

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
UNIDADE EDUCACIONAL DE SANTANA DO IPANEMA – CAMPUS SERTÃO
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

BIANCA PATRICIA DA SILVA GAMA

**A POTENCIALIDADE DO TURISMO DE AVENTURA NA CIDADE SANTANA DO
IPANEMA**

Santana do Ipanema

2016

BIANCA PATRICIA DA SILVA GAMA

**A POTENCIALIDADE DO TURISMO DE AVENTURA NA CIDADE SANTANA DO
IPANEMA**

Trabalho de conclusão do curso apresentado no curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Alagoas, com requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Economia.

ORIENTADOR: Prof. Msc. Francisco Oliveira de Amorim

Santana do Ipanema

2016

Catlogação na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Unidade Santana do Ipanema
Responsável: Rafaela Lima de Araújo

G184p Gama, Bianca Patrícia da Silva.
 A potencialidade do turismo de aventura na cidade de Santana do Ipanema/
 Bianca Patrícia da Silva Gama.

 f.52:il.

 Orientadora: Francisco Oliveira de Amorim.
 Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências econômicas) -
 Universidade Federal de Alagoas. Unidade Santana do Ipanema. Curso de
 Ciências econômicas. Santana do Ipanema, 2016.

 Bibliografia: f. 50-51.
 Apêndice: f. 52.

 1. Turismo de aventura. 2. Economia do meio ambiente. 3. Potencial
 econômico. 4. Santana do Ipanema. I. Título.

CDU: 33

BIANCA PATRICIA DA SILVA GAMA

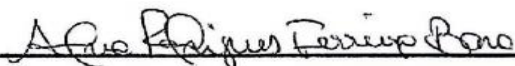
**A POTENCIALIDADE DO TURISMO DE AVENTURA NA CIDADE
SANTANA DO IPANEMA**

Trabalho de conclusão do curso submetida ao
corpo docente da Universidade Federal de
Alagoas – UFAL / Campus Sertão - Unidade
Acadêmica de Santana do Ipanema e aprovada
em 20 de outubro de 2016, com nota 8,0.



MSc. José Francisco Oliveira de Amorim, UFAL, Orientador.

Banca Examinadora:



Esp. Andreia Rodrigues Ferreira Baro, UFAL-Arapiraca, Examinador Externo



Dr. Cristiano da Silva Santos, UFAL, Examinador Interno

Aos meus pais (avós), pela dedicação, apoio e carinho.

A minha família pelo apoio que sempre me deram e amigos pelo incentivo que sempre foi dado.

Agradecimentos

Primeiramente agradeço a Deus, a minha família e aos meus professores pelos seus ensinamentos, e ao meu Orientador pela paciência e compreensão, e a todos que de forma direta ou indireta contribuiu para essa conquista.

“Se podemos sonhar, também podemos tornar nossos sonhos realidade.”.

Walt Disney

RESUMO

O turismo de aventura é um segmento novo que vem se destacando no mercado aos poucos com suas características próprias e com bastante demanda, este trabalho tem o objetivo de abordar temas relacionados ao turismo de aventura mostrando as localidades e modalidades, tendo o principal foco a região de Santana do Ipanema que em meio à caatinga possui potencial para o desenvolvimento e crescimento voltado ao turismo de aventura.

Palavras-chave: Turismo de aventura. Desenvolvimento. Potencial.

ABSTRACT

Adventure tourism is a new industry that is out in the Market to some with their own features and enough demand, this work aims to address issues related to adventure tourism showing locations and type that are. Having principal focus Santana do Ipanema region of that amid caantiga has potential for development and growth returned to adventure tourism.

Keywords: Adventure tourism. Development. Potential.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Rapel na Serra da Camonga.....	42
Figura 2 – Trilha na Serra do Poço.....	43
Figura 3 – Acampamento na reserva do castanho na cidade de Delmiro Golveia	43
Figura 4 – Rapel na cachoeira da Tiririca em Murici.....	43

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária dos clientes.....	46
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Meios de Hospedagem que inclui refeições no pacote.....	46
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Demografia do Município de Santana do Ipanema.....	38
Tabela 2 – Atividades econômicas do Município.....	38
Tabela 3 – Índice de Desenvolvimento Humano.....	39
Tabela 4 – Índice de Gini dos Municípios.....	40
Tabela 5 – Renda <i>per Capita</i> dos Municípios.....	40
Tabela 6 – Quantidades de quartos nos meios de hospedagem.....	47

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

AABB	Associação Atlética Banco do Brasil
FAO	Food and Agriculture Organization
IBGE	Instituto Brasileiro Geográfico e estatístico
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
OIG	Organizações Internacionais Governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
PNB	Produto Nacional Bruto
PIB	Produto Interno Bruto
SETUR-AL	Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	18
2. 1 DESENVOLVIMENTO LOCAL E SUSTENTÁVEL	18
3. A ECONOMIA NO TURISMO	21
3. 1 Turismo de sol e praia	26
3. 2 Turismo cultural	26
3. 3 Turismo verde	26
3. 4 Turismo rural.....	26
3. 5 Turismo urbano	27
3. 6 Turismo industrial	27
3. 7 Turismo esportivo	27
3. 8 Viagens e circuitos de aventura.....	29
3. 9 Turismo fluvial.....	29
3. 1 . 1 Turismo religioso	30
3. 1. 2 Turismo de negócios e congressos	30
4. METODOLOGIA	37
5. SANTANA DO IPANEMA E O TRADE TURÍSTICO	38
5. 1 Análise Socioeconômica do Município de Santana do Ipanema e Região.....	38
5. 2 Infraestrutura Turística de Santana do Ipanema.....	41
5. 3 Turismo de Aventura em Santana do Ipanema	41
5. 4 Atrações culturais em Santana do Ipanema.....	44
5. 5 O Trade turístico em Santana do Ipanema	45
5. 6 Questionário junto a Pousadas e Hotéis	45
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
7. REFERÊNCIAS.....	50

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste em uma investigação referente ao potencial para o desenvolvimento da atividade turística na cidade de Santana do Ipanema, surgindo essa ação como potencial impulsionadora para o desenvolvimento de nova atividade. Sendo assim, o trabalho irá apresentar o desenvolvimento e economia do turismo.

Os seres humanos são, por natureza, curiosos em conhecer o mundo em que vivem, queremos conhecer novos lugares – novas pessoas, novas culturas, sua flora e fauna. O padrão de vida dos países de primeiro mundo, fez com que viajar se tornasse uma atividade rotineira para centenas de milhares de pessoas. Embora isso possa ser feito por diversas razões as, mas comuns são lazer, a trabalho e o estudo. Goeldner (2002, p. 18)

Conforme já destacado, o desenvolvimento da atividade turística apresenta-se com função de retirar o indivíduo de sua zona de conforto, fazendo com que conheça outra realidade, história e cultura. Essa ação faz com que pessoas se locomovam, saindo de suas regiões e contribuindo com o desenvolvimento de uma atividade em outra determinada realidade, favorecendo a economia da região para qual ocorre o deslocamento.

Segundo Dias (2008), o turismo, tendo em vista a economia só tende a ser favorecido, pois, tem uma grande importância para a fonte de receita para os países em desenvolvimento, atende a necessidade do ser humano por lazer, cultura e entretenimento além de outras necessidades. O turismo é uma atividade econômica que todo ano vem mobilizando milhares de pessoas, Em consequência disso, gera grandes impactos econômicos, socioculturais e ambientais nas comunidades receptoras, que refletem no nível local onde desenvolve a atividade.

Destacando ainda o pensamento de Goeldner *et all* (2002), O turismo proporciona emprego direto e indireto. Seja em Empresas como os hotéis, companhias aéreas, cruzeiro esses proporciona os empregos diretos, pois os funcionários estão em contato direto com os turistas. Já os fornecedores dos restaurantes, construtoras esses oferta empregos indiretos.

Avançando com o estudo, Álvares (2005) *apud* Almeida (2013, p. 11), destaca que o turismo de aventura cresce e vem se destacando no Brasil, sendo um dos segmentos que mais cresce, por ser uma atividade nova, que surgiu de forma organizada, com o aparecimento dos esportes de aventura apenas na década de 1980.

De acordo com Soares (2007) *apud* Almeida (2013, p. 21), o Brasil possui uma oferta variada para o turismo de aventura. Com vários lugares e belezas naturais diferentes como é o caso dos destinos: Brotas localizada no estado de São Paulo, a Chapada dos Veadeiros no estado de Goiás, Chapada Diamantina no estado da Bahia, o Jalapão no estado de Tocantins, Bonito em Mato Grosso do Sul, a Serra do Cipó em Minas Gerais, algumas cidades do estado do Rio de Janeiro, Lençóis Maranhenses no estado do Maranhão e Fernando de Noronha localizado em Pernambuco. Com isso, verifica-se a possibilidade do desenvolvimento dessa atividade como sendo favorável no Brasil.

Percebe-se que o país é rico em natureza de norte ao sul, em todas as regiões o Brasil possui espaço para o desenvolvimento da atividade. Ainda seguindo com essa afirmativa, destaca-se a informação abaixo:

O Brasil é um país que apresenta dimensão territorial equivalente a um continente, e por isso proporciona uma grande variedade de climas, paisagens – que por sua vez acabam por atrair visitantes de várias partes do planeta – Por sua riqueza e belezas naturais, sendo privilegiado geograficamente em seu território por suas extensas bacias hidrográficas onde desaguam rios e uma grande variedade de cachoeiras, onde cânions e cavernas compõem a paisagem. Uma grande biodiversidade de fauna e flora também compõe seu cenário. Além de sua riqueza e diversidade cultural representada pelo seu povo, folclore, comidas, músicas e tradições. (BRASIL ESCOLA, 2012 *apud* Almeida, 2013, p. 13-14).

