amostra do todo, o que pode não refletir a realidade em sua totalidade.

Destaca-se a administração municipal como outra limitação dessa pesquisa, pois foi obtido apenas dado da secretaria de turismo, faltando à visão holística englobando outras secretarias, como a de administração e planejamento. Além de que não foram apresentados documentos oficiais que servissem como comprovação para as respostas obtidas.

O tempo também foi uma das limitações desta pesquisa, tendo em vista o cronograma, não foi possível ir a campo por mais dias, podendo desta forma abranger um quantitativo maior de respostas.

6. DISCUSSÕES E RESULTADOS

Este capítulo tem por objetivo apresentar os dados coletados na pesquisa de campo realizada com empresários, munícipes, turista e representante do setor público (secretário municipal de turismo), onde serão apresentados separadamente, para melhor entendimento. Foi utilizado para análise dos dados e geração dos gráficos o programa *Excel*.

6.1. Quanto ao Setor Público

Para melhor desenvolvimento desta pesquisa, foi aplicado um questionário contendo 10 perguntas (fechadas e abertas), via ferramenta do *Google Forms* compartilhado por meio de conversa no aplicativo *Whatsapp* com o Secretário Municipal de Turismo de Raposa – MA, o senhor Edson Duarte. Desta forma, foi possível elencar algumas ações que estão sendo desenvolvidas e outras que se pretendem desenvolver no setor de turismo, com o propósito de potencializar e estruturar o ramo na cidade, além de ter uma análise do posicionamento e importância que essa atividade vem ocupando atualmente.

Nesta perspectiva, cabe ressaltar que as perguntas presentes no questionário foram escolhidas no intuito de evidenciar o turismo como indutor do desenvolvimento socioeconômico na cidade de Raposa - MA e, principalmente, as ações desenvolvidas pelo poder público para estimular essa atividade.

Diante disso, segundo o secretário de turismo da região, o turismo consiste em “uma atividade chave para desenvolver o município”, e assume um papel importante no contexto da atual administração pública do município. Em sua entrevista, o senhor Edson afirma também que esta atividade econômica abrange a estratégia que vem sendo utilizada por esta administração para desenvolver socioeconomicamente a região. No entanto, não há um plano de desenvolvimento socioeconômico municipal formalizado.

Atualmente, o turismo vem se destacando como uma “atividade que gera muito valor acrescentado para o município e emprega um número significativo de pessoas”. Entretanto, não foram repassados dados reais de quantos empregos são gerados através dessa atividade na cidade.

No que diz respeito aos Conselhos Municipais, é importante ressaltar que o MTur disponibiliza uma cartilha, que estabelece a formação desse conselho, recomendando que 1/3 dos seus membros sejam do poder público, 1/3 da iniciativa privada e 1/3 da sociedade civil

organizada.⁷ Como consta na fala do secretário, o município de Raposa conta com a formação de um conselho dessa natureza, no qual seus membros “se reúnem sempre que necessário” (para tratativas sobre o tema).

Ainda em conformidade com a entrevista concedida, o secretário de turismo destaca algumas políticas públicas que foram e estão sendo executadas pela secretaria municipal de turismo, em parceria com a Prefeitura municipal, para alavancar o setor turístico nesta cidade, como:

“A melhoria de acesso aos principais atrativos, sinalização, qualificação de mão – de – obra, promoção e comercialização dos atrativos turística, implantação do Centro de Atendimento ao Turista, implementação de novos roteiros turísticos, além de incentivo a formalização de empresas que atuam no setor”.

Da mesma forma, afirmou que em parceria com outros órgãos, houve ofertas de cursos de qualificação para as pessoas que trabalham direta ou indiretamente com o turismo. Por meio do Instituto Federal do Maranhão - IFMA “foi ofertado curso de inglês básico para 40 guias de turismo”⁸, com a proposta de melhorar a relação entre os guias e turistas que visitam a cidade, além de “parcerias com a SETUR – MA e SEBRAE – MA, onde no total já foram qualificados mais de 500 pessoas da cidade com foco no turismo, em várias as áreas, como: qualidade total em atendimento, recepcionista, camareira, manipulação de alimento seguro, condutor de turistas etc.”. É importante ressaltar, em relação ao primeiro dado, que documentos comprobatórios foram disponibilizados para dar credibilidade às informações compartilhadas. No entanto, no que se refere ao segundo dado, não houve a comprovação das parcerias pautadas em sua fala.

Em termo da interação do poder público com a iniciativa privada, buscou-se compreender qual a relação conjunta dessas duas áreas para o desenvolvimento do turismo nesta cidade. Em conformidade com o senhor Edson, sobre esses dois setores, “sempre que necessário, reúnem-se para a participação popular na tomada de decisões”. Sem muitas informações, cabe aqui o questionamento de como essa relação é desenvolvida, e se acontece, ou não, de forma amistosa.

Dito isso, e como não poderia deixar de ser, procurou-se alternativas em busca desse desenvolvimento para a região da Raposa. Segundo o Secretário Edson, para que isso

⁷ Orientações Técnicas para Criação de Conselho Municipal de Turismo. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/CARTILHA_CONSELHOS_MUNICIPAIS_REVISADA_05_10_18.pdf

⁸ Fonte: Pagina da Prefeitura de Raposa. Disponível em: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1127528127417515&id=580204335483233

aconteça é preciso “mais investimentos”. Assim, ao ser instigado sobre quais tipos de investimentos, e quais os setores que deveriam ser responsáveis, foram elencados alguns pontos, como:

“Portal temático do município, portal do corredor das rendeiras, recuperação da praça local Chico Noca, sinalização turística da MA 203 (principal acesso a cidade), melhoria dos acessos às praias de Mangue Seco, Pucal e Olho de Porco, urbanização do Porto do Veloso, Urbanização do Bairro do Garrancho (principal ponto de saída dos passeios náuticos realizados no município), entre outros”.

Para melhor compreensão e um olhar mais holístico sobre a perspectiva do poder público, também foi consultado dois Planos Plurianuais (PPA), disponíveis no portal da transparência do município, a fim de descrever quais os projetos e ações estão pautadas para esta área, com o intuito de relacionar, com as falas do secretário de Turismo. Além de verificar a existência de recursos destinados para execução de tais projetos.

Os Planos analisado foram referentes aos períodos de 2014-2017 e 2018-2021, é importante destacar que o PPA, é um dos três instrumentos orçamentais utilizados pelos governos para organizar e administrar o orçamento público, e estabelece os objetivos e metas planejadas pela administração pública. Desta forma, é um plano das ações pretendidas pelo governo a médio e longo prazo.

TABELA 1: PLANO PLURIANUAL 2014-2017 DO MUNICÍPIO DE RAPOSA - MA

PROGRAMAS/AÇÕES	RECURSOS PRÉ-ESTABELECIDO POR ANO				
	2014	2015	2016	2017	Total
Desenvolvimento de manifestação cultural - festa São Pedro	90.000,00	94.500,00	108.900,00	114.490,25	407.890,25
Desenvolvimento da festa do pescador	78.000,00	81.900,00	0,00	0,00	159.900,00
Desenvolvimento e apoio de eventos populares	120.000,00	126.000,00	106.480,00	111.417,00	463.897,00
Desenvolvimento da política do turismo	96.680,00	101.514,00	0,00	0,00	198.194,00
Plano de desenvolvimento do turismo de raposa	132.400,00	139.020,00	160.204,00	168.427,55	600.051,55
Marketing turístico	159.000,00	166.950,00	99.220,00	104.313,25	529.483,25
Infraestrutura turística	209.000,00	219.450,00	43.560,00	45.266,50	517.276,50
Convênio ministério do turismo - sinalização turística	145.884,35	153.178,57	47.640,00	48.324,37	395.027,29
Desenvolvimento do turismo ecológico e rural	10.560,00	11.088,00	0,00	0,00	21.648,00
Desenvolvimento do projeto beira mar	160.000,00	168.000,00	97.900,00	101.617,00	527.517,00

Programa de promoção e apoio a comercialização turística	70.000,00	73.500,00	84.635,00	88.978,75	317.113,75
--	-----------	-----------	-----------	-----------	------------

Total **4.760.906,47**

Fonte: adaptado do Plano Plurianual do Município de Raposa - MA para o quadriênio 2014-2017. Disponível em: <https://www.joeri.srv.br/raposa/upload/PPA/2019/10/PPA%20e05676a337093a100af9ea786f56f7fe.pdf>

Conforme os dados expostos acima, o PPA 2014-2017 elencou várias as ações e programas para desenvolver o setor turístico, com destaque para os projetos de fomento das Tradicionais Festas de São Pedro e do Pescador, Plano de Desenvolvimento do Turismo de Raposa, Infraestrutura Turística. Além desses, outros projetos importantes também foram sinalizados.

TABELA 2: PLANO PLURIANUAL 2018-2021 DO MUNICÍPIO DE RAPOSA - MA

PROGRAMAS/AÇÕES	RECURSOS PRÉ-ESTABELECIDO POR ANO				
	2018	2019	2020	2021	TOTAL
Desenvolvimento do turismo ecológico e sustentável	11.088,00	11.642,20	12.224,52	12.835,75	47.790,47
Desenvolvimento de manifestação cultural - festa são Pedro	189.000,00	198.450,00	208.372,50	218.791,13	814.613,63
Desenvolvimento da festa do pescador	81.900,00	85.995,00	90.294,75	94.809,49	352.999,24
Desenvolvimento e apoio de eventos populares	126.000,00	132.300,00	138.915,00	145.860,75	543.075,75
Desenvolvimento da política do turismo	206.514,00	216.839,70	227.661,69	239.065,77	890.081,16
Plano de desenvolvimento do turismo de raposa	139.020,00	145.971,00	153.269,55	160.933,03	599.193,58
Infraestrutura turística	219.450,00	230.422,50	241.943,63	250.104,89	941.921,02
Convênio ministério do turismo - sinalização turística	153.178,57	160.837,50	168.879,37	177.323,34	660.218,78
Desenvolvimento do turismo ecológico e rural	11.088,00	11.642,20	12.224,52	12.835,75	47.790,47
Desenvolvimento do projeto beira mar	168.000,00	176.400,00	185.220,00	194.481,00	724.101,00
Programa de promoção e apoio a comercialização turística	735.000,00	77.175,00	81.033,75	85.085,44	978.294,19
Total					5.621.785,10

Fonte: adaptado do Plano Plurianual do Município de Raposa - MA para o quadriênio 2018-2021. Disponível em: <https://www.joeri.srv.br/raposa/upload/PPA/2019/10/PPA%2008051686be1258e17dc824338e6fe170.pdf>

Ao comparar o PPA 2018-2021 ao PPA 2014-2017 é possível perceber a inclusão de uma nova ação, voltada para o desenvolvimento do turismo ecológico e sustentável, que vem crescendo nos últimos anos. Nos outros, apura-se o aumento significativo nos valores pré-estabelecidos a serem investidos, em todas as ações, exceto no plano de desenvolvimento do turismo, que caiu de R\$ 600.051,55 para R\$ 599.193,58. Neste plano também se verifica a ausência de ações para o Marketing Turístico, que estava contemplado no plano anterior. No total, os valores reservados para o turismo, pelo poder público de Raposa teve aumento de aproximadamente 18%, comparando as duas gestões.

Segundo a análise feita a partir do questionário respondido pelo secretário e da observação dos dois PPA, se pode perceber, na perspectiva da Secretaria de Turismo municipal, a existência de ações sendo desenvolvidas atualmente para incremento do turismo. Nota-se também que essa atividade vem gerando um número significativo de empregos na localidade, contribuindo para o aumento de renda dos empresários locais e de seus moradores. Além disso, impulsiona investimentos do poder público na melhoria da infraestrutura.

No entanto, ainda não existe um plano de desenvolvimento que norteie essas políticas, porém, o secretário de turismo acredita que haja necessidade de mais investimentos em infraestrutura, principalmente para que essa atividade possa ganhar maior destaque na cidade e conseqüentemente, atrair mais visitantes.

Diante de tudo que foi exposto, pode-se perceber que ainda há muito a se fazer por parte do poder público neste município. Porém, ainda que não seja considerado o ideal, já existem práticas que aos poucos estão fomentando a atividade turística, gerando emprego e renda para a população, e visibilidade entre os roteiros turísticos da Ilha de São Luís.

Diante do exposto, apresentam-se imagens que comprobatórias de algumas ações exemplificadas.

FIGURA 4: CERTIFICAÇÃO DE CURSO DE INGLÊS OFERECIDO AOS GUIAS DE TURISMO DO MUNICÍPIO



Fonte: Página Oficial da Prefeitura de Raposa no *Facebook*. Disponível em: <https://www.facebook.com/580204335483233/posts/1127528127417515/>

Na imagem acima, ver-se um trecho de uma publicação, noticiando a entrega de certificados do curso de Inglês Básico, ofertado para os guias de turismo local.

FIGURA 5: SINALIZAÇÃO TURÍSTICA NO CORREDOR DAS RENDEIRAS



Fonte: Prefeitura de Raposa. Disponível em: <https://www.facebook.com/PrefeituradeRaposa/photos/a.658005857703080/1088091061361222/?type=3&theater>

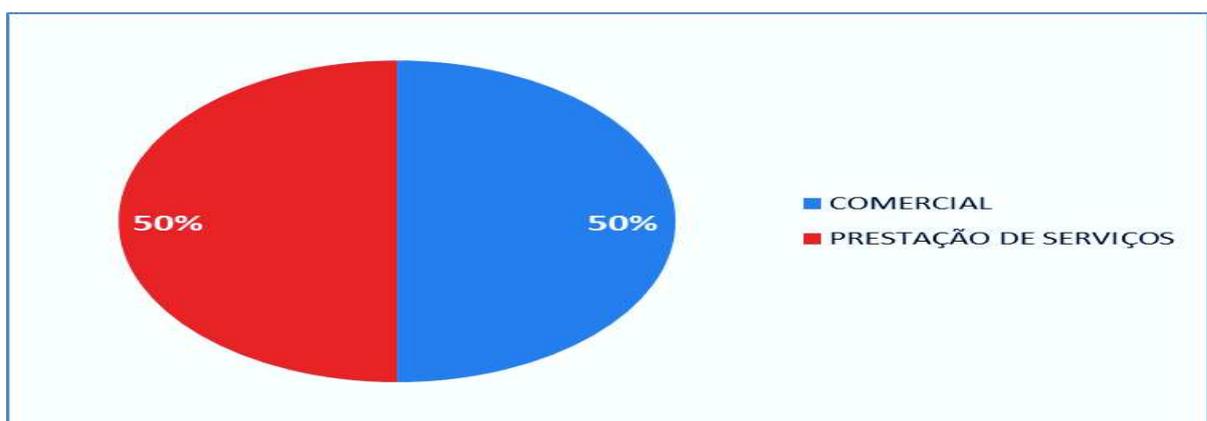
A figura 5 apresenta as sinalizações que começaram a ser implantadas no tradicional Corredor das Rendeiras.

6.2 Questionários do Empresário

No que se refere à iniciativa privada, na esfera do turismo, o grupo empresarial é uma variável de grande importância para que o sistema turístico funcione adequadamente. Pois participa de modo cooperado, concomitante ao poder público no desenvolvimento desse setor. Assim sendo, foi aplicado um questionário com vinte empresários que compõe o corpo turístico da cidade de Raposa, composto por 25 perguntas entre abertas e fechadas, incluindo a escala Likert de 01 a 05 quanto ao grau de importância de algumas variáveis e o seu impacto. A fim de entender, através da percepção deles, como esta atividade está organizada atualmente no município, se esta acarretando benefícios ou não, e principalmente buscar novas maneiras para cooperar com o desenvolvimento socioeconômico da região. Esse questionário foi composto por 25 perguntas entre abertas e fechadas, incluindo a escala Likert de 01 a 05 quanto ao grau de importância de algumas variáveis e o seu impacto. Os resultados encontrados nesta pesquisa serão apresentados em gráficos, com ênfase apenas naqueles mais relevantes.

Em relação ao perfil das empresas entrevistadas, 50% delas estão inseridas na área comercial, ou seja, comercializam algum tipo de produto aos turistas. Deve – se destacar uma grande quantidade de lojas de artesanato e rendas de bilro. Quanto aos 50% restantes, estas se enquadram na prestação de serviços, atuando principalmente, empresas de agências de turismo, guias, restaurantes e bares, conforme gráfico 1.