Segundo Ruschmann (1997) *apud* Lima (2004, p. 30), o turismo contemporâneo é um consumidor da natureza em sua evolução. As pessoas estão buscando os ambientes naturais tentando recuperar seu psicofísico no seu tempo de lazer. Saindo dos grandes centros urbanos em busca de tranquilidade e lazer. Na busca de conhecer outras culturas e de testar seus limites físicos e mentais através das atividades em meio à natureza.

Avançando um pouco mais, e concentrando a análise em Alagoas, percebemos um ambiente rico em território e biodiversidade, não apenas pela existência do turismo Sol e Mar, mas por outros fatores que ainda não são explorados como deveriam. Seguindo o pensamento de Silva (2011) *apud* Setur/AL (2008), o estado de Alagoas vem tendo um reconhecimento tanto no cenário nacional quanto internacional por suas belas praias e suas riquezas naturais. Contribuindo ainda mais com o estudo, podemos citar a realidade do Sertão Alagoano, rico em cultura e história e possui um ambiente propício para o desenvolvimento da atividade turística, contudo, depende de infraestrutura necessária para essa atividade.

Colaborando para a análise, por isso a intenção de trabalhar o turismo de aventura na cidade de Santana do Ipanema, e abrindo assim para o desenvolvimento de mais uma atividade

econômica na região. Com isso, surge o seguinte questionamento: O município de Santana do Ipanema apresenta potencial para o desenvolvimento da atividade de turismo de Aventura?

Continuando a discussão, o presente trabalho será dividido na seguinte ordem: 1) o presente capítulo introdutório, onde são apresentados à problemática, os objetivos e hipóteses de estudo; 2) no segundo capítulo, é apresentada a discussão dos aspectos teóricos, envolvendo a discussão inicial sobre desenvolvimento e posteriormente em economia do turismo; 3) destaca-se um capítulo sobre a metodologia utilizada no presente estudo; 4) no quarto capítulo são apresentadas informações sobre indicadores econômicos da região onde o município se encontra envolvido, e apresentadas discussões sobre a infraestrutura turística da região; e por fim, 5) as conclusões referentes ao trabalho desenvolvido.

O **objetivo geral** do presente estudo consiste em analisar a potencialidade do desenvolvimento do turismo de Aventura no município de Santana do Ipanema e região.

Dando continuidade a análise a seguir, pretende-se continuar com os **específicos**:

- Analisar a infraestrutura necessária para o desenvolvimento do turismo de aventura;
- Identificar potencialidades turísticos naturais, e culturais que possibilitem colocar o município de Santana do Ipanema em evidência;
- Contribuir com informações que favoreçam a elaboração de políticas públicas, dando suporte ao desenvolvimento dessa atividade;

A hipótese de pesquisa, com a finalidade de guiar o presente estudo é que o município de Santana do Ipanema possui características naturais que favoreçam o desenvolvimento da atividade de turismo de aventura.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2. 1 DESENVOLVIMENTO LOCAL E SUSTENTÁVEL

No Brasil, o tema é novo, foi impulsionado a partir dos meados da década de 1990 que e resultou em mudanças de proliferação visando o interesse na atuação local, com a constituição de 1988 se iniciou o processo de descentralização. Há algumas iniciativas no país que são desde de ONGs não governamental há esfera municipais, estaduais e federal.

Para Buarque (2008, p. 25), “o desenvolvimento local pode ser conceituado como processo endógeno de mudança, que leva dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidade territoriais e agrupamentos humanos”.

Quando se trabalha no objetivo de alcançar melhoria para o desenvolvimento local é necessário que se explore suas áreas com potenciais para que o desenvolvimento seja duradouro, e possa melhorar a qualidade de vida da comunidade e a economia local. Para o desenvolvimento ser estável é necessário o uso desses três pilares.

Segundo o IPEA (1996); Franco (1998, 2002); Trusen (2002) *apud* Kronemberger, (2011, p. 35), para esses autores o desenvolvimento local tem que ter as seguintes ações convergentes e complementares:

- Descobrir e despertar as vocações locais.
- Mobilizar e explorar as potencialidades locais.
- Utilizar os recursos naturais locais de forma sustentável.
- Sensibilizar e mobilizar a comunidade local para a sua participação no desenvolvimento.
- Buscar parcerias para a realização de projetos.
- Fazer crescer os níveis de confiança, cooperação, ajuda mútua e organização social em torno de interesses comuns (formar capital social).
- Desenvolver a cooperação e a integração das cadeias produtivas e das redes sociais econômicas, gerando empenho e renda atraído novos empreendimentos.
- Fomentar a cultura empreendedora local.
- Elevar a competitividade da economia local, através de atividades econômicas viáveis, com capacidade de concorrer em outros mercados, reduzindo, desse modo, sua dependência externa de recursos.

➤ Reestruturar e modernizar a gestão pública, para implementar uma governança democrática: formação de parcerias, delegação de poderes, controle social sobre determinadas áreas do desenvolvimento local, transparência e orientação segundo as demandas da comunidades, autonomia relativa de finanças públicas e investimento a partir dos excedentes gerados (reduzir a dependência de investimentos de capital externo), capacitação técnico-profissional.

Quando uma cidade ou comunidade tem objetivo no desenvolvimento turístico local é necessário que a comunidade tenha interesses em comuns. Se todos tem o mesmo propósito de buscar o desenvolvimento onde moram, todos irão ganhar com qualidade de vida e novas oportunidade no mercado. Há alguns incentivos nas esferas municipal, estadual e federal que ajudam os pequenos empresários a iniciarem seus negócios ou aprimorar.

O desenvolvimento de um determinado local de interesse turístico está sujeito aos tipos de estratégias que são implantadas e às características de cada local. Considerando que cada região (em esfera macro ou micro), cada país, cidade, vilarejo ou comunidade possui características próprias que devem ser consideradas no âmbito do planejamento turístico, seria ousado afirmar que o turismo sempre é gerador de desenvolvimento local. (SCÓTOLO e NETTO 2015, p. 37)

Quando o desenvolvimento local é pensado os resultados serão positivos trazendo benefício para a sociedade, comunidade e todo o setor que será trabalhado. É preciso traçar os objetivos para que as metas sejam alcançadas. Partindo dos interesses da própria comunidade de preservar suas características naturais, culturais e regionais.

Scótolo e Netto (2015, p. 37), descreve que:

Entender o significado do termo desenvolvimento. Uma rápida busca em dicionários e fontes não oficiais trará resultados como crescimento, expansão, propagação, incremento, amplitude, elaboração, melhoria entre outros. Assim, o termo desenvolvimento, seja ele utilizado nas áreas exatas, biológicas ou humanas, remete a uma mudança positiva de características, ou seja, a passagem de um estado inferior para um estado aprimorado.

Quando se pensa no local, todos os segmentos em que a localidade é eficiente crescem, mesmo quando um setor é o pioneiro se abre oportunidade para os demais que tem potencial. Coriolano (2009) *apud* Scótolo e Netto (2015, p. 49), descreve que:

[...] as atividades turísticas comunitárias são associadas às demais atividades econômicas, com iniciativas que fortalecem a agricultura, a pesca e o artesanato, tornando estas atividades preexistentes ao turismo sustentável. Prioriza a geração de trabalho para os residentes, os pequenos empreendimentos locais, a dinamização do capital local, a garantia da participação de todos, dando espaço também as mulheres e aos jovens.

O Desenvolvimento sustentável busca mudança que tem consequências na qualidade de vida, no meio ambiente, no bem-estar da sociedade e nas atividades econômica. Segundo Camargo (2003) *apud* Estender e Pitta (2001, p. 03) cita:

Em essência, o desenvolvimento sustentável é um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações pilar humanas.

Segundo Buarque (2008), as ações do desenvolvimento sustentável é necessário se ter a utilização dos três pilares, econômica, social e ambiental.

Seguindo o Pilar Econômico, de acordo com Elkington (2001) *apud* Estender e Pitta (2007, p. 05),

a visão convencional, o pilar econômico se resume ao lucro da empresa, portanto para calculá-lo os contadores utilizam apenas dados numéricos. A abordagem que será feita desse pilar, entretanto, requer uma busca de sustentabilidade econômica da empresa a longo prazo. E preciso entender como as empresas avaliam se suas atividades são economicamente sustentáveis e isso passa necessariamente pela compreensão do significado de capital econômico.”

3. A ECONOMIA NO TURISMO

O Turismo pode ser feito nas férias, a trabalho, busca de novas culturas e de terceira idade. Cada um com seu propósito seja lazer ou intenções de trabalho ou simplesmente conhecer novas culturas ou a pessoa está aposentada e prefere viajar.

Segundo Montejano (2001, p. 51), “o homem viaja há centenas de anos, porém o conceito do turismo foi introduzido recentemente, no final do século XVIII na Inglaterra, quando mudaram os costumes e a revolução industrial.”

Para Montejano (2001, p. 52), “um dos elementos fundamentais nos tempos livre frente ao tempo de trabalho é o descanso.”

1. Social e pessoal: tempo dedicado às atividades de trabalho, vida associativa e familiar.
2. Atividade e descanso: tempo dedicado as atividades de trabalho, sociais e domésticas e ao descanso.
3. Atividade produtiva e tempo não relacionado a produção lucrativa.
4. Estruturado e não estruturado: tempo com calendário e horário de atividade organizados e tempo sem organização prevista.

O turismo de minorias para Montejano (2001, p. 54), “é o segmento que viaja tanto de forma individual, familiar ou em grupo, os seus destino são para lugares com poucos turistas, e viaja em qualquer época do ano.” O turismo de minorias é conhecido como turismo de luxo ou de elite.

“O turismo em massa viaja tanto de forma individual, familiar ou em grupo, e a sua demanda costuma ser sempre em época das férias, finais de semanas e para lugares com muitos turistas.” Montejano (2001, p. 57).

Turismo de grupos viaja sempre em grupos de amigos, trabalhos ou companheiros de estudos organizada por uma agência de viagens. Turismo social são o turismo juvenil, terceira idade e turismo familiar. O turismo familiar são sempre feita nas férias do casal ou dos filhos que procuram adequar na mesma época. O turismo juvenil é outro tipo de turismo social voltado para a população jovem, conhecido como turismo escolar, juvenil e universitário. Turismo da terceira idade voltado para os aposentados as atividades para este setor costuma ser de preços econômicos em hospedagens em baixa temporada; visitas culturais e atividades de tempo livre.

A sazonalidade é um dos fatores básicos no turismo de massas. Produzindo –se em duas épocas, a “estação” ou alta temporada e “fora da estação” ou baixa temporada. A maioria do turismo de massas pertence às classes médias, que originaram esse fenômeno. São as férias remuneradas no verão. As classes altas, não tão sujeita á legislação trabalhista, podendo viajar a qualquer época do ano.

Para Hunziker e Krapf (1942) *apud* Montejano (2001, p. 51), define o turismo em relação a economia. “Turismo é o conjunto das relações e fenômenos econômicos, sociais e culturais- pelo deslocamento de pessoas fora do seu lugar habitual movidos por atividade que não seja lucrativo, permanente e temporal.”

Pode-se dizer que o turismo segue dois âmbitos a macroeconomia e a microeconomia:

A macroeconomia estuda as atividades humanas com a relação á atividade turística de grandes grupos: países, regiões e etc.

1. O emprego total direto e indireto da população ativa dedicada ao turismo;
2. A renda nacional e a posição da renda nacional turística dentro do conjunto;
3. Os investimentos globais em empresas de serviços turísticos;
4. O consumo turístico global (gasto total efetuado em bens e serviços diversos).
5. Os preços dos produtos e serviços turísticos, e o índice geral de variação de tais preços;
6. Os salários da população ativa dedicada ao setor turístico;
7. A demanda turística, tanto a) a procedente do estrangeiro; b) a interior ou nacional que se distribui dentro do país; e c) a demanda nacional que se dirige ao exterior;
8. A oferta de infraestrutura turística a) a básica formada pelo transporte, a hospedagem e a manutenção; e b) a complementar, baseada nas empresas de recreação, comerciais e outros serviços;
9. Os ingressos de divisas no conceito do turismo, refletidos na balança de pagamentos;
10. Os pagamentos de divisas por saídas de nacionais para o estrangeiro ou a compra ou importação de infraestrutura turística do exterior, refletidos na balança de pagamentos;
11. Valor adicionado bruto do turismo
12. O turismo dentro do marco do produto interno bruto e do produto nacional bruto.

A microeconomia turística estuda as atividades humanas tanto individuais como de pequenos grupos, tratando de determinar o comportamento econômico geral como um somatório das atividades e comportamentos individuais.

Há três setores dentro da economia sendo o setor primário, secundário e terciário;

a) Setor primário. É o conjunto de atividades estão relacionados com os produtos procedentes da agricultura, criação de gado, mineração e pesca.

b) Setor secundário. É conhecido como setor industrial, empresas industriais de produção ou transformação de bens.

c) Setor terciário. É formado pelo conjunto de atividades econômicas voltado a prestação de serviços para o setores secundários ou primários ou particular.

Neste último setor estão as empresas, bancos, comércios, seguros, transporte, turismo, empresas de entretenimento e diversão. O turismo se encontra neste último setor com a prestação de serviços, hospedagem, transporte e informação turística e etc.

O Produto Interno Bruto (PIB) é o valor da produção bruta total de bens e serviços de um país mais os rendimentos líquidos dos fatores produtivos de origem estrangeira durante um ano. Segundo Montejano (2001, p. 106), define que “a atividade produtiva das empresas turísticas representa para os países em vias de desenvolvimento econômico no PIB, tanto pela geração de riqueza direta e indireta de outras empresas vinculadas ao setor turístico.”

A atividade econômica do turismo atende um mercado com estrutura do lado da demanda e da oferta.

Pelo lado da demanda se dar pelo deslocamento de pessoas podendo ser periodicamente ou de forma temporal ou sazonal para fora de seu local habitual, onde o principal motivo não seja há trabalho e nem outra atividade remunerada.

A demanda turística é considerada por alguns fatores, que veremos a seguir:

a) *Disponibilidade de tempo.* “Reconhecimento das férias remuneradas por parte do estado foi o fator importante que permitiu o desenvolvimento da demanda turística.”

b) *Disponibilidade econômica.* São as receitas que que as famílias tiveram nesse últimas décadas.

c) *Fatores demográficos.* Os grupos sociais vive no modelo de vida urbana com maior propensão para viajar. Outras características são idade, sexo, situação familiar e etc. são decisões importantes para decisão quando se decide sair de férias.

d) *Fatores sociais.* A valorização social das férias traz um efeito de imitação, que assimila modelos de consumo de pessoas com nível superior.

Segundo Cooper (2007, p. 64), a demanda para os economista tem uma visão da relação quantidade dos produtos ou serviços que as pessoas deseja adquirir por um determinado preço.

Para as pessoas quanto menor o preço, maior a quantidade dos produtos que irão comprar. Para se ter uma demanda turística total são utilizados três componentes:

1. **A demanda total ou efetiva:** Que é o valor real dos turistas.
2. **A demanda reprimida:** É a população que não viaja. Pode-se dizer por duas razões, a demanda potencial é que as pessoas estão querendo viajar no futuro, se ocorre mudança em suas condições, e a demanda reprimida é a demanda adiada que por algum motivo, seja de saúde ou problema no setor turístico não irá viajar no momento, mas quando se tiver uma oportunidade viaja.
3. **Não-demanda:** É os que não tem interesse em viajar ou não tem condições.

Pode-se dizer que há diversos fatores que afetam a demanda turística, sendo o preço de outras mercadorias, a renda e o gostos sociais das pessoas.

O lado da oferta é o conjunto da infraestrutura de bens e serviços- hospedagem, transporte, restauração, etc. que para prestar esse tipo de serviços para a demanda turística, é quantificada no valor desses serviços e bens criado pelo setor por um determinado período.

O consumo turístico é a soma ou agregação monetária, dos gastos feitos pela demanda turística sobre bens e serviços, resumindo são gastos feitos pelos turistas em suas atividades turísticas.

As atividades turísticas tem o propósito de oferecer ao turista lazer com uma série de serviços.

No processo de decisão do consumidor deve se levar em consideração quatro elementos. Cooper (2007, p. 78), define:

1. Energizadores de demanda. São as formas de motivação que levam um turista a decidir visitar um atrativo turístico ou sair de férias.

2. Efetivadores de demanda. O consumidor terá desenvolvido ideias sobre um destino turístico, um produto ou uma organização através de um processo de aprendizagem, de atitudes e de associações extraído de mensagens e de associações extraído de mensagens e de informações promocionais. Isso afetará a imagem e o conhecimento que o consumidor tem a respeito de um produto turístico, servindo, assim, para aumentar ou para refrear os diversos energizadores que levam o consumidor a agir.

3. Os papéis e o processo de tomada de decisões. Nesse ponto, o papel importante é o do membro da família que normalmente está envolvido nas diferentes fases de um processo de

aquisição e na resolução final das decisões que determinarão quando, onde e como o grupo consumirá o produto turístico.

4. Determinantes da demanda. Além disso, o processo de tomada de decisões do consumidor em relação ao turismo se apoia nos determinantes da demanda.

Sendo necessários levar em considerações os fatores econômicos que tem uma influência na tomada de decisões do turistas. McIntosh; Goeldner; Rotchie (1995) *apud* Cooper (2007, p. 82), define quatro categorias para a motivação:

1. **Motivadores físicos:** aqueles que se referem ao descanso do corpo e da mente, às questões da saúde, ao esporte e ao prazer;
2. **Motivadores culturais:** aqueles que se identificam com o desejo de conhecer mais sobre outras culturas, de saber a respeito dos nativos de um país, do seu estilo de vida, sua música, arte, folclore, dança, etc.;
3. **Motivadores interpessoais:** esse grupo inclui um desejo de conhecer outras pessoas, de visitar amigos ou parentes e de buscar experiências novas e diferentes;
4. **Motivadores de status e de prestígio:** entre eles, encontra-se um desejo de dar continuidade à educação (ou seja, desenvolvimento pessoal elevação do ego e satisfação sensual);

Cada categoria tem sua importância pessoal, seja questões de saúde, de conhecer e buscar novas culturas, e de ter novos contatos ou rever amigos e familiares ou simplesmente de levantar a alta estima. Sendo em uma ou mais categorias a população se identifica.

Segundo Montejano (2001, p. 251), as atividades turísticas se dar por várias classificações, sendo elas:

1. Culturais: são as visitas em museus, monumentos etc.;
2. Espetáculos, musicais e manifestações esportiva: assistir a concertos, festivais de música, ciclos de ópera, público para presenciar competições tanto de jogos olímpicos como de campeonatos de qualquer modalidade esportiva;
3. As esportivas: as pratica de esporte tradicionais como pesca, caça, náuticos ou esporte –aventura como parapente, *rafting* e et;
4. Aventura como o trekking, os safáris e etc.;
5. Excursionismo ou contato com a natureza: turismo rural ou verde, turismo balneário e etc.;

6. Comerciais e de congressos: turismo de negócios, turismo industrial (visita a fabricas ou empresas produtivas), visita a feiras e salões comerciais, participação em congressos, seminários ou simpósios;
7. Sol e praia, relacionadas com o mar, as praias e o clima.