GRÁFICO 1: PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

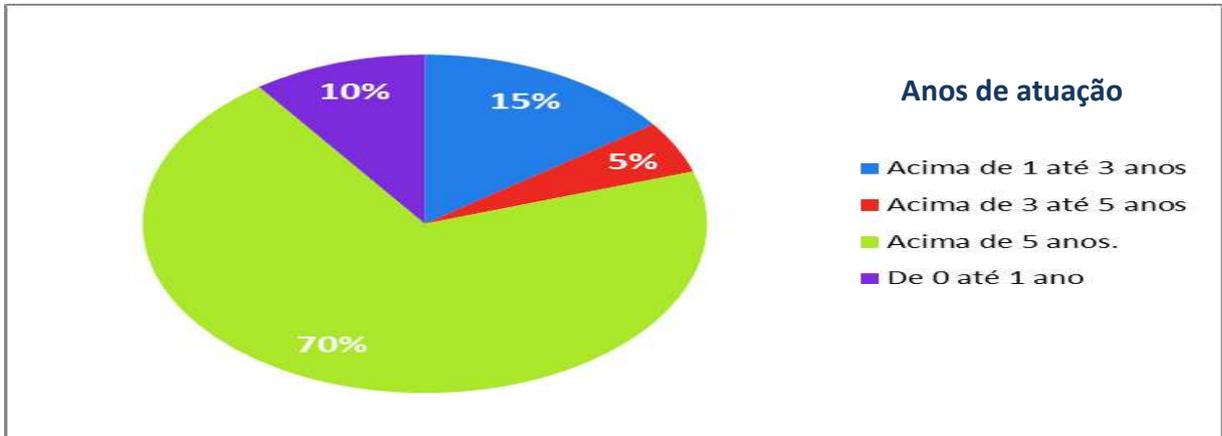


Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em relação ao tempo de atuação dessas empresas no mercado raposense, uma grande parcela das empresas analisadas está estabelecida com mais de 05 anos de mercado

(gráfico 2). Inclusive, deve – se ressaltar que a existência de empresas neste município, que atuam há mais de 15 anos no ramo turístico.

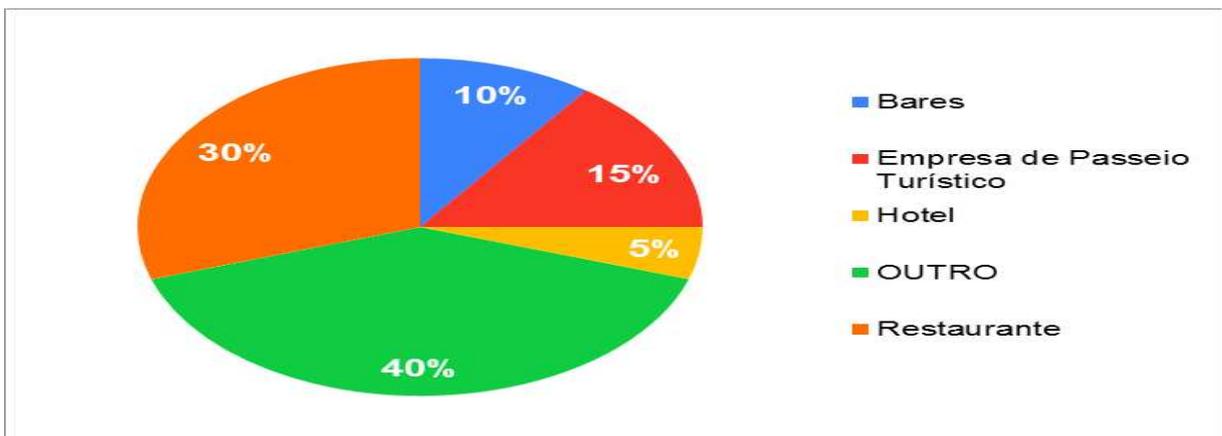
GRÁFICO 2: TEMPO DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS NO MERCADO TURÍSTICO RAPOSENSE



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em conformidade com o gráfico 3, os tipos de empresas, que mais se sobressaem entre as entrevistadas nesta pesquisa, são: categoria outros (40%), nesta categoria está inserida as lojas de artesanatos e rendas típicas da comunidade, os restaurantes (30%) e empresas de passeios turísticos.

GRÁFICO 3: TIPOS DE EMPRESAS



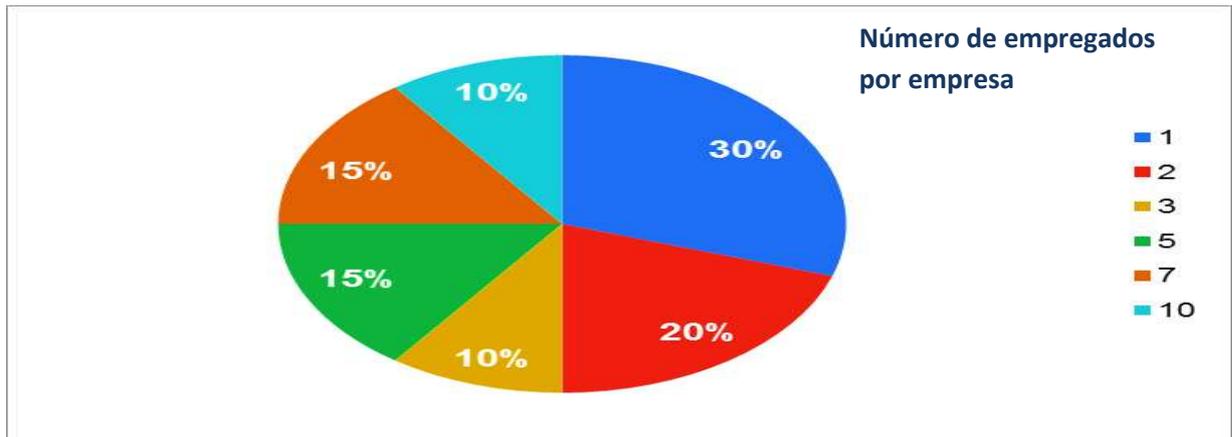
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No que tange o número de empregos gerados com base no ano de 2019, 50% das empresas que responderam ao questionário empregam entre um a dois funcionários (gráfico 4). Destaca-se que a média de empregos gerados é de 3,80 nessas empresas. Este dado pode estar relacionado, ao fato que a maioria das empresas estabelecidas, é pequena e do contexto

familiar. No entanto, foram encontrados estabelecimentos que chegam a empregar dez ou mais pessoas.

É importante frisar que muitos dos empresários entrevistados disseram que há contratações temporárias nas altas temporadas, normalmente nos períodos de férias, meses de dezembro, janeiro e julho.

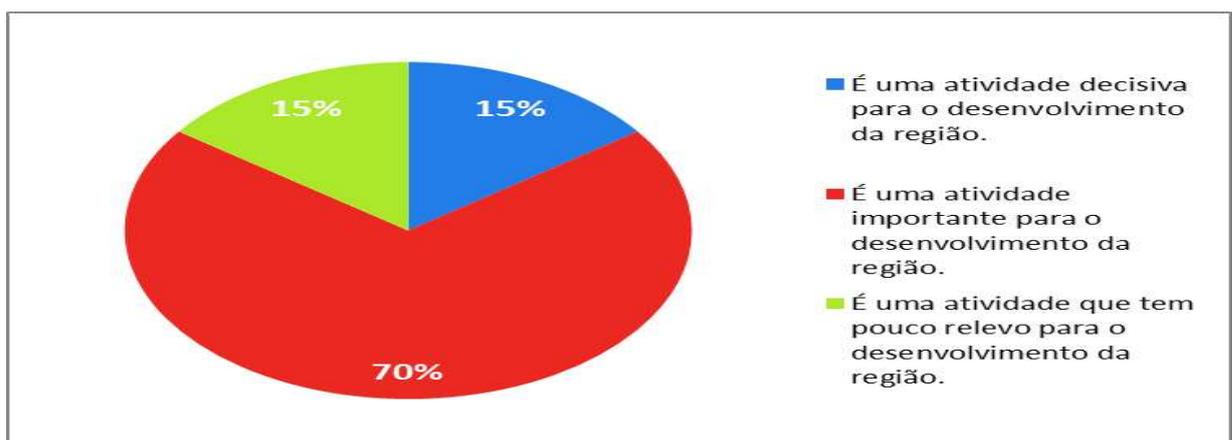
GRÁFICO 4: NÚMERO DE EMPREGOS GERADOS POR EMPRESA NO ANO DE 2019



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Segundo a comunidade empresarial de Raposa, correspondendo a um percentual de 70%, o turismo é uma atividade importante para o desenvolvimento da região.

GRÁFICO 5: IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA O MUNICÍPIO DE RAPOSA

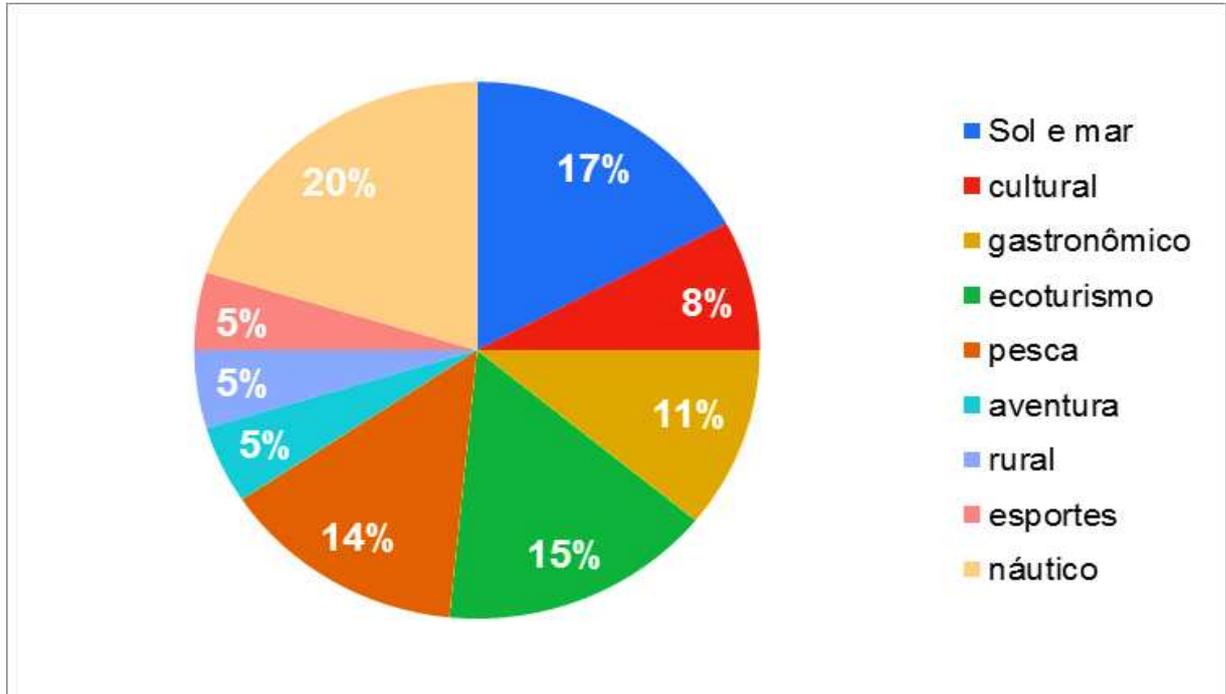


Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A segmentação de mercado é uma estratégia utilizada para manter a atividade turística competitiva no município e principalmente nas empresas que atuam nesse ramo. Portanto, por meio desse questionário procurou-se caracterizar o tipo de turismo mais predominante no município de Raposa, deste modo, conforme dados da pesquisa, os cinco

tipos com mais destaque na percepção empresarial são: turismo náutico (20%), turismo de sol e mar (17%), o ecoturismo (15%), o turismo de pesca (14%) e turismo gastronômico (11%),

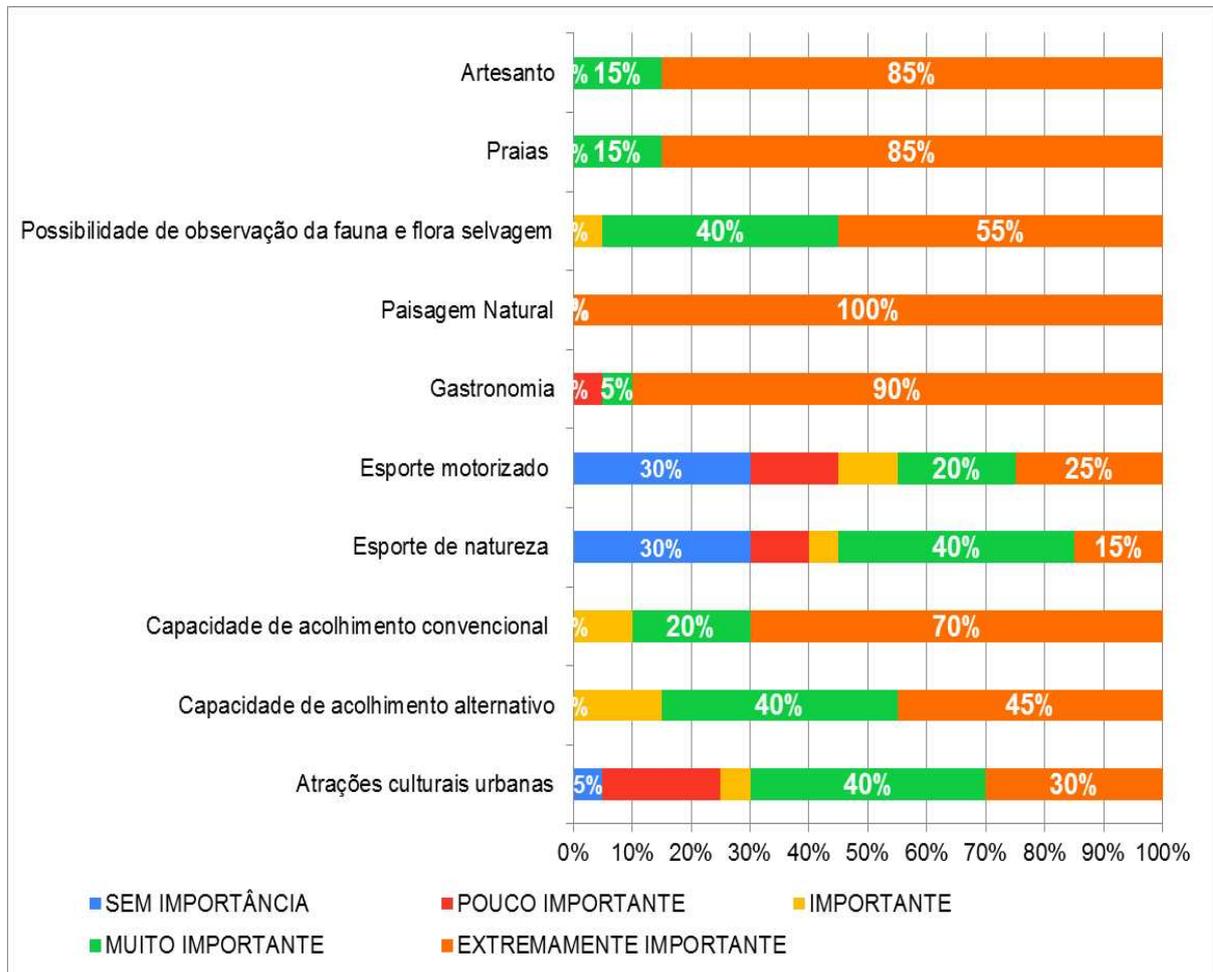
GRÁFICO 6: TIPOS DE TURISMO PRESENTES NO MUNICÍPIO DE RAPOSA PARA OS EMPRESÁRIOS LOCAIS



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

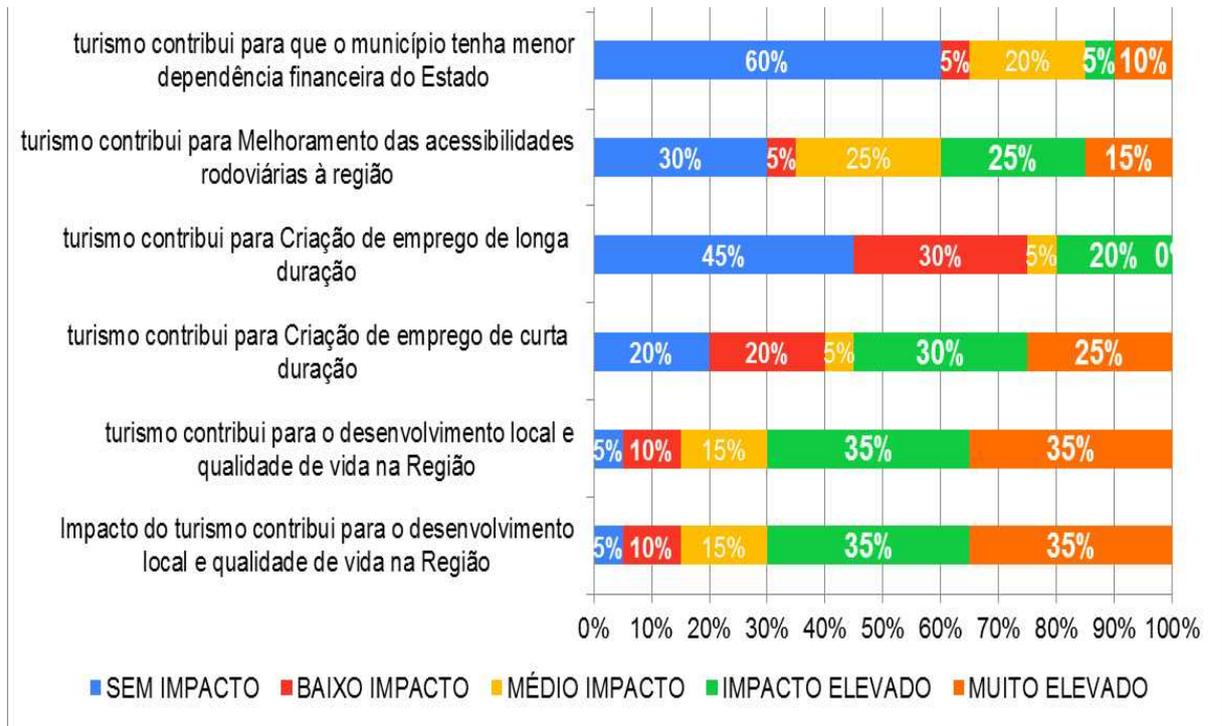
Conforme resultado da escala Likert utilizada em dez perguntas presentes no questionário aplicado aos empresários locais, na qual 01 correspondia a sem importância e 05 a extremamente importante. No que diz respeito ao grau de importância que algumas características apresentam perante o turismo do município raposense, destacam – se as seguintes variáveis: a Capacidade de acolhimento alternativo para o turismo, Capacidade de acolhimento convencional, gastronomia, paisagem natural, possibilidade de observar flora e fauna da região, praias locais e o artesanato local.

GRÁFICO 7: NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DE ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DO TURISMO DE RAPOSA, PARA OS EMPRESÁRIOS.



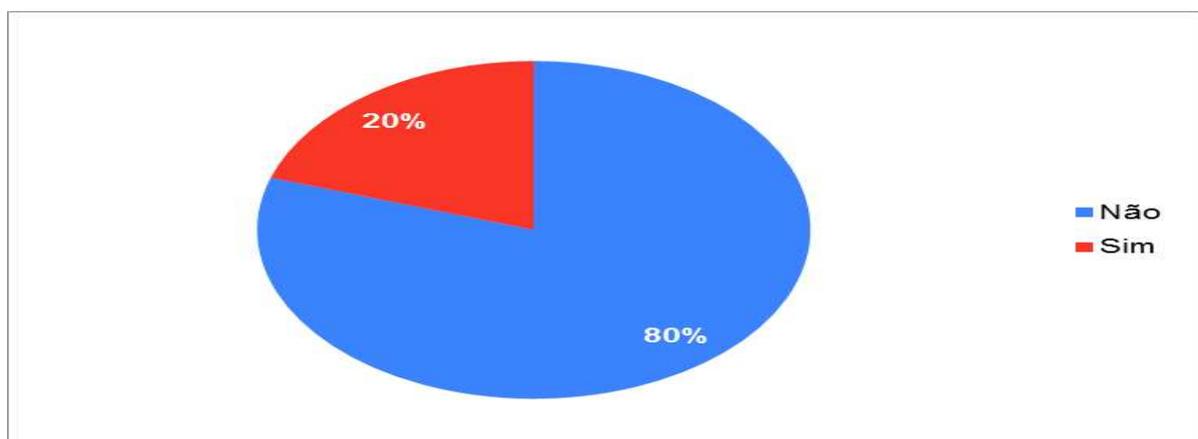
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Do mesmo modo, buscou-se a entender o impacto do turismo para algumas variáveis, utilizando escala Likert em algumas perguntas, na qual 01 correspondia a “sem impacto” e 05 a “muito elevado”. Assim sendo, as principais variáveis que mais impactam o desenvolvimento socioeconômico da região, para os empresários são: contribuição para o desenvolvimento local e qualidade de vida na Região, criação de empregos de curta duração.

GRÁFICO 8: IMPACTO DE VARIÁVEIS NO TURISMO DE RAPOSA

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em relação à existência de um plano de desenvolvimento do turismo, 80% dos empresários afirmam não ter conhecimento sobre nenhum plano do poder público para desenvolver a atividade turística no município de Raposa.

GRÁFICO 9: VOCÊ ENQUANTO EMPRESÁRIO, CONHECE ALGUM PLANO DE DESENVOLVIMENTO PARA O TURISMO?

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Por fim, perguntou-se aos entrevistados se eles teriam sugestões para o desenvolvimento do turismo na cidade de Raposa. A maioria das sugestões recebidas englobavam temas como: divulgação do turismo, melhorar infraestrutura da cidade, e limpeza urbana.

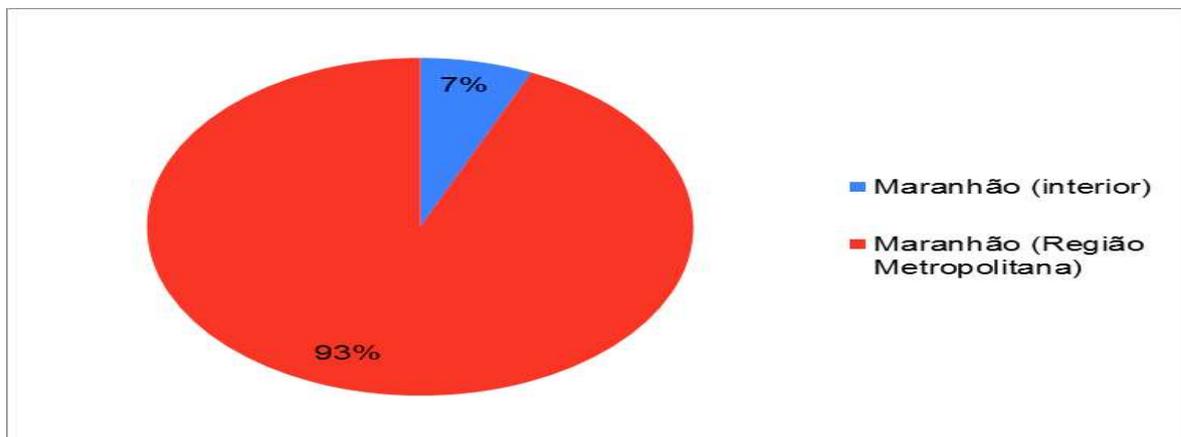
6.3. Questionário Para Turistas

Analisar a percepção dos turistas que visitam uma localidade permite entender como esse produto está sendo entregue ao seu consumidor final. Assim como, averiguar em quais aspectos esta oferta precisa melhorar, a fim de permitir que o município ofertante permaneça desenvolvendo e melhorando sua qualidade na prestação dos serviços e ofertas do produto turístico.

Diante disso, foram entrevistadas 75 pessoas que já visitaram o município de Raposa, contendo treze perguntas fechadas e uma aberta, com o objetivo principal de analisar sua satisfação com os serviços turísticos consumidos, bem como descrever o perfil do turista que visita a cidade.

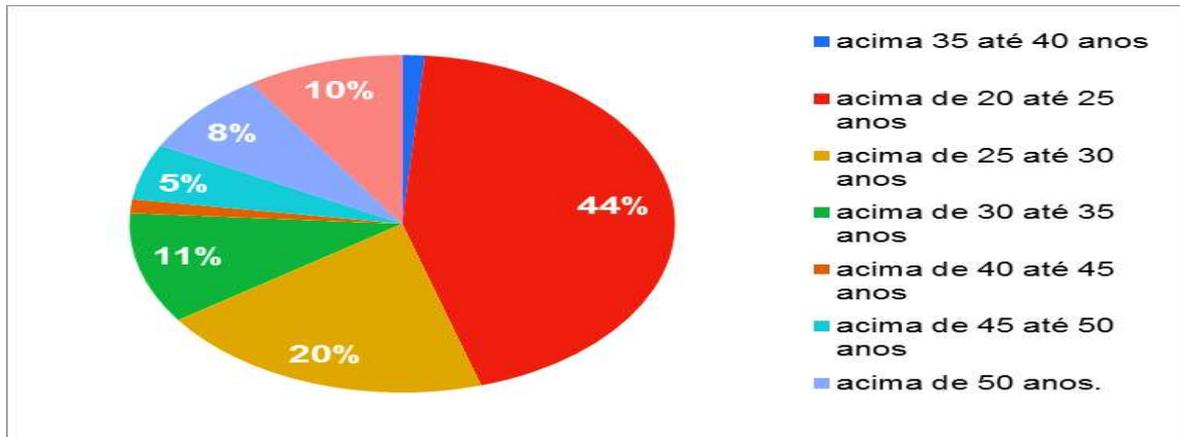
Deste modo, conforme dados da pesquisa, 93% das pessoas que visitam a cidade de Raposa pertencem à região metropolitana de São Luís – MA.

GRÁFICO 10: LOCAL DE RESIDÊNCIA DO TURISTA DE RAPOSA



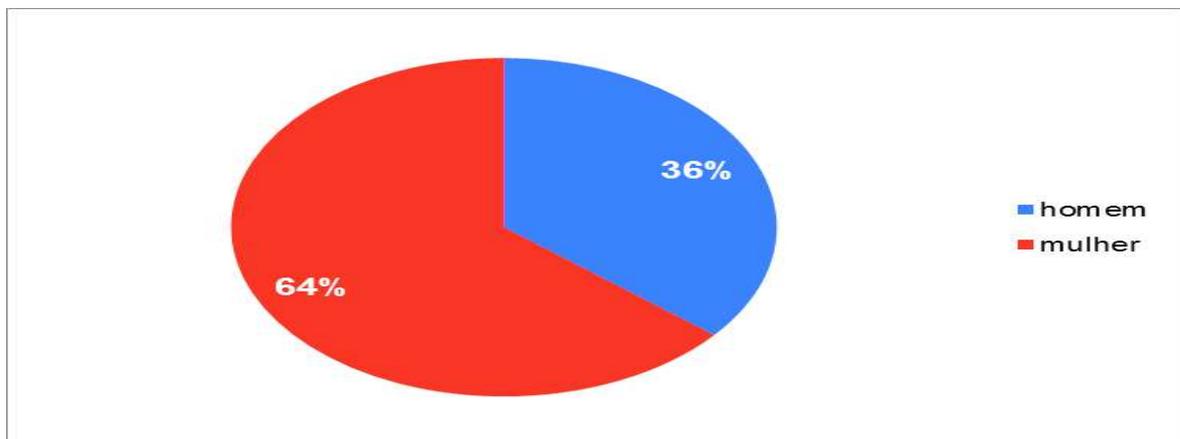
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No que diz respeito à faixa etária dos turistas respondentes, percebe-se por meio do gráfico 11, que há uma variação entre 16 anos a mais de 50. Porém, o público dos 20 a 25 anos predomina, logo atrás está o grupo de 25 a 30 anos. Esses dois grupos juntos, equivalem a 64% do total das respostas obtidas. Nesse sentido, é possível constatar que, o público que visita a cidade de Raposa, tende ser um público jovem.

GRÁFICO 11: FAIXA ETÁRIA DOS TURISTAS DE RAPOSA

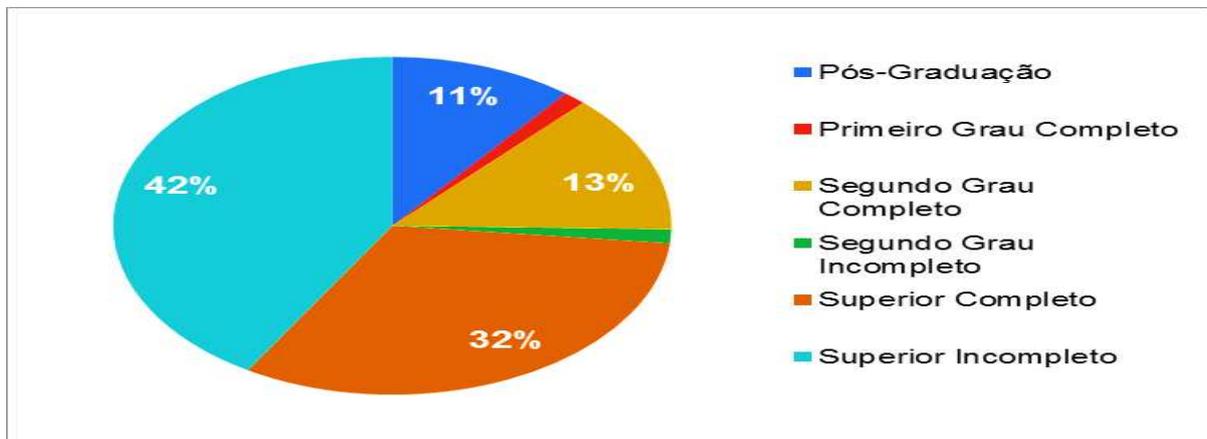
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Quanto ao sexo predominante, a maior parte dos turistas dessa cidade é do público feminino, representando um percentual de 64%, enquanto o sexo masculino correspondeu a 36%.

GRÁFICO 12: SEXO DOS TURISTAS DE RAPOSA

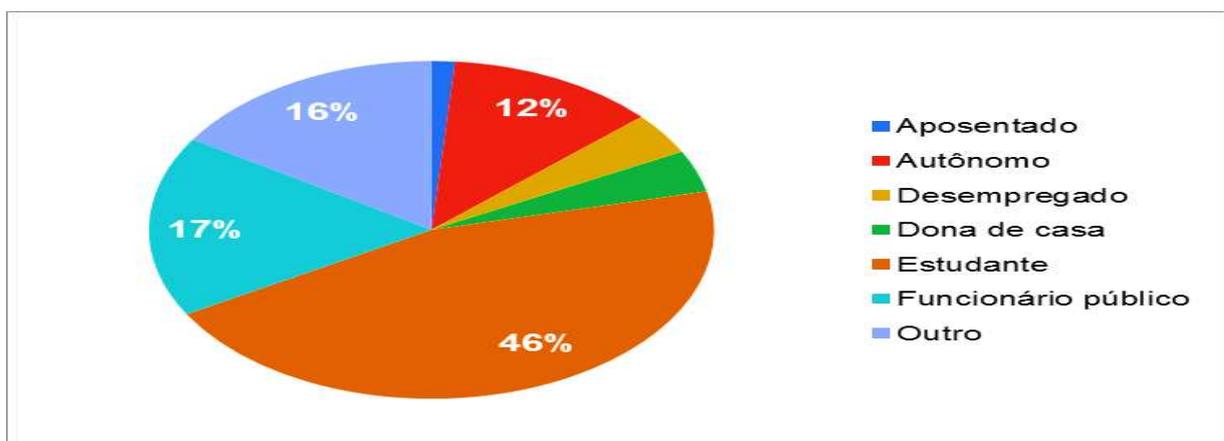
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No que se refere ao grau de instrução dos turistas que visitam a Raposa, pode – se perceber mediante aos dados da pesquisa, que os turistas desse município caracterizam principalmente por possuir o ensino superior completo ou incompleto. Esse fenômeno se explica pelo fato da maioria dos entrevistados estarem em idade predominante do meio acadêmico.

GRÁFICO 13: GRAU DE INSTRUÇÃO DOS TURISTAS DE RAPOSA

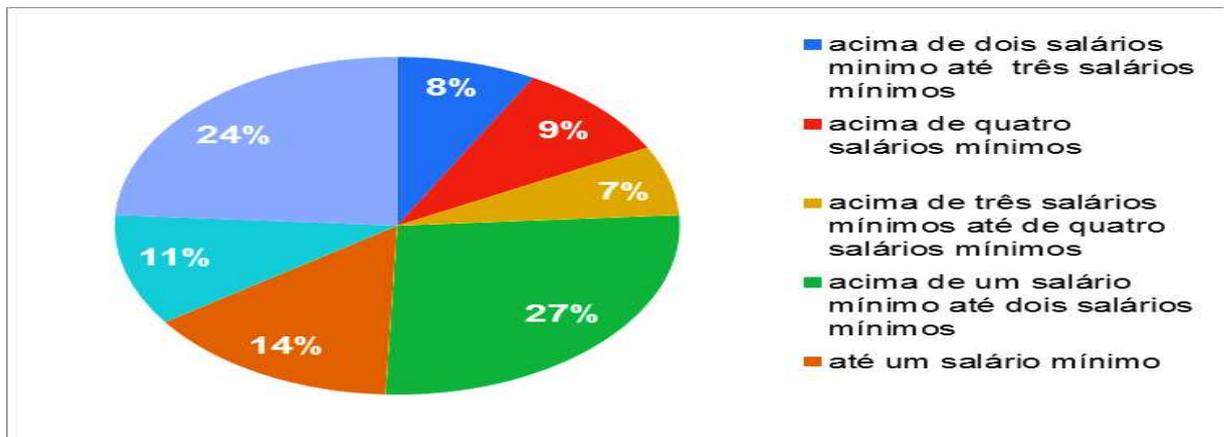
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Congruente ao gráfico 13, a ocupação da grande parte dos turistas respondentes é apenas estudante (45,33%), seguido de funcionário público (17,33%) e outros (16%).