Há várias atividades de turismo que oferece de lazer, eventos universitários, cultural, rural, urbano, esportivo, aventura, religioso entre outros, algumas conceituação de atividades turísticas veremos a seguir:

3. 1 Turismo de sol e praia

O turismo de sol e praia é um produto totalmente tradicional, onde se leva em consideração o clima quente e o litoral onde se encontra várias praias apropriados para banho, quem procura este tipo de atividade é a população de todas as idades e poder aquisitivo.

3. 2 Turismo cultural

Já o turismo cultural tem a finalidade de ampliar os conhecimentos culturais, em museus, rotas e itinerárias histórico-artístico, monumentais e etc. espetáculo culturais, cinema, teatro, exposição de arte: pintura, escultura, fotografia. Curso de idiomas no estrangeiro. Manifestação folclóricas, gastronômicas, artesanato, quem procura por este tipo de atividade são pessoas de qualquer idade que tem interesse cultural pelo passado histórico, monumental, artístico e antropológico.

3. 3 Turismo verde

O turismo verde é a atividade turística que tem seu interesse na fauna e na flora, em espaço protegidos como parque nacionais e naturais. Os turista que procura por essa atividade está interessado pela cultura da natureza e não tem idade estimada.

3. 4 Turismo rural

O turismo rural muitas vezes se mistura com o turismo verde, o turismo verde ou agroturismo as atividades são desenvolvidas em contato com a natureza ou a vida no campo em pequenas populações rurais. Os passeios são feitos em paisagens natural a flora e a fauna,

práticas de esporte em rios, lagos, montanhas, cursos culinários e gastronômicos locais. As hospedagem desta atividade se faz em casa de campos, quem procura este tipo de atividade voltado mas para o turismo familiar e o de terceira idade, também voltado para o turismo infantil e juvenil por meio de acampamentos organizados por instituições públicas e privadas e comunidade religiosa.

3. 5 Turismo urbano

O turismo urbano é uma atividade nova, são atividades que pode desenvolver nas grandes cidade tendo duração de um fim de semana a uma semana, as principais atividades que são desenvolvidas no turismo urbano são:

Visitas urbanística, histórico-monumental e de museus da cidade;

Visita a exposições e manifestações culturais;

Atividade gastronômicas e de restauração típicas da cidade ou da zona;

Assistir manifestações culturais e artística que são desenvolvidas eventualmente: cinema, teatro, ópera, festivais de música e dança e etc.

Compras em shopping em grandes armazéns ou estabelecimento especializados e etc. Costuma ser o turismo individual com poder aquisitivo médio ou elevado.

3. 6 Turismo industrial

O turismo industrial também é uma atividade recente que tem o intuito de visitas programadas a empresas-agrícolas, industriais e de serviços, os interesses pelo produto ou serviço, instalação, produção e etc.; os tipos de clientes são homens de negócios ou turistas em geral e visitas escolares interessado pelo setor industrial.

3. 7 Turismo esportivo

O turismo esportivo é uma atividade que costuma ser realizada no tempo livre e de férias.

O **turismo náutico** são turista que ama o mar e com alto poder aquisitivo

Esporte de inverno com suas modalidades de esqui alpino, esqui nórdico, cars, trenós e etc.

Os turista que procura esta atividade são amante dos esportes de neve, tanto individual ou coletivo os valores são para atender vários tipos da população tanto jovens com familiar entre outros.

Caça e pesca a pratica de caça e pesca é uma atividade tradicional, é preciso de licenças e permissões para pode praticar está atividade. A caça tanto maio ou menor tem autorizações e proibições para preservar as diferentes espécies. E para pesca são os mesmo requisitos da caça, tanto para a pesca em rios e em lagos e no mar. A procura desta atividade é por amantes tanto da caça e da pesca com poderes aquisitivo alto podendo ser feito individual ou em grupo.

Golfe é uma atividade turística que precisa do campo de golfe que é preciso do campos com disposição dos seus buracos; de equipamentos relacionados diretamente com a pratica do golfe, vestuários, dependências técnicas e administrativas, lojas, etc. de equipamentos complementares: restaurantes, bares, salas de reuniões, parques infantis, hospedagens, estacionamentos e etc. seus turistas são homens de poder aquisitivo alto que tem liberdade de viajar a qualquer época do ano.

Turismo de aventura aqui iremos distinguir duas atividades: esporte de aventura e viagens ou circuitos de aventura.

Esportes de aventura além dos esportes tradicionais há novos esportes nessa atividade que destacam-se:

- Navegações em balões;
- Bus-bob; conhecido como descida pelo rio em uma barca especial;
- Cars de montanhas: é uma descida em um “*car*” por prados e ladeiras, esse esporte pode ser praticado tanto no verão como no inverno;
- Rappels que são descaída em barrancos e montanhas;
- Escalada subidas nas paredes naturais em montanhas;
- *Hydrospeed* é descida pelo rio no giny (embarcação semelhante ao trenó)
- Caiaque é uma descida no rio em canoas;
- Paraquedismo: descia em paraquedas tanto em montanhas quanto no mar;
- Parapente ou asa delta: uma descida planejada do alto de uma montanha em vôo livre utilizando asas ou paraquedas;
- *Puening* é um salto em uma ponte com uma corda amarrada ao corpo;
- *Rafting* uma descida coletiva no rio por correntes e rios;
- *River-ski* aquático é um esqui sobre rios, lagos ou mares;

- *Windsurfing* é uma navegação em uma prancha com uma vela comandada pelo vento;
- Passeios a cavalo “*horseback*” e de bicicleta o cicloturismo ou *mountainbike* feito em percursos pelo campo ou montanhas;
- Arco e flecha;
- Senderismo e *trekking* são passeio feito pelo campo, selva ou montanhas que tem duração de um dia ou mais de uma semana.

Quem costuma procurar este tipo de atividade são jovens, nômade, aventureiro, os amante em risco, com motivações culturais, esportiva e recreativos, como poderes aquisitivos médio.

4. 8 Viagens e circuitos de aventura

O turismo de aventura consiste na pratica de atividades com riscos maiores e menores, mas também viagens com itinerários e circuitos que oferecem dificuldades tanto nos aspectos geográficos e em dificuldades no transporte como veículos que não percorre qualquer tipo de estrada e o aventureiro tem que está disposto a carregar sua própria bagagem e fazer sua própria comida. É uma atividade voltada para o turismo juvenil em busca de risco, força, motivações culturais, esportivas e recreativas.

3. 9 Turismo fluvial

Já este tipo de atividade pode ser realizada em um fim de semana a uma ou duas semanas navegando em rios com uma embarcação com 4 a 12 pessoas que eles se hospeda. Quem procura para este tipo de atividade são o turismo juvenil familiar, amante da natureza e que possui poder aquisitivo médio.

Turismo de cruzeiro

O turismo de cruzeiro é utilizado o transporte marítimo possui o itinerário fechado que seguiu uma rota, possui serviços de cruzeiro que costuma diversificar de cruzeiro a cruzeiro. Quem procura este tipo de atividade são pessoas com poder aquisitivo alto e médio.

3. 1. 1 Turismo religioso

O turismo religioso é de grande importância tanto religiosa, histórica, econômica, cultural e social. Quem costuma procurar por este tipo de atividades são peregrinos de diferente de idade, situação econômica, independentes da religião.

3. 1. 2 Turismo de negócios e congressos

Turismo de negócios: são atividades comercial e de negócios, segundo o texto esta atividade não é turística porém requer alguns tipos de serviços:

- a) Hospedagem;
- b) Transporte;
- c) Restauração
- d) Visitas turísticas;
- e) Compras;
- f) Cultural, entretenimento, recreação e esportiva;
- g) Organização de feiras, salões monográficos, simpósios, reuniões de trabalho entre outros.

As pessoas que procura estas atividades são profissionais de negócios com poder aquisitivo médio e alto.

Turismo de congressos: este tipo de turismo é parecido com o turismo de negócios, há os turismo de congressos, seminários e simpósios científico e cultural. De acordo com os organizadores desse tipo de atividades, os responsáveis são:

- a) Organizações Internacionais Governamentais (OIG), a Organização das Nações Unidas (ONU) e suas agências especializadas, (FAO, UNESCO, etc.)
- b) Grandes acontecimentos esportivos: como jogos olímpicos, competições de esportivas internacionais.
- c) Grandes acontecimentos culturais.

Não há uma definição para quem procura este tipo de atividade pois o segmento da população é muito amplo.

Como qualquer outro setor o turismo precisa haver o planejamento do desenvolvimento, podendo ser feito em vários níveis municípios, cidades, regiões e etc. mas obtendo o objetivo para assim definir onde quer chegar.

Segundo Lickorish e Jenkins (2000, p. 221)

A política do turismo não é um plano do turismo, mas sim o ponto de referência em relação as decisões do planejamento que devem ser relacionadas. Após a política do turismo ser acordada e estabelecida, geralmente pelo governo, o exercício do planejamento do turismo procura atingir os objetivos incorporados a política.

Nessa etapa ainda se leva em consideração a implementação que a partir desta implementação se leva em consideração os objetivos junto ao monitoramento dos turistas podendo ser o monitoramento específico ou mais objetiva.