GRÁFICO 14: PRINCIPAL OCUPAÇÃO DOS TURISTAS DE RAPOSA

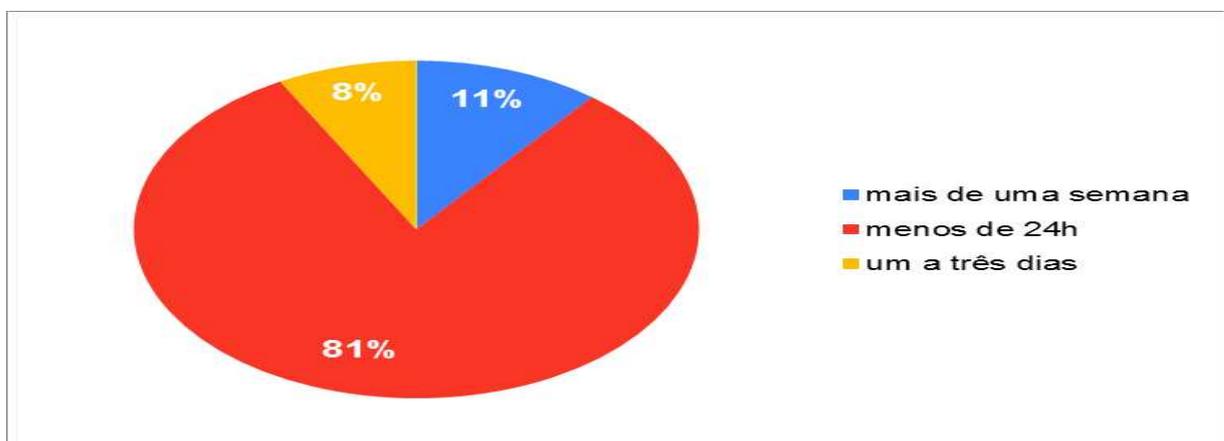
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A fim de complementar o perfil desses turistas e analisar o quanto esse visitante pode ter disponível para “investir na economia raposense” por meio da atividade turística, o questionário continha uma pergunta sobre a renda mensal desses entrevistados. Assim sendo, pode-se constatar uma grande variação entre as respostas, com destaque aos que têm “acima de um salário mínimo até dois salários mínimos” (26,67%) e os que “dependem dos pais ou responsáveis” (24%).

GRÁFICO 15: RENDA MENSAL DOS TURISTAS DE RAPOSA

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

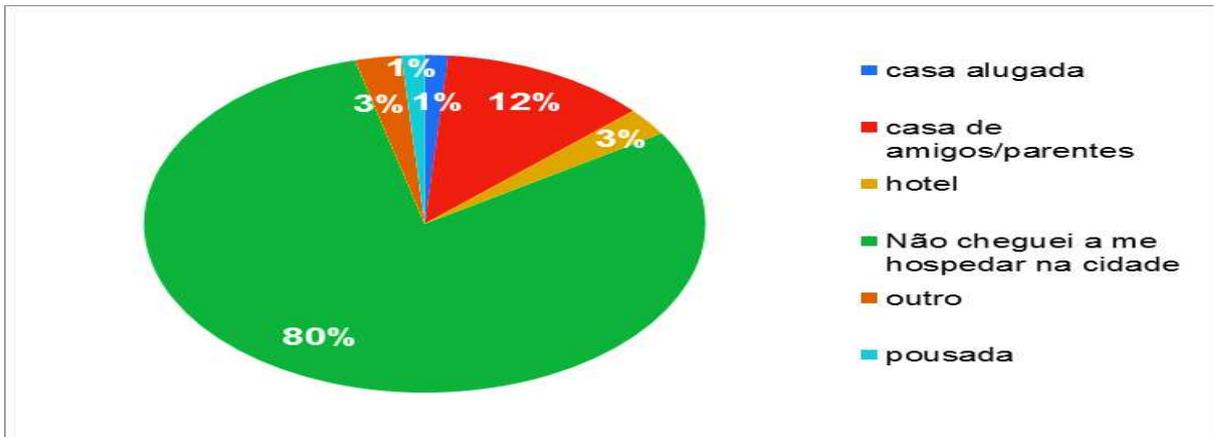
A principal característica para identificar se um visitante é turista de fato ou excursionista, refere – se ao tempo de permanência na cidade de destino. Portanto, buscou descobrir o público predominante no município de raposa. Desta maneira, por meio de dados da pesquisa, 81% dos visitantes de Raposa passam mesmo de 24 horas na cidade, logo é possível afirmar que seu público configura-se como “excursionista”, que é o visitante temporário.

GRÁFICO 16: TEMPO DE PERMANÊNCIA NO MUNICÍPIO DE RAPOSA

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em conformidade aos resultados acima, 80% dos entrevistados afirmou que não chegou a se hospedar na cidade.

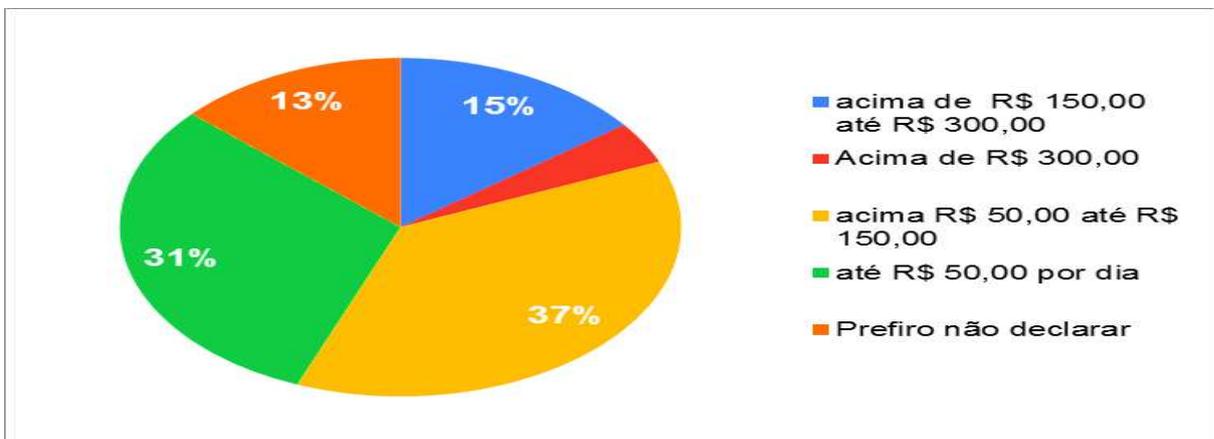
GRÁFICO 17: VOCÊ CHEGOU A SE HOSPEDAR NA CIDADE DE RAPOSA



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em relação à média de gastos por parte dos visitantes durante o período em que permanece no município raposense, é percebido no gráfico 17, que a maior parte dos turistas chega a gastar entre R\$ 50,00 a R\$ 150,00 por dia.

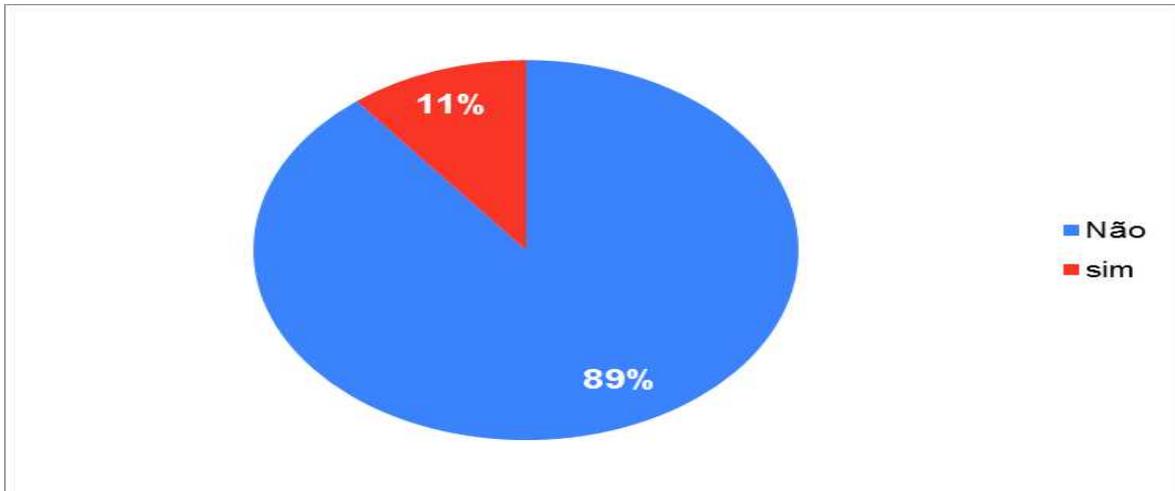
GRÁFICO 18: MÉDIA DE GASTOS DIÁRIOS DOS TURISTAS DE RAPOSA



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No que concerne à programação da viagem para a cidade de Raposa, nota-se que não há uma programação prévia por meio de agências de turismo.

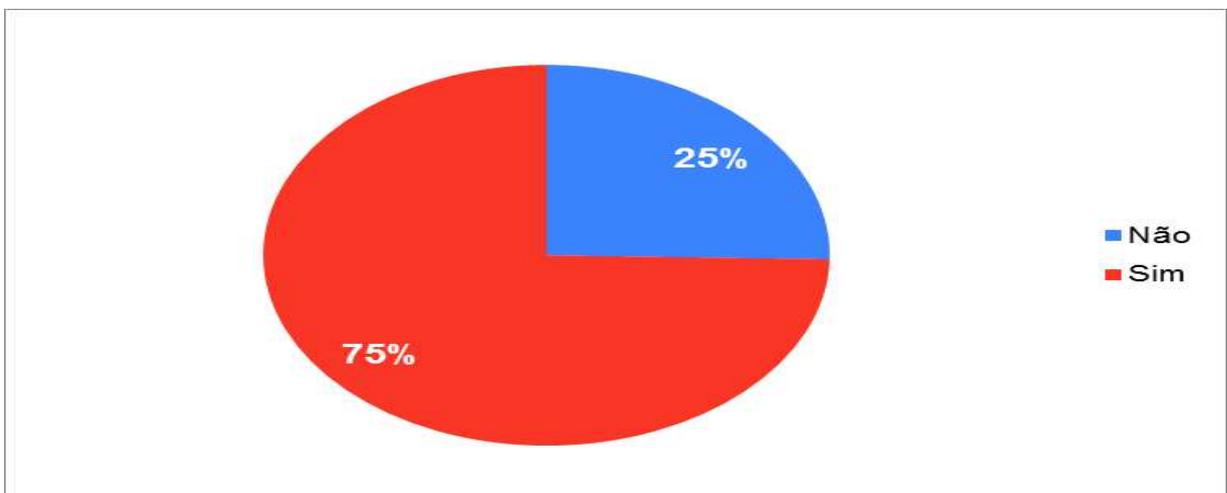
GRÁFICO 19: A VIAGEM FOI PROGRAMADA POR MEIO DE AGÊNCIAS DE TURISMO?



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

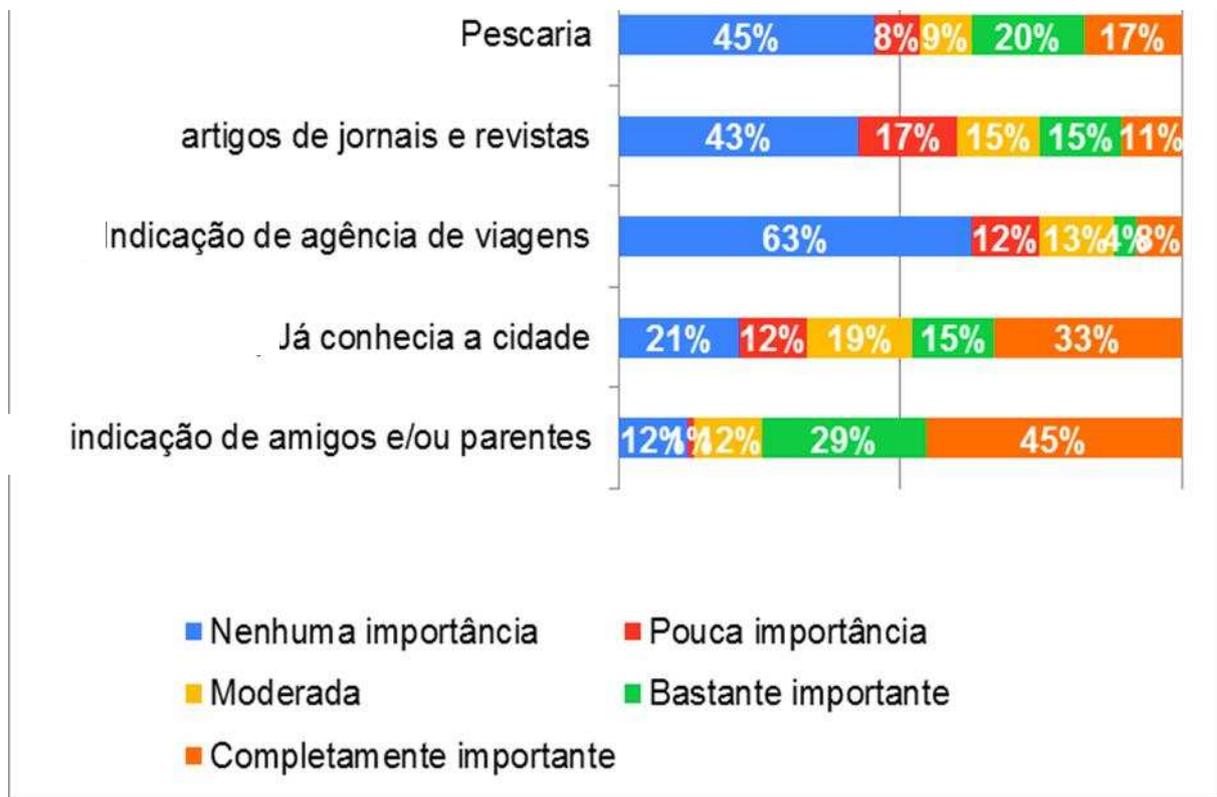
Em relação à realização de passeios turísticos durante a estadia na cidade de Raposa, 75% dos entrevistados realizam. Esse é um dado relevante, pois enfatiza o interesse que o visitante da cidade tem em desfrutar dos seus pontos turísticos.

GRÁFICO 20: VOCÊ REALIZOU PASSEIOS DURANTE A ESTADIA NA CIDADE DE RAPOSA



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

O questionário contemplou também uma pergunta sobre alguns aspectos que tiveram importância na motivação do turista em visitar a cidade de Raposa. Para isso, foi utilizada a escala Likert onde 01 correspondia a “nenhuma importância” e 05 a “completamente importante”. Entre as respostas obtidas, conforme dados do gráfico 21, destacaram - se: indicação de amigos/parentes e a alternativa que já conheciam a cidade.