Para Lickorish e Jenkins (2000, p. 221), A “Monitoração do desenvolvimento do turismo é importante por que é provável que nem todos os objetivos da política sejam atingidos e, assim, há a necessidade de aperfeiçoar e, provavelmente reformular o plano.”

Por isso que o monitoramento tem um mera importância como o planejamento ainda está no começo é mais fácil de fazer modificações.

Sabemos que o turismo é um grande gerador de impactos econômicos em um país, mas é preciso levar em considerações várias questões tanto econômica quanto ambientais, culturais e sociais, a formulação dos objetivos do turismo quem fica responsável por ele é o governo mas hoje em dia as instituições privadas estão se tornando responsável.

Lickorish e Jenkins (2000, p. 223), cita, “os objetivos do turismo são geralmente insensatos, pois são relatos de ambição, e não de realidade. Por essa razão, é preciso identificar cuidadosamente o que pode ser possível e como atingir tais possibilidades.”

É preciso um planejamento sólido e sensato para que se consiga ter objetivos claro, dentro da realidade do local.

Lickorish e Jenkins (2000, p. 224), define política com várias definições “uma política é uma consideração sensata de alternativas”. Sugere que para alguns países os recursos são escassos seja, capital, terra, mão de obras e etc. pois, onde há escassez será utilizado a melhor forma de alocar os recursos.

Segundo Lickorish e Jenkins (2000, p. 227)

Ao considerar a função do turismo em qualquer destino, há várias áreas da política que devem ser avaliadas. Deve-se lembrar também que, á medida que o turismo se desenvolve, os impactos econômicos são imediatos. As mudanças culturais e sociais surgem a prazos muito maiores e são difíceis de ser reconhecida.

A política é importante, pois, define até que ponto que os órgãos públicos confia no governo e não o setor privado.

De acordo com Lickorish e Jenkins (2000, p. 229), não é em todos os países que se fazem o planejamento formal do turismo, e quando se tem é de forma regional e não nacional, pois quando é de forma nacional ele acredita que seria impossível.

Quando se faz uma análise com objetivos na demanda não é tão fácil e concreto, mas chega aproximadamente aos resultados, o que se leva em consideração são os números de chegadas de visitantes e características dos visitantes, os gastos deste visitantes e os países de origem. Esta análise há três estágios são: padrões da demanda histórica relativa ao país, padrões da demanda atual e o potencial futuro. Lickorish e Jenkins (2000, p. 229).

Já a análise da oferta todos os países tem vários tipos de atrações turísticas tem potenciais seja elas naturais, históricas, culturais e de serviços. Quando as atrações são identificadas são integradas no inventário do turismo, quando se finaliza o inventário é necessário priorizar os mais atraentes e acessíveis.

Para se ter um inventário negociável é necessário algumas decisões sendo elas:

- Acesso. Se o local é de fácil acesso ou de difícil acesso.
- Serviços de apoio. se há no local serviços de hospedagem e restaurantes e etc.
- Atração intrínseca. Se as atrações turísticas são suficientes para receber os turistas. Se pode haver integrações junto a outras atividades.

Os grupos ou os meios de serviços é necessário conhecer bem o local para se ter especificidades na oferta.

A implementação é muito importante para o planejamento e que a sequência seja mantida, um dos problemas para o planejamento e em outras áreas são a falta de qualificação, é preciso ter uma estratégia desde do início do planejamento.

De acordo Lickorish e Jenkins, (2000, p. 233), “[...] o objetivo do treinamento conjunto é que a pessoa local adquira conhecimento e experiência suficientes para continuar com o processo de implementação depois que o consulto a deixe[...].”

Mas nem sempre as pessoas permanece trabalhando na área e por tanto há treinamento, mas não se aplica.

A monitoração é importante para desenvolver o planejamento do turismo, no momento que o plano é implementando já deve inicia a monitoração, a monitoração pode ser realizada por comitês tanto

do setor público ou privado, e deve-se está atento para qualquer tipo de problemas e aptos a solucionar os casos. Lickorish e Jenkins (2000, p. 234).

A função do governo é importante para o desenvolvimento do turismo. Quando se há intervenção governamental é preciso de atividades continua, sendo necessário o estado decidir o nível de importância que dará ao setor.

Para Lickorish e Jenkins (2000, p. 237), “o estado supervisiona as forças de mercado, mas não intervém diretamente; ele age como juiz, não como jogador.”

Dois conceitos importante para economia é o desenvolvimento econômico e o crescimento econômico, Lickorish e Jenkins (2000, p. 272), define:

“O crescimento econômico é uma medida quantitativa dos aumentos no Produto Nacional Bruto (PNB) e/ou PNB per capita. É um total relativo e comparativo, e nos mostra como o PNB é distribuído no país. É uma medida estatística da mudança econômica.”

“O desenvolvimento econômico, por outro lado, tem uma interpretação muito mais ampla. Tenta ver como o crescimento econômico foi usado para melhorar os padrões gerais da vida e o bem estar da população de um país.”

No crescimento econômico pode se usar os recursos para o desenvolvimento econômico usando para a saúde, educação, infraestrutura e etc.

Para incorporar o turismo no projeto de desenvolvimento de um país, é preciso de uma estratégia com princípios sólidos, levando em conta princípios a coordenação dos setores relacionados ao turismo e oferta e demanda do produto turístico.

O processo de desenvolvimento do planejamento envolve um amplo cruzamento de participantes que podem trazer consigo objetivos conflitantes. Além disso, participantes com interesses diferentes podem muito bem trazer percepções incompatíveis sobre o setor e sobre o próprio processo de desenvolvimento.

(COOPER 2007, p. 308)

Este processo pode haver vantagens e desvantagem no turismo para o desenvolvimento geral.

Wahab; Crampon e Rothfield (1976) *apud* Cooper (2007, p. 92), esses autores apresentaram como o consumidor como um indivíduo que age de modo intencional conceituando o comportamento de compras na decisão.

- Não há um retorno tangível do investimento;
- Os gastos são consideráveis em relação a renda;

- A aquisição não é espontânea ou impulsiva; e
- Os gastos envolve as economias, sendo planejados com antecedência.

Para Wahab, Crampom e Rothfield (1976) *apud* Cooper (2007, p. 92) os consumidores que tem um comportamento na compra no turismo que agem desta forma é um consumidor sensato que apenas gasta de acordo com suas necessidades e prioridades levando em consideração sua renda. O modelo de comportamento do consumidor proposto por ele, indica:

Modelo inicial -> Alternativas conceituais -> coleta de fatos -> construções de hipóteses -> organização dos estímulos -> previsão das consequências -> custo-benefício das alternativas -> decisão -> Resultado.

Já para Mathieson e Wall (1992) *apud* Cooper (2007, p. 94), apresenta um processo no comportamento na compra de viagens que divide em cinco etapas. Mas sua estrutura é influenciado por quatro fatores inter-relacionados:

- Perfil do turista (idade, educação, atitudes quanto á renda, experiência e motivações anteriores);
- Consciência em relação a viagem (imagem das instalações e dos serviços de um destino turístico baseado no grau de credibilidade);
- Recursos e características dos destino turístico (atrações e aspectos de um destino turístico);
- Aspectos da viagem (distância, duração e percepção de risco da área visitada).

Outro ponto importante para Mathieson e Wall (1992) *apud* Cooper (2007, p. 95) é as férias, reconhecendo que afetam na tomada de decisão.

As cinco etapas são:

Comportamento na compra de viagens -> Sentimento de necessidade/desejo de viajar -> coleta de informações e avaliação por imagem -> Decisão de viajar (escolha entre alternativas) preparação para a viagem e experiência de viagem -> resultados em termos de satisfação com a viagem e avaliação.

Podemos dizer que o **sentimento de necessidade /desejo de viajar** é quando temos o desejo de viajar e passamos a avaliar este desejo.

As **informações e avaliações** depende muito das publicidades e das informações dos amigos que já conhece e indica alguns lugares.

Decisão de viajar ocorre depois que são feitas a decisão do destino, meio de viagem e etc.

Preparação da viagem e equipamentos para a viagem a viagem acontece depois das confirmações das reservas e etc.

Avaliação de satisfação com a viagem feita antes e depois da viagem terá influência para as próximas viagens.

Sabemos que quando o turista viaja ele irá gastar seu dinheiro em grandes variedades de serviços e produtos. Hospedagem, alimentos, bebidas, entretenimento entre outros.

Segundo Cooper (2007, p. 177) “O dinheiro gasto pelo turista pode ser visto como uma injeção de demanda na economia receptora, ou seja, é a demanda criada por essas pessoas fora do seu local”.

Esses impactos devem levar em consideração outros aspectos:

- **Vazamentos** de dinheiro proveniente do turismo, que foge para fora da economia local;
- **Efeitos indiretos e induzidos;**
- Custos de **deslocamentos** e oportunidades.

Quando há vazamento de dinheiro quer dizer que são perdas para fora do país, quando o turista adquire determinado bem achando que é daquele local, mas na verdade aquele bem é importado, assim adquirindo apenas o valor agregado, pois para o bem chegar naquele local foi preciso pagar o transporte para o local, as margens de lucros nas operações do lucro local, os impostos e lucros etc.

Os impactos socioculturais do turismo se manifestam por vários aspectos, artesanato, artes até os comportamentos dos indivíduos e grupos. Esses impactos podem ser tanto positivos como negativos, os positivos incentivam o intercâmbio cultural entre duas populações. E os impactos negativos a comercialização e a degeneração das artes e artesanato, prejudicando também o intercâmbio cultural.

Para Cohen (1984) *apud* Cooper (2007, p. 238), há várias formas de examinar os relacionamentos entre o desenvolvimento do turismo e as mudanças socioculturais e socioeconômicas. A partir de quatro pontos de vistas diferentes, mas que se relacionam:

1. Estudos sobre impactos do turismo;

2. Interação entre visitantes e moradores locais;
3. Sistema turísticos;
4. Turistas e seus comportamentos.

O desenvolvimento do produto turístico é determinado pelo tipo de atividade turística, pela natureza do destino e pelas características socioeconômica dos visitantes.

4. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho foi feito pesquisas em sites do IBGE, ipeadata, dados.al, atlasbrasil entre outros site para obter resultados sobre PIB, IDH, demografia, atividades econômicas dos municípios. Em livros que abordam o tema sobre turismo, atividades turísticas, o comportamento do consumo turísticos, demanda, oferta turística, impacto econômico turismo entre outros temas sobre assunto relacionado ao tema.

Foi usado uma pesquisa exploratória e descritiva. Com propósito de conhecer melhor os meios de hospedagem da cidade, foi feita uma visita a cada um estabelecimento somando oito meios de hospedagem, cinco pousadas e três hotéis, buscando conhecer as estruturas e serviços das pousadas e hotéis e conhecer o perfil dos seus clientes. Todos os estabelecimento atendem todos os públicos, podendo obter maiores informações sobre qual o período de maior ocupação, faixa etária dos clientes, motivos que se levam ao se hospedar e a partir destas perguntas se conhece o público alvo. Foi feita uma visita a associação comercial da cidade para saber quantidades de outros estabelecimento como bares, restaurantes, locais para eventos entre outros comércios, eventos culturais que ocorre na cidade e atende ao grande público.

5. SANTANA DO IPANEMA E O TRADE TURÍSTICO

O presente capítulo apresenta os resultados socioeconômicos sobre a região de Santana do Ipanema, posteriormente, são apresentadas informações sobre a infraestrutura para o turismo de aventura.

5. 1 Análise Socioeconômica do Município de Santana do Ipanema e Região

Santana do Ipanema é uma cidade no sertão Alagoano, sua população está estimada em 47.820 habitantes (2015). Sua densidade demográfica (Hab/km²) 102,614. Sua área é 437.878 km², seu Bioma é a caatinga.

Tabela 1 - Demografia do Município de Santana do Ipanema

Localização	População 2000	População 2010	População 2014
Rural	17.492	17.747	-
Urbana	23.993	27.185	-
Total	41.485	44.932	47.820

Fonte: dados.al.gov.br. 2016

As principais atividades econômicas foi coletado em 2016 nos município como Agropecuária, comércio, construção civil, indústria e serviços. Esta tabela representa o vínculo empregatício em ocupações formais do ano 2012 e 2013, percebe-se que entre os dois anos aconteceram aumentos e diminuição em alguns dos setores da atividade econômica. No ano de 2012 o setor que mais empregou foi o de serviços, o segundo o comércio e a indústria. Já no ano de 2013 houve uma queda no setor de serviços, porém foi o que mais empregou em 2013, o segundo foi o comércio com um aumento de 192 vagas de empregos há mais e o terceiro continuou há indústria, mas com uma diminuição nas vagas.

Tabela 2 -Atividade Econômica do Município

Atividades Econômicas	2012	2013
Agropecuária	3	2
Comércio	1.059	1.251
Construção civil	49	61
Indústria	201	193
Serviços	2.211	2.098
Total	3.573	3.605

Fonte: dados.al.gov.br. 2016.

A tabela abaixo, apresenta o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) do Município de Santana do Ipanema em 2010, coletado em 2016, vejamos na tabela abaixo.

Tabela 3 - Índice de Desenvolvimento Humano(IDH)

	2010
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – Renda	0,579
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal–Educação	0,463
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal –Longevidade	0,770
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal –Total	0,591

Fonte: dados.al.gov.br. 2016.

O IDH da educação é um dos três componentes é obtido através da média geométrica do subíndice de frequência de crianças e jovens da escola. Até 0,499 é considerado muito baixo, de 0,500 a 0,599 é baixo, 0,600 a 0,699 médio, 0,700 a 0,799 é alto e de 0,800 a 1 é considerado muito alto, Santana do Ipanema tem o IDH em educação considerado muito baixo. Em Alagoas 89 municípios é considerado muito baixo, 12 são considerado baixo, apenas 1 Maceió é considerado médio.

O IDH da longevidade é um dos três componentes que compõem o IDH, é obtido a partir do indicador esperança de vida ao nascer, através da fórmula que é $\frac{\text{(valor observado do indicador)} - \text{(valor mínimo)}}{\text{(valor máximo)} - \text{(valor mínimo)}}$, onde os valores mínimos e máximos são 25 e 85 anos respectivamente. ATÉ 0,499 é considerado muito baixo, de 0,500 a 0,599 é considerado baixo, 0,600 a 0,699 é médio, 0,700 a 0,799 é alto e 0,800 a 1 é muito alto. O IDH em longevidade de Santana é considerado alto, no estado há 88 municípios com índices alto e 12 municípios são considerado médio.

O IDH da Renda é um dos componentes que compõem o IDH. Que é obtido a partir da renda per capita através da fórmula $\frac{\ln(\text{valor observado do indicador}) - \ln(\text{valor mínimo})}{\ln(\text{valor máximo}) - \ln(\text{valor mínimo})}$, onde os valores mínimo e máximo varia de R\$ 8,00 e R\$ 4.033,00 (no preço de agosto de 2010).

O IDH da Renda em Santana do Ipanema é considerado baixo, em Alagoas cinco municípios é considerado muito baixo, 86 municípios é considerado baixo, 8 municípios é considerado médio apenas a capital Maceió é considerado alto.

Através desta tabela percebe-se que o índice do desenvolvimento da cidade é considerado Baixo, pois o seu valor total do IDH é 0,591.

Levando em consideração o índice de Gini dos municípios ao redor de Santana do Ipanema, onde o mesmo busca medir o grau de desigualdade existente na distribuição de

indivíduos segundo a Renda domiciliar per capita. Seu valor varia de 0, quando não há desigualdade (a renda domiciliar per capita de todos os indivíduos tem o mesmo valor), a 1, quando a desigualdade é máxima (apenas um indivíduo detém toda a renda). O universo de indivíduos é limitado aqueles que vivem em domicílios particulares permanentes. A pesquisa foi feita em 2016.

A cidade em que o índice de Gini em 2000 chegou a quase um, ou seja que a renda se encontra na mão de poucas pessoas foram São José da Tapera com 0,72 e Pão de açúcar com 0,71, Santana e Senador Rui Palmeira é de 0,68 e os demais estão entre 0,50 a 0,60. Já em 2010 o índice de Gini dos dez municípios que estão sendo analisados não passou 0,64, ficando entre 0,54 a 0,64, Santana do Ipanema apresentou um índice de 0,61, ainda o índice apresenta-se como alto se comparado aos outros municípios.

Tabela 4 - Índice de Gini dos Municípios

Município	Índice Gini 2000	Índice Gini 2010
Carneiros	0,52	0,54
Dois Riachos	0,54	0,55
Maravilha	0,59	0,58
Ouro Branco	0,57	0,55
Palestina	0,54	0,59
Pão de Açúcar	0,71	0,57
Poço das Trincheiras	0,67	0,64
São José da Tapera	0,72	0,58
Senador Rui Palmeira	0,68	0,55
Santana do Ipanema	0,68	0,61

Fonte: dados.al.gov.br e AtlasBrasil, 2016.

A Renda per capita é a razão entre o somatório de renda de todos os indivíduos residentes em um domicílio particulares permanentes e o número total desses indivíduos. A Renda Per Capita dos dez municípios entre 2000 a 2010 teve aumento em todos os municípios de 50,00 a 100,00. Considerando as informações apresentadas, o município de Santana do Ipanema apresentou-se frente dos demais municípios, com a renda per capita acima dos demais. Ano dos dados pesquisados foi em Julho de 2016.

Tabela 5 - Renda per Capita dos Municípios

Município	Renda per Capita 2000	Renda per Capita 2010
Carneiros	117,40	199,58
Dois Riachos	148,66	194,81
Maravilha	85,80	229,39
Ouro Branco	126,89	227,56
Palestina	109,76	185,39
Pão de Açúcar	174,43	224,33

Poço das Trincheiras	69,20	162,21
São José da Tapera	87,03	188,84
Senador Rui Palmeira	79,05	159,61
Santana do Ipanema	188,57	293,85

Fonte: dados.al.gov.br e AtlasBrasil, 2016.

5.2 Infraestrutura Turística de Santana do Ipanema

A presente parte, busca analisar a infraestrutura turística do município de Santana do Ipanema, com a finalidade de verificar a possibilidade do desenvolvimento da atividade de Turismo de Aventura.

Foi realizado uma pesquisa sobre as pousadas e hotéis, bares e restaurante, locais para eventos, agências de viagens e turismo, empresas de transporte, lojas souvenir's e supermercados na cidade de Santana do Ipanema. Abordando atrações culturais e eventos que a cidade oferece, ou seja, considerando aspectos que possam dar suporte ao *trade* turístico de Santana do Ipanema.

Foi realizada também a aplicação de questionário em pousadas e hotéis na cidade, onde encontra-se cinco pousadas e três hotéis, com perguntas referentes ao estabelecimento e ao perfil dos clientes por exemplo quantidade de quartos, se já está incluso alguma alimentação, idade dos clientes, motivos ao se hospedar entre outras perguntas que veremos mas a frente.