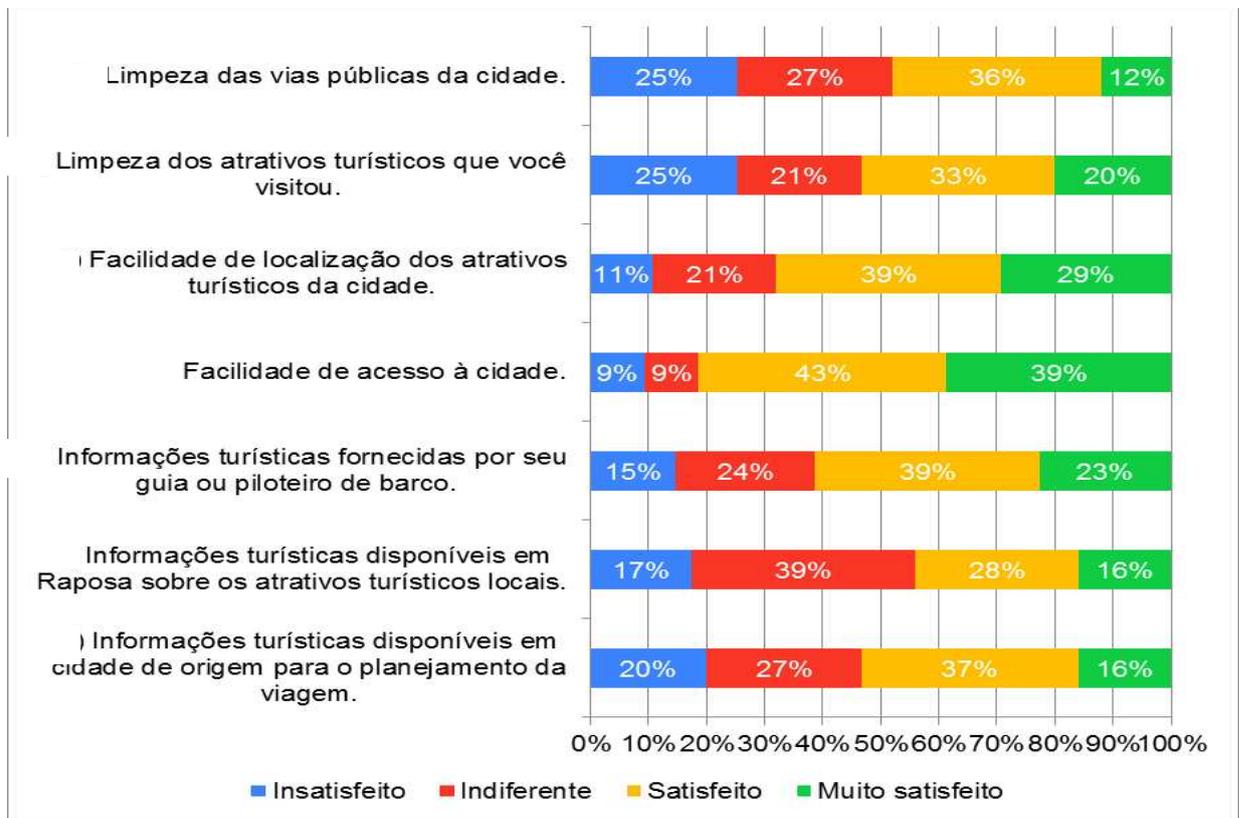
GRÁFICO 21: O QUE MAIS INFLUÊNCIA O TURISTA A VISITAR A RAPOSA?

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Os dados acima refletem como a divulgação “boca-a-boca” tem bastante efeito sobre aqueles que visitam essa cidade. Desse modo, salienta-se a necessidade de oferecer um serviço e uma estadia de qualidade, para que mais turistas sejam atraídos ao município, e conseqüentemente, o que já visitaram, retorne.

Do mesmo modo, averiguou-se o grau de satisfação do turista com a cidade de Raposa, numa perspectiva holística. Foi utilizada a escala Likert, variando de 01 a 04, onde 01 representava “insatisfeito” e 04 correspondia a “muito satisfeito”. O resultado geral obtido foi que os turistas se sentiram indiferentes, ou seja, não reconheceram a importância desses quesitos durante a estadia na cidade. No entanto, entre as variáveis que tiveram destaque entre satisfeito e muito satisfeito, foram: Informações turísticas fornecidas por seu guia ou piloto de barco, Informações turísticas fornecidas pelos moradores da cidade, Facilidade de acesso à cidade, Facilidade de localização dos atrativos turísticos da cidade, Qualidade do atendimento dos comerciantes/vendedores da cidade, Qualidade do atendimento dos serviços de alimentação da cidade, Segurança em relação ao destino durante o planejamento da viagem e Segurança durante a realização dos passeios turísticos.

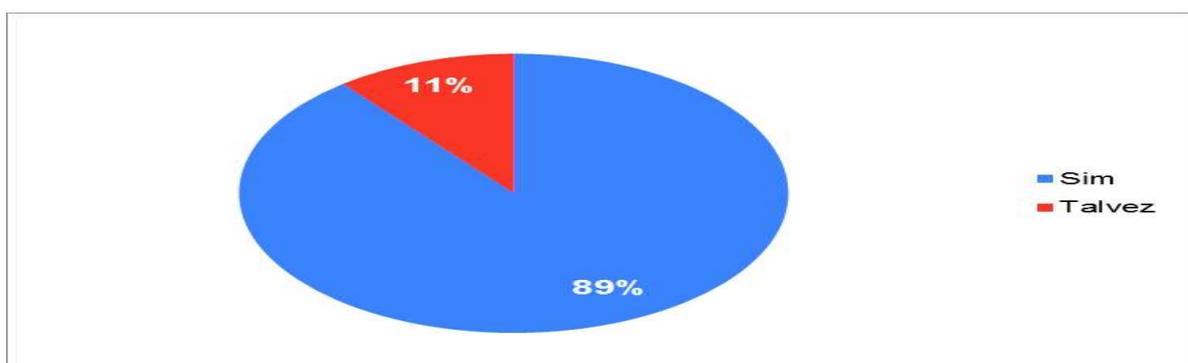
GRÁFICO 22: NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO TURISTA EM RELAÇÃO A ALGUMAS VARIÁVEIS DA RAPOSA



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Por fim, quanto à intenção de retorno para uma nova visita a cidade, 89,9% dos entrevistados afirmaram que sim, visitaria a cidade novamente. Esse é um dado representativo para a atividade turística deste município, pois se há perspectiva de volta do turista, há possibilidade de indicação a amigos e parentes, há expectativa de desenvolvimento e melhoramento nos serviços e produtos oferecidos, logo haverá uma melhor experiência desse turista na cidade.

GRÁFICO 23: VOCÊ VISITARIA RAPOSA NOVAMENTE?



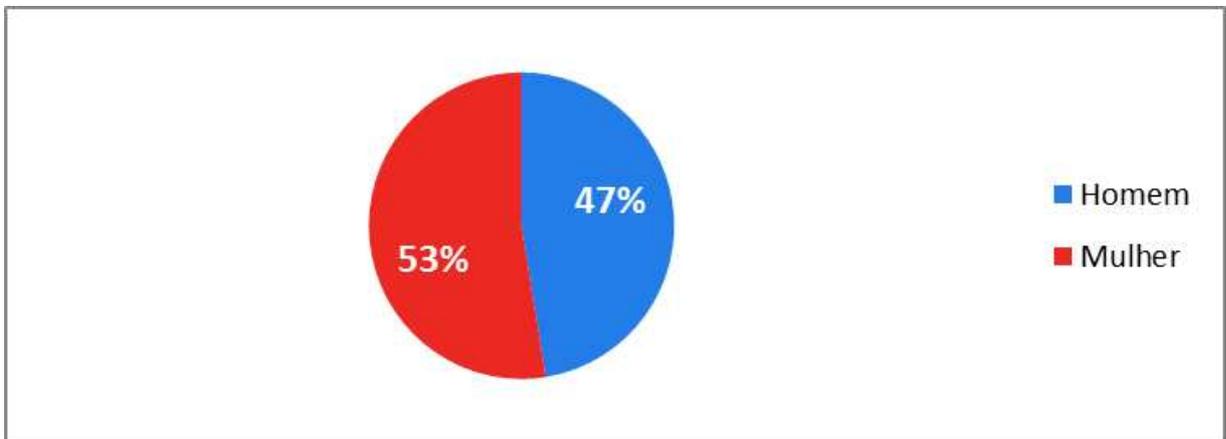
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

6.4. Questionário Comunidade

No que concerne a comunidade dos moradores locais da Raposa, aplicou-se questionário para analisar a percepção deles em relação ao turismo que vem se desenvolvendo nessa cidade, além de verificar se na opinião deles, a infraestrutura da região, economia e qualidade de vida como um todo melhorou. Este questionário foi composto por vinte e seis perguntas, entre abertas e fechadas, no qual se obteve um total de 59 respostas.

A primeira etapa do questionário serviu para levantar o perfil do residente, no qual 52% dos entrevistados foram mulheres e 47% homens.

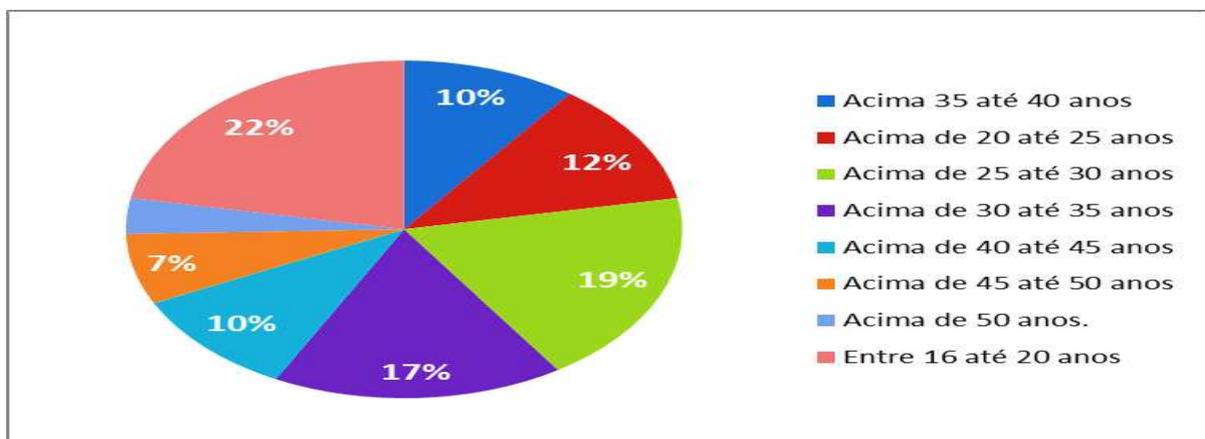
GRÁFICO 24: SEXO DOS MORADORES



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A faixa etária predominante entre nos resultados foi dos moradores entre 16 a 35 anos.

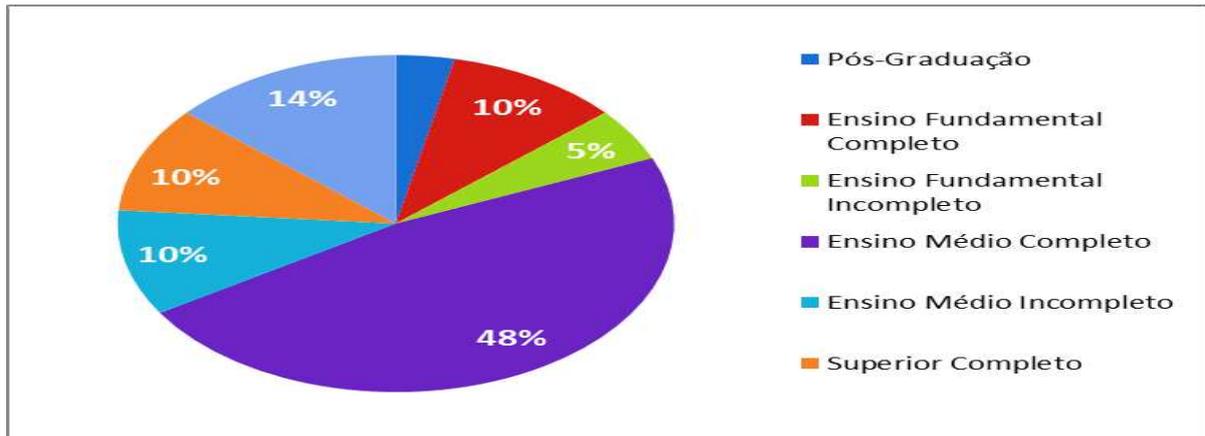
GRÁFICO 25: FAIXA ETÁRIA DOS MORADORES RAPOSENSES



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

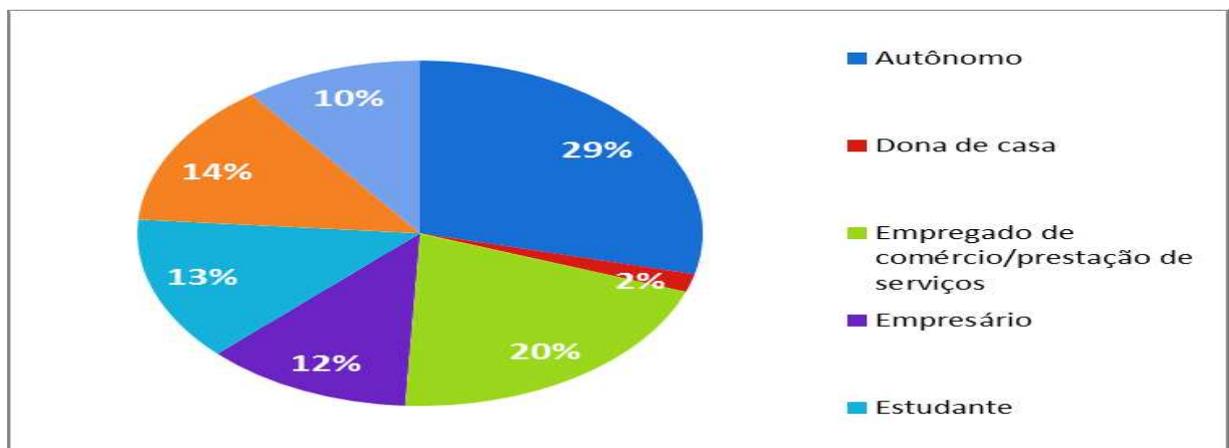
Em relação à escolaridade e ocupação dessa população de moradores do município de Raposa, quase 50% dos respondentes afirmaram ter ensino médio completo. Enquanto a ocupação configurada é caracterizada principalmente por autônomo (agricultor, pesca, etc.), liderou a pesquisa, seguido de empregados do comércio e serviço.

GRÁFICO 26: NÍVEL DE ESCOLARIDADE DA POPULAÇÃO DE RAPOSA



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

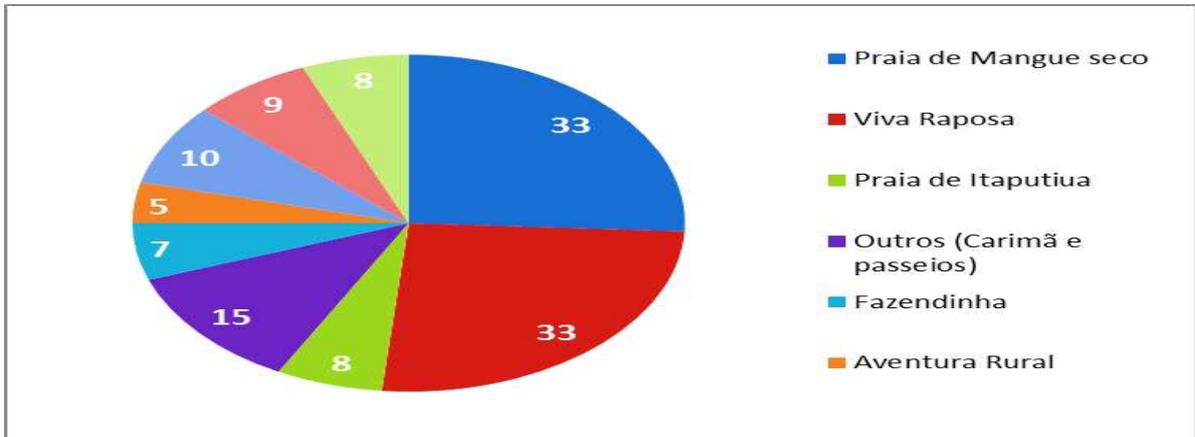
GRÁFICO 27: PRINCIPAL OCUPAÇÃO DOS RAPOSENSES



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Na perspectiva dos moradores da Raposa, buscou-se elencar quais os locais mais visitados pelos próprios munícipes e também, pelos turistas. Nesse sentido, a maioria dos moradores escolheu a praia de mangue seco e viva Raposa, com 33 respostas cada. Em seguida, a opção “outros” obteve 15 respostas, na qual, correspondia aos passeios náuticos ou à praia de Carimã.

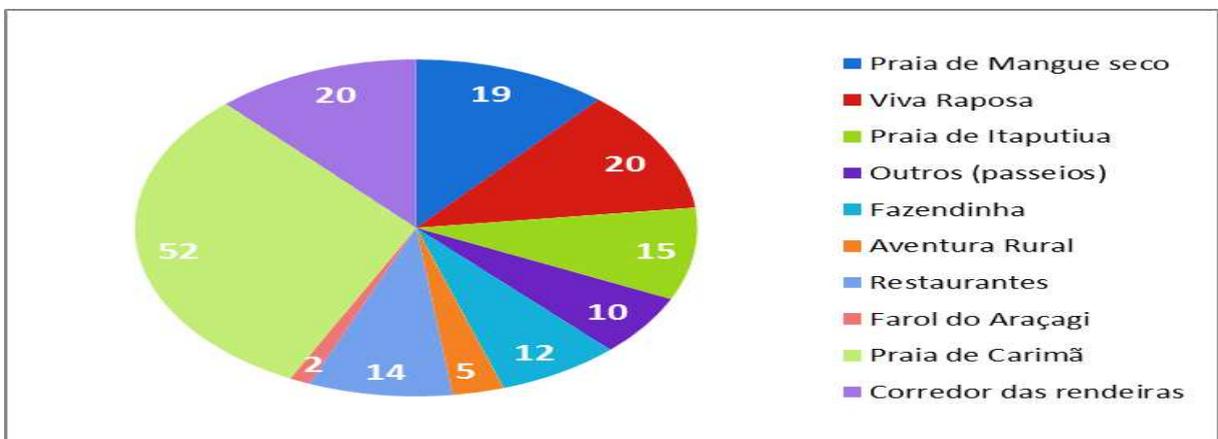
GRÁFICO 28: QUAIS OS LUGARES TURÍSTICOS SÃO MAIS VISITADOS POR MORADORES DA RAPOSA



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Por outro lado, os moradores acreditam que os turistas visitam mais a praia de carimã, com 52 respostas, em seguida o viva Raposa e corredor das rendeiras com 20 cada, mangue, nessa perspectiva, aparece em 4º lugar, entre os mais visitados.

GRÁFICO 29: PONTOS TURÍSTICOS MAIS VISITADOS POR TURISTA, NA PERCEPÇÃO DOS MORADORES.

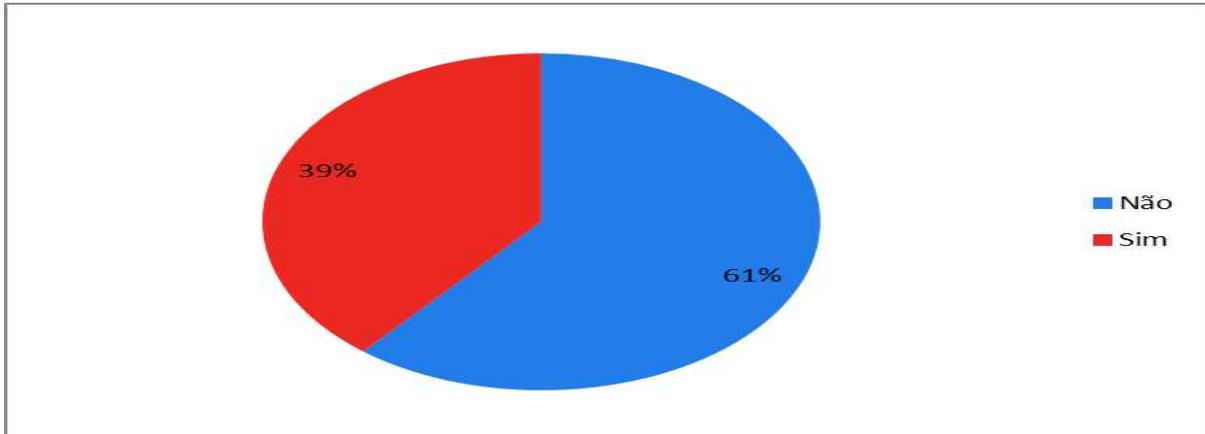


Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sabendo que em uma cidade, nem todos os bairros são destinos turísticos, questionou-se aos moradores se no município de Raposa, se havia lugares impróprios para as pessoas de outras localidades. Dessa maneira, para 61% dos moradores Raposenses, que participaram desta pesquisa, não há lugares impróprios para os turistas. No entanto, um número expressivo das respostas, correspondendo a 39%, acredita que há sim, lugares que não devem ser visitados por pessoas que não moram na cidade, por exemplo, os bairros mais

afastados do centro e as invasões (favelas), que segundo estes moradores, são lugares inseguros e sem atrativos algum.

GRÁFICO 30: PARA VOCÊ HÁ LUGARES QUE OS TURISTAS NÃO DEVEM VISITAR EM RAPOSA?

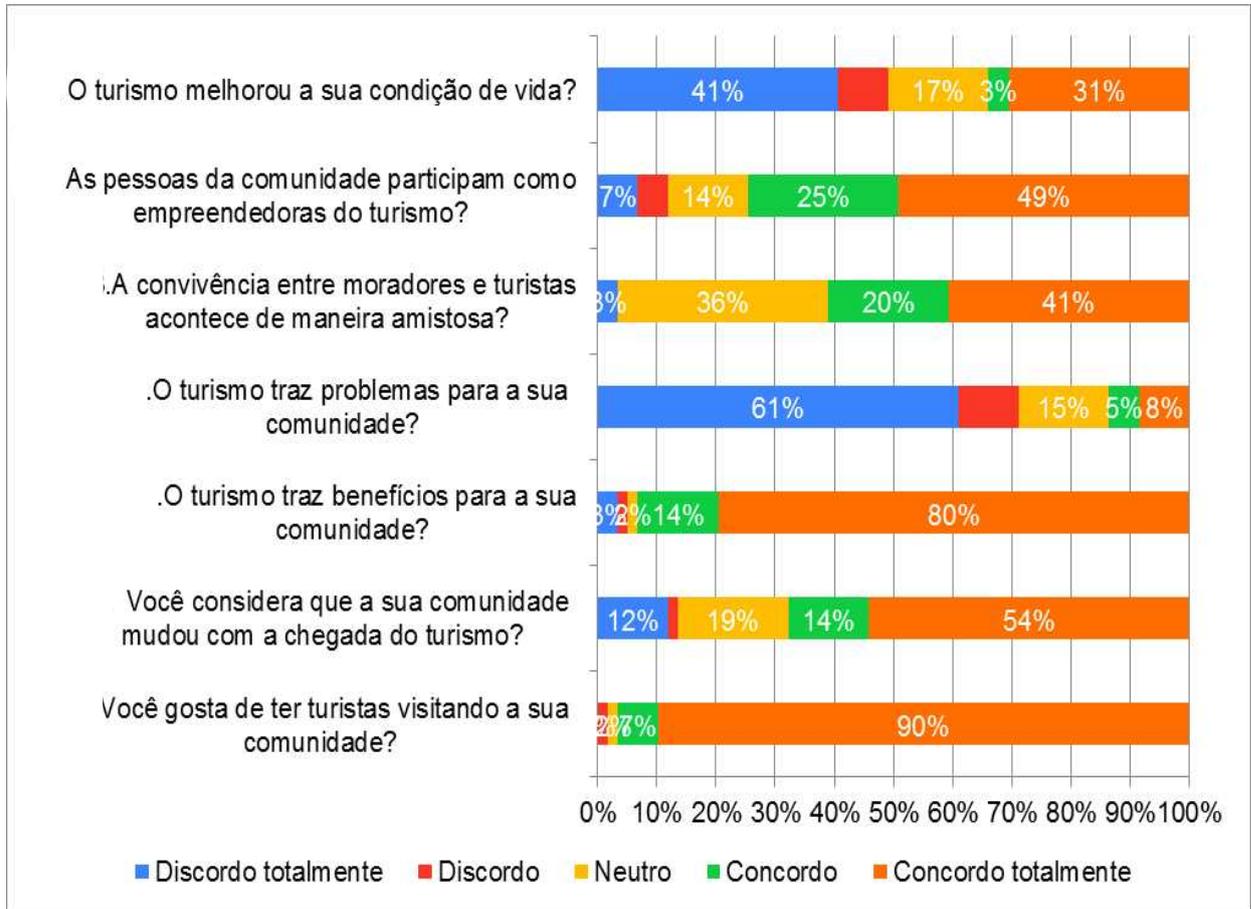


Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No intuito de buscar a opinião da população, sobre o que eles acreditam que deva ser feito pela administração pública, para desenvolver a atividade turística no município, 19% dos entrevistados não souberam opinar a respeito do assunto. No que tange a opinião dos demais, enfatiza-se: maior divulgação dos pontos turísticos da cidade, investimento em infraestrutura e capacitação de mão de obra, além de melhorar a sinalização da cidade.

Diante da atividade turística que vem se instalando na cidade de Raposa, o questionário contemplou assuntos que permitisse analisar a compreensão dos residentes sobre essa temática. Por meio da escala Likert, que variou de 01 a 05, onde 01 correspondia a “discordo totalmente” e 05 “concordo totalmente”, constatou-se alguns resultados positivos, pois para esses moradores, o turismo traz mais benefícios do que problemas para a comunidade, além de concordarem a atividade empreendedora tem ganhado após o fluxo da atividade turística aumentar. No entanto muitos discordam que o turismo esteja trazendo alguma melhoria na sua condição de vida.

GRÁFICO 31: OPINIÃO DOS MORADORES SOBRE A ATIVIDADE TURÍSTICA NA CIDADE DE RAPOSA



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

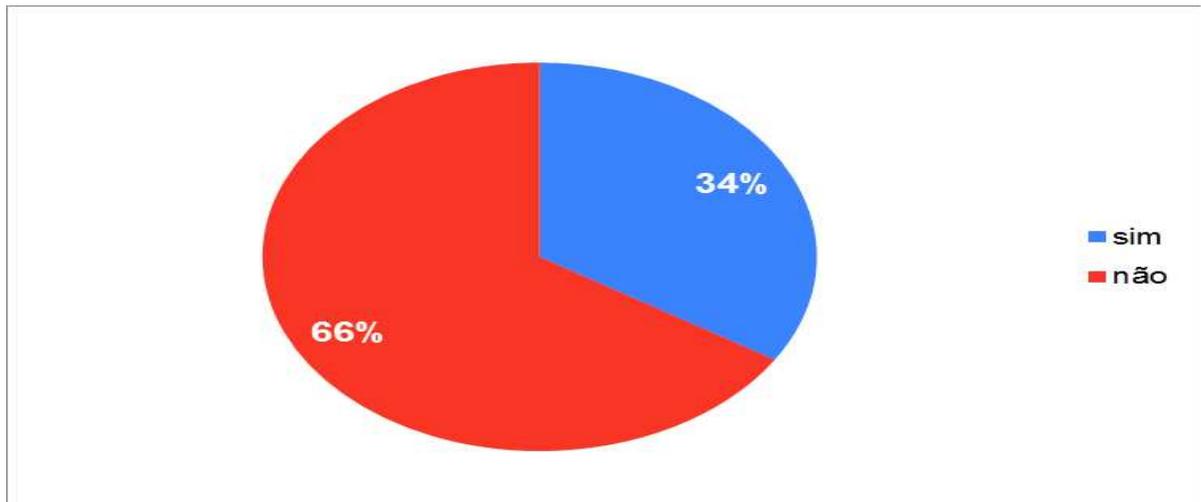
Diante dos objetivos desse estudo, buscou-se descrever quais as ações o governo municipal estão sendo implementadas na cidade, perante a percepção dos moradores. No entanto, muitos dos que responderam não souberam opinar, ou acreditam que nada vem sendo feito nesse sentido. Mas entre os que apontaram ações do poder público, no geral, estes afirmaram que está tendo investimento em infraestrutura, limpeza e sinalização da cidade.

Do mesmo modo, buscou-se descobrir quais as ações dos empresários locais, estão sendo desenvolvidas, no sentido de organizar o turismo. Conforme dados da pesquisa novamente, um grande número de respostas afirma que nada é feito e/ou não souberam opinar. Mas com destaque a algumas opiniões, nota-se que os empresários vêm investindo na melhoria de prestação de serviços e infraestrutura dos próprios negócios, o que interfere na economia do município, pois fomenta a geração empregos para a comunidade.

A respeito da infraestrutura do município, mais de 60% dos moradores, de acordo com o gráfico 32, acreditam não ser adequada nem para a população local, tampouco para os turistas que o visitam. Os entrevistados afirmaram haver necessidade de melhoria nas ruas,

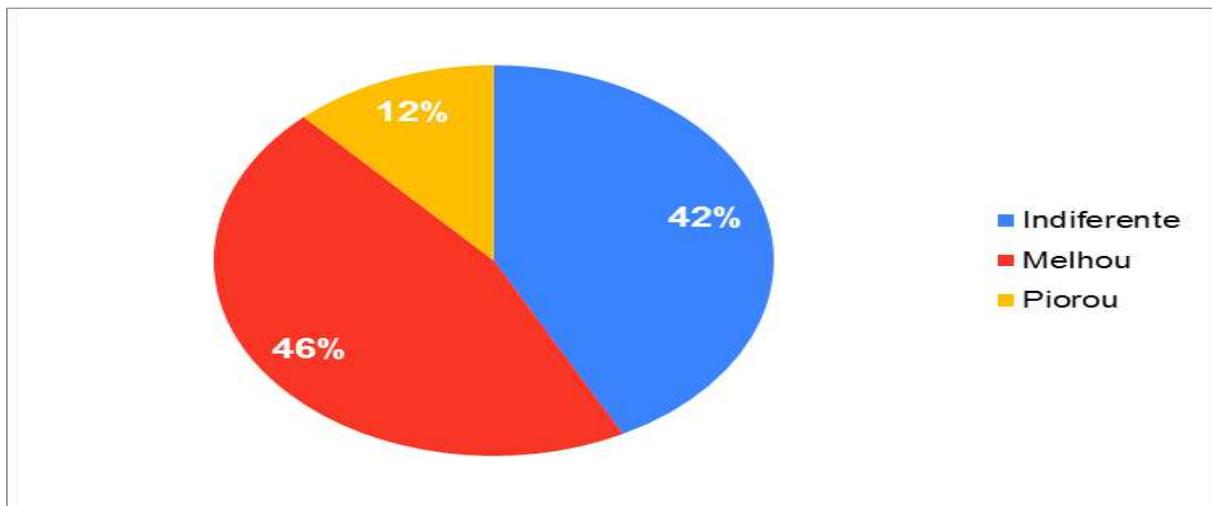
coleta de lixo, espaços de lazer públicos (por exemplo: praças) entre outros. No entanto, quando comparada há anos atrás, esses mesmos moradores afirmam que a infraestrutura já melhorou bastante ao que era anteriormente (gráfico 33), destacando um progresso, mesmo que a passos lentos, do município.

GRÁFICO 32: A INFRAESTRUTURA DA CIDADE DE RAPOSA É ADEQUADA PARA OS TURISTAS E MORADORES LOCAIS?



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

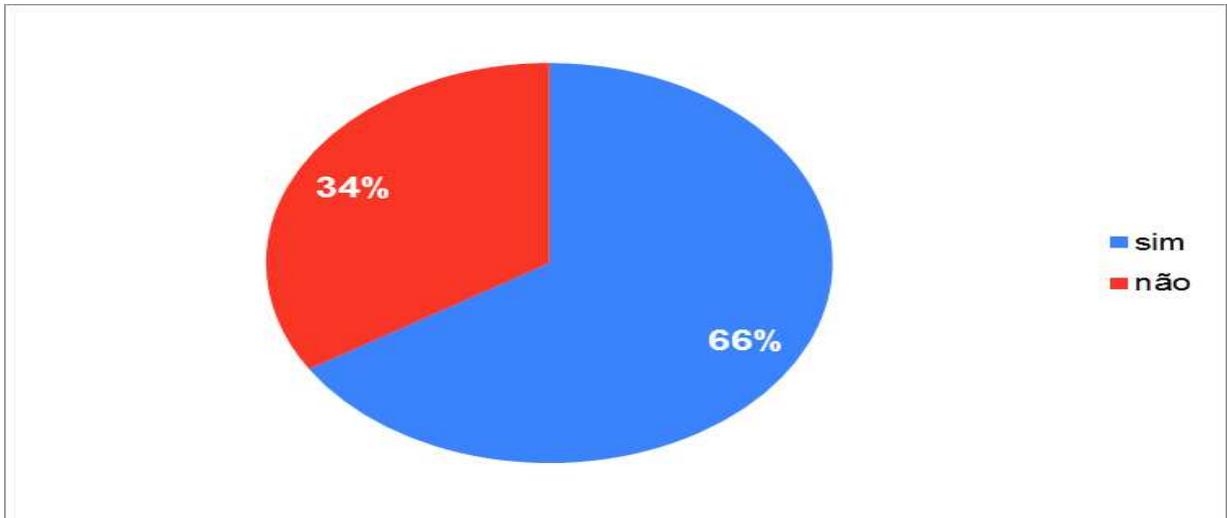
GRÁFICO 33: SE COMPARADA HÁ ANOS ATRÁS, A INFRAESTRUTURA DA CIDADE DE RAPOSA MELHOROU?