5.3 Turismo de Aventura em Santana do Ipanema

O município conta com a prática de algumas atividades radicais como escalada esportiva, escalada tradicional, rapel e slack line, acampamento. Surgindo em 2009 o grupo Cactus Escalada. Santana do Ipanema conta com belíssimos lugares com alto potencial para a pratica de escalada, como a serra da Camonga, Serra do Poço, Serra da Lajota e Serra do Gugi além de fazer em outras cidades do estado como na cachoeira em viçosa e nos cânions em olho d'água do casado.

Entrevista com o fundador e membro da Cactus Escalada, Samuel Andrade, Vigilante, 29 anos de idade, e que está no grupo a mais de 5 anos, existia uma galera que não se tinha muita coisa pra fazer nos fins de semana, mas costumava caminhar pelas serras começou a praticar o rapel, tomou conhecimentos de lugares maravilhosos e inicialmente era apenas um hobby e hoje se tornou uma profissão a cactus obteve sua certificação em 24 de setembro de 2014.

Atualmente a cactus Escalada tem três sócios e no mínimo fazem uma atividade por mês ou sempre que é contratado, costuma-se fazer nos feriados e finais de semana a média de preço para pratica da atividade custa em torno de R\$ 100,00 com almoço, transporte e a atividade a ser praticada. Os meios de divulgação é o instagram, facebook e no boca a boca nas pousadas e hotéis em santana não tem essa divulgação, porém no restaurante castanho em Delmito Gouveia e no show da natureza em olho d'água do casado ambas e outros a margem do rio são Francisco divulga a cactus. Todas as pessoas pode praticar mas se for de menos é preciso a autorização dos pais, os guias não tem curso, pórem para a pratica do rapel eles tem capacitação e antes de cada atividade eles mapear o local para o conhecimento da região e toda ativida tem o acompanhamento de educador físico e enfermeiro.

A figura 1, foi uma atividade de trilha e rapel na Serra da Camonga, e a figura 2, foi uma trilha na Serra do Poço, essas Serras estão localizadas em Santana do Ipanema – AL. A figura 3 foi acampamento e rapel feito no restaurante Castanho em Delmiro Gouveia e a Figura 4 rapel na cachoeira da Tiririca em Murici.

Figura 1. Rapel na Serra da Camonga



Fonte: Vitoria Reis, 2013.

Figura 2. Trilha na Serra do poço



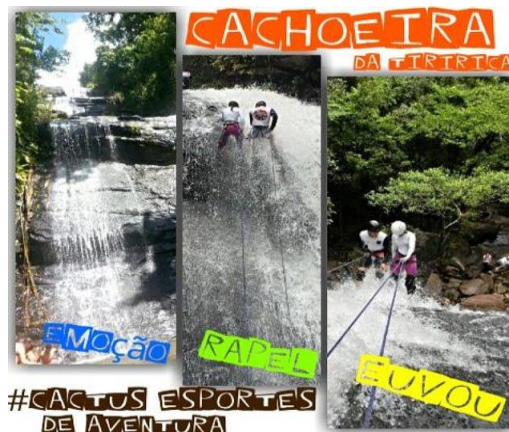
Fonte: Vitoria Reis, 2013.

Figura 3. Acampamento na reserva do castanho na cidade de Delmiro Gouveia



Fonte: Cactus Esporte de aventura, 2016.

Figura 4: Rapel na cachoeira da Tiririca em Murici AL



Fonte: Cactus esporte de aventura, 2016.

O setor do turismo movimentava a economia como um todo, pois a partir do momento que o turista visita uma cidade, ele não utilizava apenas o serviço do turismo de aventura, mas também, restaurantes, meios de hospedagem, transportes e entre outros além de gerar crescimento econômico, criação de empregos locais, valorização da cultura e proteção do meio ambiente.

5. 4 Atrações culturais em Santana do Ipanema

Pode-se dizer que no mês de julho, exatamente na segunda semana começa uma das festas na cidade bastante conhecida que é a festa da juventude tendo duração de quatro dias com grandes atrações musicais e a escolha da rainha. Atendendo um grande público de várias localidades, é preciso marcar reserva nos hotéis e pousadas antecipadamente ou alugar casas. No dia 17 de julho inicia a Festa de Nossa Senhora Santana tendo duração de nove noites sendo a primeira noite uma procissão e as demais noites são novenas atraindo um público religioso.

O mês de outubro também é bem atrativo mas voltado para o público religioso tendo novenas e procissão iniciando no dia 6 as festas de São Cristóvão que tem duração de 10 dias o primeiro dia é com uma procissão com os cavaleiros e o último dia como São Cristóvão é o Rei dos transportes tem a procissão com todos os meios de transportes. Quando acaba as festas de São Cristóvão sendo que essa festa é voltada para o público religioso e recebe várias pessoas de fora para participar e o atrativo é as novenas e procissão.

Na cidade costuma haver outros eventos tanto acadêmicos quanto empresariais. Os empresariais costumam acontecer na associação comercial da cidade já os acadêmicos ocorrem nas próprias universidades quanto na Associação Atlética Banco do Brasil (AABB), Tênis Club, câmara de vereadores e dependendo do evento nas escolas municipais ou estaduais, esse público é voltado para os estudantes universitários que costuma acontecer todo ano tanto nas universidades estaduais quanto Federal.

Sendo assim, verifica-se a possibilidade de ações que possam atrair determinado público turístico, contudo, para isso, deve-se investir em hotéis e pousadas que possam dar suporte a essas ações.

5. 5 O Trade turístico em Santana do Ipanema

Segundo as informações obtidas Santana tem cinco pousadas e três hotéis, localizadas em ponto bastante relevante tanto no centro da cidade como nas suas entradas e saídas sendo de fácil acesso suas localizações.

Há três bares e oito restaurantes sendo que alguns oferecem apenas almoço e outros oferecem o almoço e janta, sendo que em um barzinho e em um restaurante tem um dia da semana que tem música ao vivo atraindo mas público e variando os estilos musicais.

Eventos tanto cultural quanto acadêmicos costumam utilizar o Tênis Club, a AABB, voltado pra o público acadêmicos são as próprias universidades ou as escolas que existem na cidade e a câmara de vereadores estes espaços também são utilizado nas formaturas das universidades.

Há duas agências de viagem na cidade ambas localizada em duas galerias no centro da cidade oferece tanto viaje de aviões nacionais e internacional quanto cruzeiro marítimo o atendimento não fecha no horário de almoço sendo aberto de 8h:00 da manhã até as 18h:00 e dia de sábado até as 14h:00.

Segundo as informações que foi levantado as única empesas de transporte na cidade é a Real Alagoas que circula em Alagoas do sertão a capital e a empresa de transporte Aarsal faz linhas intermunicipal de várias cidades próximas, mas dentro da cidade não existe nem um coletivo.

Na cidade ainda não existe uma loja de souvenir ou loja de lembranças daquele lugar. Existe três supermercado e um hipermercado tendo um restaurante dentro do hipermercado.

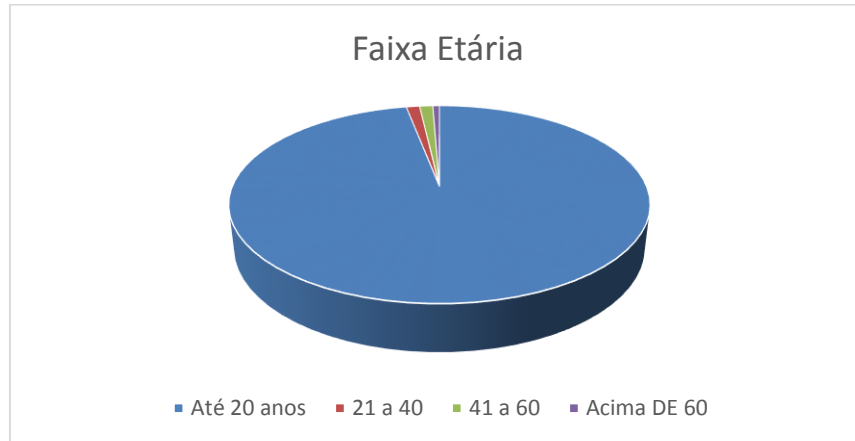
5. 6 Questionário junto a Pousadas e Hotéis

O questionário foi aplicado apenas nas pousadas e hotéis, pois buscou-se analisar esse tipo de estrutura e como os turistas podem ser recepcionados na cidade, esses dados foram feitos em Novembro de 2016.

A primeira pergunta foi quais motivos que os clientes se hospeda, tendo três alternativas lazer, negócios e outros. Nos oitos meios de hospedagem a resposta foi a mesma que a maioria dos clientes vem a negócios, sendo assim, surge a possibilidade de pensar em desenvolver melhor tais atividades na cidade.

A segunda pergunta dos questionário foi relacionado a faixa etária dos clientes, nos oito meios de hospedagem responderam que são de 21 a 40, mas há clientes de outras idades que se hospedam.

Gráfico 1: Faixa etária dos clientes



Fonte: Elaborado pelo próprio autor, 2016.

E a terceira pergunta é relacionado se os hotéis e pousadas oferece algum tipo de refeição café, almoço ou janta, em apenas cinco dos estabelecimentos oferece apenas café da manhã incluso na hospedagem que são em três pousadas e em dois hotéis os demais não oferece nenhum tipo de refeição.

Quadro 1: Meios de Hospedagem que inclui refeições no pacote

Quantidade	Café	Almoço	Jantar
Pousada 1	Sim	Não	Não
Pousada 2	Sim	Não	Não
Pousada 3	Não	Não	Não
Pousada 4	Não	Não	Não
Pousada 5	Sim	Não	Não
Hotel 1	Sim	Não	Não
Hotel 2	Sim	Não	Não
Hotel 3	Não	Não	Não

Fonte: Elaboração pelo próprio autor, 2016.