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

É comum que após a estruturação do turismo em uma localidade, o custo de vida de eleve, pois passa a contar com uma população muito flutuante. Deste modo, com o auxílio do questionário, a percebe-se um 66% afirmaram que sim.

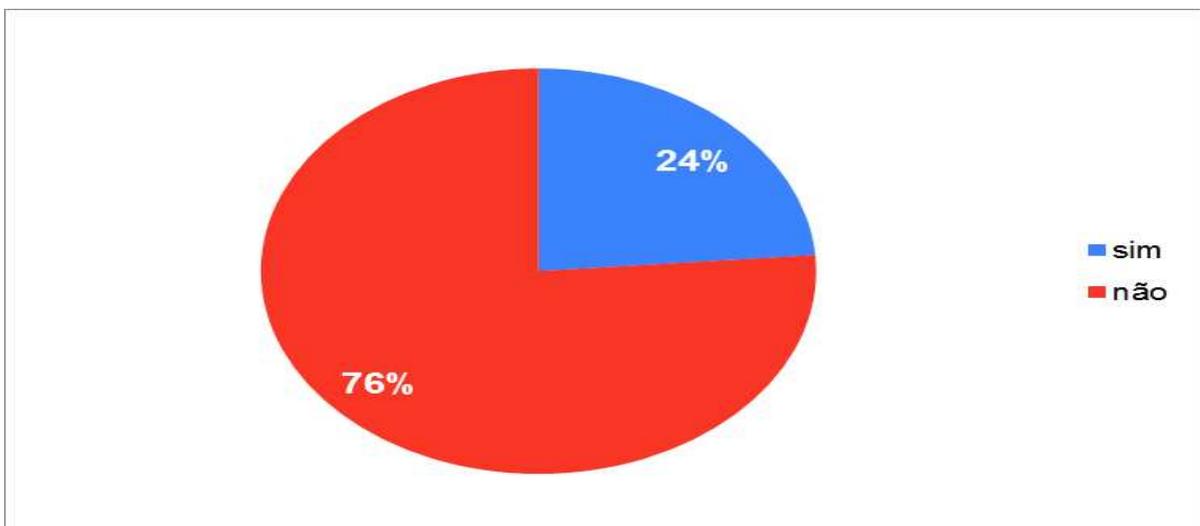
GRÁFICO 34: HOUVE AUMENTO NO CUSTO DE VIDA APÓS A CHEGADA DOS TURISTAS NA CIDADE?



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No que diz respeito à dependência econômica direta da atividade turista, os números são negativos, pois 76% afirmou não trabalhar com turismo na cidade. Conforme gráfico abaixo:

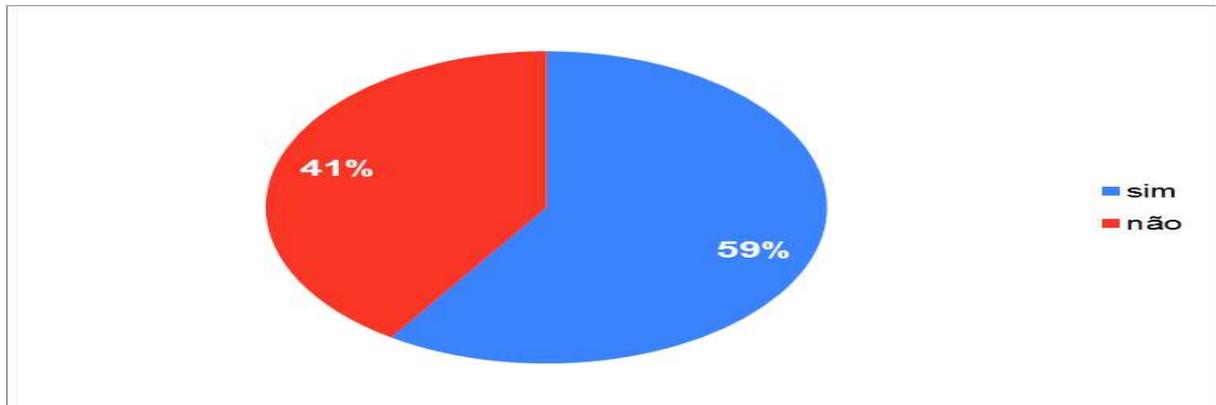
GRÁFICO 35: VOCÊ DEPENDE ECONOMICAMENTE DO MUNICÍPIO?



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Por fim, ao analisar a segurança da cidade, de acordo com seus moradores, 60% acredita que sim, a cidade de Raposa é um local seguro, principalmente se comparado a outros municípios maiores e vizinhos, como São Luís, São José de Ribamar e Paço do Lumiar.

GRÁFICO 36: RAPOSA É UM LOCAL SEGURO?



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

6.5 Análise Geral dos Resultados

No contexto dos quatro cenários analisados, notou-se que o turismo é uma atividade importante para o município e que todos compartilham desse mesmo pensamento. O poder público vem incluindo essa atividade no rol dos seus planos de médios e longos prazos, para promover seu desenvolvimento. Além de investimentos que vem sendo aplicados em infraestrutura e qualificação de mão – de – obra. Destaca-se que entre as ações citadas pelo gestor de turismo, a maioria está contemplada nos PPA do município.

Os empresários já observam como a atividade turística está sendo base de desenvolvimento da localidade e impactando a qualidade de vida dos moradores, além de ter aumentado a ofertado de empregos de curta duração, nas altas temporadas. Porém, lamentam a falta de infraestrutura adequada para a promoção do turismo na cidade de Raposa, além de acreditarem ser pouca a divulgação dos roteiros turísticos, o que influencia diretamente na demanda dos serviços oferecidos.

Quanto aos turistas, no geral, esses se mostraram satisfeitos com as visitas e passeios realizados. Mas, muitos destacaram que não tiveram acesso a divulgação de roteiros antes da visita, chegando à cidade através de indicação de pessoas que já conheciam a cidade.

Por fim, os moradores entrevistados se caracterizam em grande parte como autônomos, o que condiz com a realidade econômica do município, onde predomina a atividade pesqueira artesanal e confecção de rendas de bilros. Seguidos de pessoas que trabalham em comércios ou com prestação de serviço. Assim como os empresários, secretário e turistas, a população local também focou na ausência de divulgação dos atrativos turísticos, além de achar necessário mais investimento em infraestrutura. Mas sob a percepção deles, já houve melhora nessa infraestrutura, mesmo que ainda não seja ideal.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto nesse estudo, o turismo é uma atividade admitida como uma via de mudanças na vida social, econômica e cultural de uma localidade, além de interferir no também, no ambiente natural, atuando simultaneamente no seu desenvolvimento e crescimento.

Nesse cenário, o objeto de estudo para essa pesquisa foi o município de Raposa, no qual, tem grande vocação para essa atividade, graças as suas belezas naturais que encantam quem visita a cidade, com destaque, as Fronhas Maranhenses, praia de Carimã e Mangue seco. Além de compor a região metropolitana da Ilha de São Luís, fato esse que a transforma em um destino alternativo aos já tradicionais da capital maranhense.

Dessa forma, esse trabalho objetivou identificar quais as ações públicas e privadas estão sendo desenvolvidas no município de Raposa – MA, para o fomento da atividade turística, a fim de incentivar o desenvolvimento socioeconômico local. Assim, os principais resultados deste estudo, apontam que o poder público, por meio da Secretaria de Turismo, vem investindo na infraestrutura dos principais pontos turísticos da cidade, implantou o Centro de Apoio ao Turista, além estar atuando com projetos que visam estruturação de novos roteiros turísticos, à implantação da sinalização turística e a promoção de cursos de qualificação para a comunidade na área do turismo, a fim de oferecer um melhor serviço aos turistas.

Nesse município, o turismo vem sendo percebido pela sua população como algo benéfico para região. No entanto, apesar de todos os benefícios, ainda não é suficiente para que a comunidade faça dele, sua principal fonte de renda. Em contrapartida, ressalva-se que mesmo aos poucos, o empreendedorismo relacionado ao turismo vem crescendo em meio à cidade. Em relação aos turistas, foi percebido que os serviços e produtos oferecidos durante a estadia na cidade foram satisfatórios, ao ponto de desejarem retornar outras vezes.

Diante da análise dos quatro fatores (setor público, empresarial, comunidade e turistas), pode-se constatar que o turismo na cidade de Raposa ainda é uma atividade iniciante. A divulgação dos seus roteiros e a infraestrutura é insatisfatória, sendo apontada por todos, como um fato que precisa de melhorias. Conclui-se também que não há uma relação forte entre o poder público, setor empresarial e a população da cidade, fato que influencia diretamente em como essa atividade será desenvolvida, e no quanto pode ser benéfica para

todos, pois como demonstrado no estudo, essa é uma atividade sistemática, que envolve não apenas um setor, mas vários e dos mais variados nichos.

No mais, apesar das ações frisadas pelo Secretário de Turismo no municipal e pautadas nos Planos Plurianuais, com o propósito de transformar o turismo em uma alternativa econômica para a cidade de Raposa, deve-se ressaltar que não foram divulgados documentos comprobatórios de tais projetos, que pudessem demonstrar a real execução dos fatos.

Portanto, salienta-se a necessidade de estabelecer um plano de desenvolvimento municipal turístico, congruente ao plano nacional do turismo, que envolva todas as partes que se inserem no contexto da atividade, como, por exemplo, as rendeiras, que representam o valor cultural; os empresários que entregam os serviços e produtos; as diversas pastas públicas (administrativo, secretarias de turismo, cultura, meio ambiente, planejamento, entre outras), e a população, que tem o contato íntimo com os turistas, e sofre o impacto de se ver inserido num novo contexto social.

Por fim, somente após o estabelecimento do plano de desenvolvimento turístico, a atividade turística poderá desenvolver corretamente seu papel nessa região, que é ser indutor do desenvolvimento e crescimento socioeconômico sustentável.

REFERÊNCIAS

- KOTLER, P. et al. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007, p. 600.
- ANDRADE, Ana Carolina; et al. **Inventário da oferta turística do Município da Raposa Maranhão**. São Luís, 2019. (monografia). Universidade Estadual do Maranhão – UFMA.
- BARBOSA, Fabia Fonseca. **O Turismo como um fator de desenvolvimento local e ou regional**. Caminhos de Geografia p.107 - 114, Fev. 2005.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: edições 70, 2011.
- BARRETO, Margarita. **O Imprescindível Aporte das Ciências Sociais Para o Planejamento e a Compreensão do Turismo**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29, outubro de 2003.
- _____. Manual de iniciação ao estudo do turismo. Campinas: Papirus, 2001.
- BECKER, B. **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. Organização: Eduardo Yazigi; Ana Fani; Alessandri Carlos; Rita de Cássia Cruz. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BENI, Mário C. **Fundamentos da Teoria de Sistemas Aplicados ao Turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- BRASIL. DECRETO Nº 9.791, DE 14 DE MAIO DE 2019. **Aprova o Plano Nacional do Turismo de 2018 – 2022**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9791.htm. Acesso em: 23 de setembro de 2019.
- BRASIL. **Guia de Pesca Amadora: peixes de água doce**. Brasília: IBAMA/PNDPA, 2005.
- BRASIL. LEI Nº 11.771, DE 17 DE SETEMBRO DE 2008. **Dispõe sobre a Política Nacional do Turismo**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111771.htm. Acesso em: 23 de setembro de 2019.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília, 2010.
- CASTRO, Diana et al. **Fundamentos do Turismo**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ. V. 2. 240 p. 2010.

CASTRO, L. L. C. **O Projeto Expedições pra o Turismo e Ação em Santo Amaro do Maranhão** – Contribuições para a Construção das Políticas Públicas Municipais de Turismo. São Luís, 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo), Universidade Federal do Maranhão.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução Luciana de Oliveira da Rocha. - 2. ed. - Porto Alegre: Artmed, 2007.

CRUZ, R de C. **Política de turismo e território**. 3 ed. São Paulo: contexto, 2002.

DIAS, R. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

EUROSTAT STATISTICS EXPLAINED. **Estatísticas sobre o turismo**. Disponível em: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/pt. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

G1 MARANHÃO. **Infraero aponta crescimento do turismo no Maranhão no período junino**. Disponível em: <https://g1.globo.com/ma/maranhao/sao-joao/2019/noticia/2019/07/03/dados-da-infraero-apontam-crescimento-do-turismo-no-maranhao-no-periodo-junino.ghtml>. Acesso em 02 de agosto de 2019.

GEOFUSION. **Turismo no Brasil: Quais os destinos mais visitados?** Disponível em: <https://blog.geofusion.com.br/turismo-no-brasil-quais-os-destinos-mais-visitados>. Acesso em 30 de setembro de 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GOELDNER, Charles R.; MCINTOSH, Robert W; RITCHIE, Brent. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

IBAMA. **Portaria nº30/03**. Disponível em: www.ibama.gov.br/pescaamadora/legislacao/lei_federal. Acesso em: 19 de setembro de 2019.

IBGE CIDADES. **Panorama Raposa**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/raposa/panorama>. Acesso 07 de outubro de 2019.

KOTLER, P. KELLER, K. L., **Administração de marketing**. Tradução Sônia Midori Yamamoto; Revisão técnica Edson Crescitelli. 14ª Ed. São Paulo: Pearson Education, 2012. 765 p.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. São Paulo. Atlas. 7 ed., 2001.

MACHADO, Marcelo de B. T. **As etapas do turismo: um estudo sobre o Rio de Janeiro (séculos XIII-XX)**. CULTUR: revista de cultura e turismo – UESC. Santa Cruz. Ano 07, n 01, p. 105-127, fev/2013.

MARANHÃO. Lei nº 6.132/94 de 10 de novembro de 1994. **Dispõe sobre a criação do município da Raposa-MA**. Diário Oficial do Estado do Maranhão. 11 nov. 1994. Disponível em: <http://www.raposa-ma.com.br/prefeitura/lei-no-6132-94/>. Acesso em: 06 de outubro de 2019.

MELO, José Carlos de. **(Re) descobrindo o município de Raposa através do PET Conexões dos saberes, pesquisa e extensão em espaços sociopedagógicos** [livro eletrônico]. São Luís: EDUFMA, 2017. 90 p.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico de 2019**. Subsecretaria de inovação e gestão do conhecimento. V. 46. 305 p. Brasília, 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cresce a participação do Turismo no PIB nacional**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12461-cresce-a-participa%C3%A7%C3%A3o-do-turismo-no-pib-nacional.html>. Acesso em 02 de agosto de 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Crescimento do turismo mundial pode chegar a 4% em 2019**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12306-crescimento-do-turismo-mundial-pode-chegar-a-4-em-2019.html>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Dados e fatos. **UNWTO - Tourism Highlights 2016 edition** (destaques do turismo edição 2016). Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf. Acesso em: 20 de setembro de 2019.

- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Mapa do turismo 2019-2021**. Disponível em: <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.
- MONTEJANO, Jordi Montanér. **Estrutura do Mercado Turístico**. 2.ed. São Paulo: Roca, 2001.
- NODARI, Maria Zeneide Ricardi. **AS CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA A ECONOMIA DE FOZ DO IGUAÇU**. Curitiba, 2007. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal Paraná.
- O IMPARCIAL. **Maranhão é o estado mais procurado por turistas do Brasil para 2019**. Disponível em: <https://oimparcial.com.br/turismo/2018/11/sao-luis-e-a-cidade-brasileira-mais-procurada-pelo-turismo-nacional-para-2019/>. Acesso em 03 de agosto de 2019.
- OMT – Organização Mundial do Turismo. **Tendências do Turismo Internacional**, OMT, Madrid, 2008.
- OLIVEIRA, Gilson Batista de. **Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento**. Rev. FAE, Curitiba, v.5, n.2, p.37-48, maio/ago. 2002.
- PAGE, Stephen J.; ATELJEVIC, Jovo; et al. **Turismo e empreendedorismo** 1. ed. Elsevier Editora, Brasil, 256 p. 2011.
- PANROTAS. **Turismo responde por 8,1% do PIB do Brasil**. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-81-do-pib-brasil-veja-dados-globais_162774.html. Acesso em 22 de setembro de 2019.
- PORTAL G1. **Carnaval 2019: Nordeste está entre destinos mais buscados para viajar**. Disponível em: <https://g1.globo.com/carnaval/2019/noticia/2019/02/04/carnaval-2019-nordeste-esta-entre-destinos-mais-buscados-para-viajar.ghtml>. Acesso em 22 de setembro de 2019.
- PREFEITURA DE RAPOSA. **Município de Raposa – história**. Disponível em: <https://www.raposa.ma.gov.br/historia/>. Acesso em 20 de setembro de 2019.
- PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REVISTA EXAME. **Os 15 países que mais dependem do turismo no Brasil.** Disponível em: <https://exame.abril.com.br/economia/os-15-paises-que-mais-dependem-do-turismo-mais-o-brasil/>. Acesso em: 20 de setembro de 2019.