A quarta e quinta pergunta são relacionados a quantidades de quartos e quais tipos de quartos individual, casal, duplo e triplo. Cada pousada e hotéis variam de 9 a 31 quartos somando 135 quartos, já em relação aos tipos de quartos disseram que oferecem todas as alternativas. Sendo assim, verifica-se que o trade turístico pode sofrer, devido a pouca quantidade de quartos disponíveis.

Tabela 6 - Quantidade de quartos

	Quartos
Pousada 1	17
Pousada 2	31
Pousada 3	17
Pousada 4	9
Pousada 5	16
Hotel 1	12
Hotel 2	16
Hotel 3	17
Total	135

Fonte: Elaboração pelo próprio autor, 2016.

A sexta pergunta é sobre o público que se hospeda se são sozinho, casal ou família e em todos os estabelecimento a resposta foram a mesma sozinho.

E a penúltima pergunta é sobre o período de maior ocupação, as resposta dos estabelecimentos foram variada quatro responderam que o maior período são todos os meses dos anos, uma respondeu abril a junho e três responderam que é de julho a setembro, e tendo um público ativo dos professores universitários durante as férias a uma diminuição na demanda.

E a última pergunta do questionário é se os estabelecimentos possui parceria com outras empresas apenas um hotel respondeu que sim sua parceria são com magazine Luiza Walmart, Eletro Shop entre outras empresas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo mostrar o potencial do turismo analisando o PIB, atividades econômicas, demografia, IDH e a renda per capita tanto da cidade de Santana do Ipanema quanto das cidades vizinhas. Foi relatado o quanto o turismo pode incentivar na economia de um país como dos municípios gerando várias oportunidades de empregos direto e indireto.

Santana do Ipanema em relação as nove cidades analisada em 2000 e 2010 é a cidade com maior número de população na zona urbana nos dois anos, ficando apenas atrás de São José da Tapera na população rural com 17.492 em 2000 e em 2010 com 17.747 habitantes.

As atividades econômicas dos nove municípios analisadas além da cidade de Santana do Ipanema tem suas principais atividades nos setores e serviços, comércio e agropecuário. O setor da construção civil e indústria são poucas cidades que empregam neste setor. As cidades que mais empregaram em 2012 e 2013 foram Santana do Ipanema com 3.573 e 3.605 e São José da Tapera com 1.779 em 2012 e 2.183 em 2013.

Santana do Ipanema tem grande potencial para desenvolver no segmento do turismo de aventura que ocorre no sertão no meio da caatinga, e pode mostrar que no sertão pode ser muito mais do que as pessoas imaginam e que pode se ter um grande mercado que se oferta um leque de atrativos.

Pode-se dizer que a cidade de Santana do Ipanema tem um grande potencial para desenvolver-se no setor turístico, já tem um grande público no segmento de negócios como foi citado pelos meios de hospedagem, ainda tem suas festividades que atraem um grande público de várias localidades para a festa da juventude e ainda há outras festividades a de São Cristóvão e Nossa Senhora Santana atraindo o público religioso. Há uma empresa de transporte que sai do sertão com destino a capital quatro vezes ao dia e outra empresa que tem circulação na parte da manhã até um pouco mais de meio dia das cidades circunvizinhas. Com as duas universidades implantadas na cidade acontecem eventos acadêmicos que atraem estudantes de outras universidades, há locais para atender tais eventualidades tendo o apoio da outra universidade, AABB, Tênis Club e câmara de vereadores, já para eventos empresariais costuma acontecer na associação comercial e na câmara de vereadores.

Há duas empresas de viagem na cidade que ofertam passagens nacionais quanto internacionais e cruzeiro marítimo. Percebe-se que nesse último tempo a cidade está se desenvolvendo com empresas antigas e outras empresas novas que vem conseguindo seu espaço

e inovando a cada dia. Hoje encontra-se quatro supermercados, sendo dois com lanchonetes, restaurantes e padarias. Outras empresas que foram abertas recentemente e já tem um grande número de clientes de outras regiões.

A aplicação do questionário nas pousadas e hotéis da cidade foi de grande importância para ter uma noção de quem é o público turístico de Santana. Este trabalho conclui que a cidade tem uma estrutura com pousada, hotéis, bares e restaurantes numa boa localização. Podendo melhorar com algumas sinalizações das localidades dos meios de hospedagem, porém todas são de fácil acesso e são bastante procuradas.

7. REFERÊNCIAS

_____. ALAGOAS EM DADOS E INFORMAÇÃO. **IDH longevidade**. Disponível em: <<http://dados.al.gov.br/de/dataset/mapas-de-indicadores-sociais-2014/resource/6eb8b289-3e8e-4000-848a-858d9763e64e>> Acesso em: 07 jun. 2016.

_____. ALAGOAS EM DADOS E INFORMAÇÃO. **IDH Renda**. Disponível em: <<http://dados.al.gov.br/th/dataset/mapas-de-indicadores-sociais-2014/resource/00789a18-1234-4746-a71a-b8c16a790794>> Acesso em: 07 jun. 2016.

_____. ALAGOAS EM DADOS E INFORMAÇÃO. **Perfil Santana do Ipanema**. Disponível em: <<http://dados.al.gov.br/dataset/addcb1c3-9869-4cd2-991d-e843d6155ee4/resource/6df3b3f6-f72c-4368-85a6-e56274139f36/download/perfilsantanadoipanema2015.pdf>> Acesso em 04 jul. 2016.

_____. ALAGOAS EM DADOS E INFORMAÇÃO. **Renda per capita**. Disponível em: <<http://dados.al.gov.br/it/dataset/mapas-de-indicadores-sociais-2014/resource/d74c0755-cc4a-4652-a9c9-f6d59a96339b>> Acesso em: 21 jul. 2016.

_____. PRODUTO INTERNO BRUTO DOS MUNICIPIOS 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?codmun=270430&idtema=103>> Acesso em: 18 jul. 2016.

ALAGOAS EM DADOS E INFORMAÇÃO. **IDH Educação**. Disponível em: <<http://dados.al.gov.br/dataset/mapas-de-indicadores-sociais-2014/resource/2a4f0164-7a7c-417c-9d4e-78f21c05ed53>> Acesso em: 07 jun. 2016.

ALMEIDA, Deyse O. **Turismo de Aventura**: enclaves, benesses e oportunidades para a praia do pipa, Tibau do sul/ RN, sob o olhar do secretário do turismo do município. 2013. 69 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2013.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. Disponível em: <<http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/consulta/>> Acesso em: 21 jul. 2016.

BUARQUE, Sergio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. 4.ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

COOPER, Chris et al. **Turismo**: princípios e práticas. Tradução Alexandre Salvaterra – 3.ed.- Porto Alegre: Bookman, 2007.

DIAS, Reinaldo. **PLANEJAMENTO DO TURISMO política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo Editora: atlas S.A-2008.

ESTENDER, Antônio C.; PITTA, Tercia T. M. O conceito do desenvolvimento sustentável, **The Concept of Sustainable Development**, p. 5-7. Disponível em: <www.institutosiegen.com.br/artigos/conceito_desenv_sustent.pdf> Acesso em: 17 jul. 2016.

IBGE- INSTITUO BRASILEIRO GEOGRÁFICO E ESTATÍSTICO. **Área e bioma**. 2013. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br>> Acesso em: 04 jul. 2016

KRONEMBERGER, Denise Maria Penna et al. Saneamento e meio ambiente. In: IBGE – Instituto de Geografia e Estatística. **Atlas de Saneamento**. 2011.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2000 – 6 reimpressão.

LIMA, Fabiano R. **Turismo de aventura e meios de hospedagem**: Análise das necessidades específicas de um segmento e da adequação de seus receptores. 2004. 146 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Bauneário Camboriú, 2004.

MONTEJANO, Jordi M, **Estrutura do mercado turístico**. Tradução de Andréa Favano. -- 2. Ed. – São Paulo; Roca, 2001.

SCÓTOLO, D.; NETTO, A. P. **Contribuições do turismo para o desenvolvimento local**, 2015, CULTUR, ano 09 n 1, p. 36-59. Disponível em: <www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao1/2.pdf> Acesso em: 22 dez. 2015.

SEDETUR- Secretaria do Turismo e Desenvolvimento Econômico. **Turismo de Aventura ganha força em Alagoas**. 2008. Disponível em: <[http://www.turismo.al.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/2008/10/turismo-de-aventura-ganha-forca-em-alagoas/turismo de aventura em alagoas](http://www.turismo.al.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/2008/10/turismo-de-aventura-ganha-forca-em-alagoas/turismo%20de%20aventura%20em%20alagoas)> Acesso: 10 jan. 2014.

Apêndice A

1. Por quais motivos os clientes se hospedam em seu estabelecimento?

- a. Lazer. b. Negócios.
 c. Outro. Qual?

2. Faixa etária dos clientes?

- a. Até 20 anos. b. De 21 a 40 anos.
 c. De 41 a 60 anos. d. Acima de 60 anos.

3. Oferece Alguma refeição inclusa no serviço? Caso responda SIM, marque um X em cada tipo de refeição.

- a. Sim. b. Não.
 1. Café 2. Almoço 3. Jantar

4. Quantidade de quartos que seu estabelecimento possui.

5. Tipo de quarto que o estabelecimento possui.

- a. Individual. b. Duplo.
 c. Triplo. d. Casal.

6. Público que ocupa seu estabelecimento.

- a. Sozinho. b. Casal.
 c. Família. d.

7. Período de maior ocupação?

- Janeiro a Março. Abril a Junho.
 Julho a Setembro. Outubro a Dezembro.

8. Possui parceria com alguma outra empresa?

- Sim. Não.
 Qual tipo de empresa?