SANTOS, Fernanda Marsaro dos. **Análise de Conteúdo: a visão de Laurence Badin.** Revista Eletrônica de Educação. São Carlos, SP. UFSCar, V. 6, n 1, mai, 2012.

SEBRAE. Lei n.º 11.771/08, de 17 de setembro de 2008. **Lei geral do turismo.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/lei-geral-do-turismo-marco-regulatorio-do-turismo,2c10ebb38b5f2410VgnVCM100000b272010aRCRD?origem=segmento&codSegmento=15>. Acesso em: 23 de setembro de 2019.

SENADO FEDERAL. **Lei do turismo e legislação correlata.** Subsecretaria de edições técnicas, p. 85, Brasília, 2010.

TADINI, Rodrigo Fonseca; MELQUIADES, Tânia. **Fundamentos do Turismo.** Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ. V. 1. 304 p. 2010.

TOMAZZONI, Edegar Luis. Desenvolvimento econômico e regionalidade. **Turismo e desenvolvimento regional: dimensões, elementos e indicadores.** Caxias do Sul: Educs, 2009. p. 17-74.

UNWTO - World Tourism Organization. **Tourism Highlights 2018 Edition. (destaques do turismo edição 2018).** Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

VIEIRA, A. R. M. **Planejamento e políticas públicas de turismo: análise dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo no Polo São Luís-MA.** Brasília, 2011. Dissertação (Mestrado), Universidade de Brasília.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO PARA EMPRESÁRIOS

Adaptado de: Simão, V. R. P. José. **Turismo como Motor de Desenvolvimento Local: o caso do Vale do Tua.** Dissertação (Mestrado), Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, 2009

SOBRE O TURISMO (âmbito privado)				
1. A sua empresa é da área: <input type="checkbox"/> comercial <input type="checkbox"/> serviços <input type="checkbox"/> indústria				
2. Tempo de atuação da empresa: <input type="checkbox"/> de 0 até 1 ano <input type="checkbox"/> acima de 1 até 3 anos <input type="checkbox"/> acima de 3 até 5 anos <input type="checkbox"/> acima de 5 anos.				
3. Tipologia da atividade da empresa: <input type="checkbox"/> Hotel <input type="checkbox"/> Pensão ou Albergaria <input type="checkbox"/> Restaurante <input type="checkbox"/> Empresa de Passeio Turístico <input type="checkbox"/> Pousada <input type="checkbox"/> Turismo no Espaço Rural <input type="checkbox"/> Bares <input type="checkbox"/> Empresa de Esporte na Natureza <input type="checkbox"/> Outros - Qual _____				
4. Número de empregos gerados em 2019: _____				
5. Para você enquanto empresário, o turismo no município de Raposa – MA é: <input type="checkbox"/> É uma atividade decisiva para o desenvolvimento da região. <input type="checkbox"/> É uma atividade importante para o desenvolvimento da região. <input type="checkbox"/> É uma atividade que tem pouco relevo para o desenvolvimento da região. <input type="checkbox"/> É uma atividade que não é decisiva para o desenvolvimento da região.				
6. Como você caracteriza o turismo na cidade? a) Turismo de Sol e Mar () g) Turismo de Estudos e Intercâmbio () b) Turismo Cultural () h) Turismo Gastronômico () c) Turismo Ecoturismo () i) Turismo de Esportes () d) turismo de pesca () j) Turismo Náutico () e) Turismo de aventura () k) Turismo de negócios e eventos () f) Turismo rural () l) Turismo de saúde ()				
Para responder as questões a seguir, utilize os códigos abaixo.				
1	2	3	4	5
Sem importância	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente importante
7. Importância dos seguintes aspectos para o turismo da região				
	Atrações culturais urbanas (obs.: museus, festividade, concertos)			
	Capacidade de acolhimento alternativo (obs.: turismo rural, turismo de sol e praia)			
	Capacidade de acolhimento convencional (obs.: hotelaria)			
	Esporte de natureza (obs.: Canoagem, rafting)			
	Esporte motorizado (obs.: náutica de recreio)			
	Gastronomia			
	Paisagem Natural			
	Possibilidade de observação da fauna e flora selvagem			
	Praias			
	Artesanato (obs.: rendas de bilros)			
	Outra _____			
Para responder as questões a seguir, utilize os códigos abaixo.				
1	2	3	4	5
Sem impacto	Baixo	Médio	Elevado	Muito Elevado
8. Impacto do turismo local sobre o desenvolvimento socioeconômico.				
	Contribuí para o desenvolvimento local e qualidade de vida na Região			
	Criação de emprego de curta duração			
	Criação de emprego local de longa duração			
	Melhoramento das acessibilidades rodoviárias à região			
	Menor dependência financeira do Estado			
	Outra _____			

<p>9. Tem conhecimento de algum plano de desenvolvimento do turismo para a região? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não Se sim, indique o nome do plano, projeto ou autor: _____</p>
<p>Se respondeu sim, indique se alguma vez foi consultado: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não Se sim, comentário sobre o plano: _____</p>
<p>Que sugestão teria para desenvolver o turismo na sua região? _____</p>

APÊNDICE B: QUESTIONÁRIO PARA TURISTA

PERFIL DO TURISTA				
<p>1. Localização onde reside/ local de origem: <input type="checkbox"/> brasileiro: - cidade: _____ estado: ____ <input type="checkbox"/> estrangeiro – País: _____</p>	<p>2. Idade: <input type="checkbox"/> entre 16 até 20 anos <input type="checkbox"/> acima de 20 até 25 anos <input type="checkbox"/> acima de 25 até 30 anos <input type="checkbox"/> acima de 30 até 35 anos <input type="checkbox"/> acima 35 até 40 anos <input type="checkbox"/> acima de 40 até 45 anos <input type="checkbox"/> acima de 45 até 50 anos <input type="checkbox"/> acima de 50 anos.</p>			
<p>3. Sexo: <input type="checkbox"/> masculino <input type="checkbox"/> feminino <input type="checkbox"/> indiferente</p>				
<p>4. Grau de instrução: <input type="checkbox"/> Primeiro Grau Incompleto <input type="checkbox"/> Primeiro Grau Completo <input type="checkbox"/> Segundo Grau Incompleto <input type="checkbox"/> Segundo Grau Completo <input type="checkbox"/> Superior Incompleto <input type="checkbox"/> Superior Completo <input type="checkbox"/> Pós-Graduação</p>				
<p>5. Ocupação: <input type="checkbox"/> Estudante <input type="checkbox"/> Aposentado <input type="checkbox"/> Desempregado <input type="checkbox"/> Dona de casa <input type="checkbox"/> Autônomo <input type="checkbox"/> Funcionário público <input type="checkbox"/> Empresário <input type="checkbox"/> Outros</p>				
<p>6. Renda Mensal: <input type="checkbox"/> até um salário mínimo <input type="checkbox"/> acima de um salário mínimo até dois salários mínimos <input type="checkbox"/> acima de dois salários mínimos até três salários mínimos <input type="checkbox"/> acima de três salários mínimos até de quatro salários <input type="checkbox"/> acima de quatro salários mínimos <input type="checkbox"/> não respondeu</p>				
<p>7. Tempo de permanência em Raposa? <input type="checkbox"/> menos de 24h <input type="checkbox"/> entre um a três dias <input type="checkbox"/> entre quatro a seis dias <input type="checkbox"/> mais de uma semana</p>				
<p>8. Média de gastos durante a viagem? <input type="checkbox"/> até R\$ 50,00 por dia <input type="checkbox"/> acima R\$ 50,00 até R\$ 150,00 <input type="checkbox"/> acima de R\$ 150,00 até R\$ 300,00 <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 300,00 <input type="checkbox"/> Prefiro não declarar</p>				
<p>9. Você ficou hospedado em: <input type="checkbox"/> hotel <input type="checkbox"/> pousada <input type="checkbox"/> casa alugada <input type="checkbox"/> casa de amigos/parentes <input type="checkbox"/> outro.</p>				
<p>10. Sua viagem foi programada através de agências de viagens? <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não</p>				
<p>11. Você realizou passeios durante a estadia na cidade? <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não</p>				
<p>Agora, para responder as próximas questões, passe a utilizar os novos códigos abaixo.</p>				
1	2	3	4	5

Nenhuma	Pouca	Moderada	Bastante	Completa
PESQUISA SOBRE O PERFIL E SATISFAÇÃO DO TURISTA EM RELAÇÃO A RAPOSA				
12. Qual o grau de importância de cada item, na sua motivação de visitar Raposa-Ma				
	Indicação de amigos/parentes			
	Já conhecia a cidade			
	Indicação de agência de viagens			
	Indicação de operadora turística			
	Artigos em jornais e revistas			
	Indicação de guias turísticos			
	Panfletos e cartazes			
	Divulgação na internet			
	Prêmio de seu empregador			
	Turismo de negócio			
	Pescaria			
	Outro _____			
Para responder as questões, utilize os códigos abaixo.				
1	2	3	4	
Insatisfeito	Indiferente	Satisfeito	Muito Satisfeito	
13. Grau de satisfação com o turismo local				
	Informações turísticas disponíveis em cidade de origem para o planejamento da viagem.			
	Informações turísticas disponíveis em Raposa sobre os atrativos turísticos locais.			
	Informações turísticas fornecidas por seu guia ou piloto de barco.			
	Informações turísticas fornecidas pelos moradores da cidade.			
	Facilidade de acesso à cidade.			
	Facilidade de localização dos atrativos turísticos da cidade.			
	Limpeza dos atrativos turísticos que você visitou.			
	Limpeza das vias públicas da cidade.			
	Qualidade do atendimento dos serviços de transporte da cidade.			
	Qualidade do atendimento dos serviços de hospedagens da cidade.			
	Qualidade do atendimento dos comerciantes/vendedores da cidade.			
	Qualidade do atendimento dos serviços de alimentação da cidade.			
	Segurança em relação ao destino durante o planejamento da viagem.			
	Segurança durante a realização dos passeios turísticos.			

APÊNDICE C: QUESTIONÁRIO PARA PODER PÚBLICO

Adaptado de: Simão, V. R. P. José. **Turismo como Motor de Desenvolvimento Local: o caso do Vale do Tua**. Lisboa, 2009. Dissertação (Mestrado), Universidade Nova de Lisboa.

SOBRE O TURISMO NA PERCEÇÃO DA GESTÃO PÚBLICA (QUESTIONÁRIO)	
1. Selecione uma das quatro afirmações sobre o modo como percebe o turismo na Raposa – MA:	
<input type="checkbox"/> é uma atividade que não terá êxito no município. <input type="checkbox"/> é uma atividade que contribuirá pouco para desenvolver o município. <input type="checkbox"/> é uma atividade que terá alguma importância para desenvolver o município. <input type="checkbox"/> é uma atividade chave para desenvolver o município.	
2. Selecione uma das quatro afirmações sobre o que o turismo representa atualmente no município de Raposa - MA:	
<input type="checkbox"/> é uma atividade decisiva no município. <input type="checkbox"/> é uma atividade importante para o município. <input type="checkbox"/> é uma atividade que tem pouca relevância no município. <input type="checkbox"/> é uma atividade sem expressão no município.	

<p>3. Selecione uma das quatro afirmações que se enquadram na opção estratégica de desenvolvimento socioeconômico do seu município:</p> <p>() será um desenvolvimento baseado na construção de grandes infraestruturas. () será um desenvolvimento baseado na atividade industrial. () será um desenvolvimento baseado na atividade turística e cultural. () será um desenvolvimento baseado na agricultura.</p>
<p>4. Selecione uma das quatro afirmações sobre o modo como percebe o turismo no município em relação à empregabilidade:</p> <p>() é uma atividade que gera pouco valor acrescentado para o município e emprega um número significativo de pessoas. () é uma atividade que gera pouco valor acrescentado para o município e emprega poucas pessoas. () é uma atividade que gera muito valor acrescentado para o município e emprega um número significativo de pessoas. () é uma atividade que gera muito valor acrescentado para o município e emprega um número poucas de pessoas.</p>
<p>5. Existe um plano de desenvolvimento socioeconômico para o município? () sim () não</p>
<p>6. Se você respondeu sim, de que forma está apreciado o turismo no plano de desenvolvimento para a cidade?</p> <p>_____</p> <p>_____.</p>
<p>7. Existe um conselho municipal do turismo em Raposa – MA?</p>
<p>8. Quais as principais políticas públicas voltadas para o turismo no município?</p>
<p>9. Como se dar a interação do poder público com a iniciativa privada para desenvolver o turismo nesta cidade?</p>
<p>10. Qual sugestão teria para desenvolver a sua região?</p> <p>_____</p> <p>_____.</p>
<p>Obrigada pela colaboração!</p>

APÊNDICE D: QUESTIONÁRIO COMUNIDADE RAPOSENSE

Adaptado de: Silva, Leonardo T. da. **CULTURA, TURISMO E IDENTIDADE LOCAL: impactos socioculturais sobre a comunidade receptora de turismo – Trancoso, Porto Seguro**. Dissertação (Mestrado), Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Ilhéus, 2006.

QUESTIONÁRIO SOBRE TURISMO – COMUNIDADE RAPOSENSE	
<p>A. PERFIL DO ENTREVISTADO:</p> <p>1. Sexo: () Masculino () Feminino () Indiferente</p>	<p>2. Idade:</p> <p>() entre 16 até 20 anos () acima de 20 até 25 anos () acima de 25 até 30 anos () acima de 30 até 35 anos () acima 35 até 40 anos () acima de 40 até 45 anos () acima de 45 até 50 anos () acima de 50 anos.</p>
<p>3. ESCOLARIDADE:</p> <p>() Primeiro Grau Incompleto () Primeiro Grau Completo () Segundo Grau Incompleto () Segundo Grau Completo () Superior Incompleto () Superior Completo () Pós-Graduação</p>	
<p>4. Profissão/Ocupação: _____</p>	
<p>5. Ramo da atividade em que trabalha: () comércio () Serviços () Indústria</p>	

6. Trabalha como: Empregado () Conta própria () Empregador ()				
SOBRE O TURISMO				
7. Quais são os locais que você gosta de visitar e passear na cidade de Raposa?				
8. O que os turistas visitam em Raposa? <input type="checkbox"/> praia de mangue seco <input type="checkbox"/> Viva Raposa <input type="checkbox"/> praia de carimã <input type="checkbox"/> praia de Itaputúua <input type="checkbox"/> Farol do araçagi <input type="checkbox"/> Corredor das rendeiras <input type="checkbox"/> Fazendinha Parque Raposa <input type="checkbox"/> Aventura Rural <input type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> outros.				
9. Existem locais em sua comunidade que não devem ser visitados pelos turistas? <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não				
10. Se você pudesse opinar ou interferir no desenvolvimento do turismo em sua comunidade, o que faria?				
Para responder as questões a seguir, utilize os códigos abaixo.				
1	2	3	4	5
Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente
11. Você gosta de ter turistas visitando a sua comunidade?				
12. Você considera que a sua comunidade mudou com a chegada do turismo?				
13. O turismo traz benefícios para a sua comunidade?				
14. O turismo traz problemas para a sua comunidade?				
15. A convivência entre moradores e turistas acontece de maneira amistosa?				
16. As pessoas da comunidade participam como empreendedoras do turismo?				
17. O turismo melhorou a sua condição de vida?				
18. Na sua percepção, o que a prefeitura e o governo têm feito para a organização do turismo? E para a inclusão da comunidade na atividade turística?				
19. Na sua percepção, o que os prestadores de serviços privados (empresas) têm feito para a organização do turismo? E para a inclusão da comunidade na atividade turística?				
20. Você participa das festas e manifestações culturais da comunidade?				
21. Você considera que Raposa tem infraestrutura adequada para receber o fluxo turístico? (rede de esgotos, de abastecimento de água, energia elétrica, coleta de lixo, rede telefônica entre outros).				
22. Na sua percepção, essa infraestrutura melhorou ou piorou com o aumento do fluxo de turista? <input type="checkbox"/> melhorou <input type="checkbox"/> piorou <input type="checkbox"/> neutro				
23. Em sua opinião o sistema de saúde em Raposa atende bem a comunidade e os turistas?				
24. O turismo eleva o custo de vida em Raposa?				
25. Você depende economicamente da atividade turística?				
26. Em sua opinião Raposa é um local seguro para a comunidade e turistas?				