



**INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA PRÓ REITORIA DE ENSINO CAMPUS  
GUARABIRA CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

**CARLOS ANTONIO DA SILVA PACIFICO**

**ESTRATÉGIAS PARA AMPLIAR O TURISMO NA CIDADE DE SERRA DA RAIZ**

**GUARABIRA**

**2025**

**CARLOS ANTONIO DA SILVA PACIFICO**

**ESTRATÉGIAS PARA AMPLIAR O TURISMO NA CIDADE DE SERRA DA RAIZ**

Projeto de Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira.

Orientador: Prof. José Alberto Bezerra de Queiroz Júnior

**GUARABIRA**

**2025**

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA**

P117e Pacifico, Carlos Antonio da Silva  
Estratégias para ampliar o turismo na cidade de Serra da Raiz / Carlos Antonio da Silva Pacifico.- Guarabira, 2025.  
22f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). – Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2025.

"Orientação: Prof. Me. José Alberto Bezerra de Queiroz Júnior."

Referências.

1. Turismo. 2. Infraestrutura. 3. Marketing digital. 4. Turismo regional. 5. Serra da Raiz, PB. I. Título.

CDU 338.48(81)(0.067)

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB 000676

CARLOS ANTONIO DA SILVA PACIFICO

**ESTRATÉGIAS PARA AMPLIAR O TURISMO NA CIDADE DE SERRA DA  
RAIZ**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Coordenação do Curso  
Superior de Tecnologia em Gestão  
Comercial do Instituto Federal da Paraíba  
– Campus Guarabira, como requisito  
obrigatório para a obtenção do título de  
Tecnólogo em Gestão Comercial.

Defendido em: 19/03/2025.

**BANCA EXAMINADORA**

Documento assinado digitalmente



**JOSE ALBERTO BEZERRA DE QUEIROZ JUNIOR**

Data: 30/07/2025 11:13:19-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. José Alberto Bezerra de Queiroz Júnior

Orientador

Documento assinado digitalmente



**ANA BEATRIZ BERNARDES OLIVEIRA**

Data: 04/08/2025 17:39:02-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Ana Beatriz Bernardes Oliveira (IFPB)

Membro Examinador Interno

Documento assinado digitalmente



**AGLAUCIBELLY MACIEL BARBOSA**

Data: 30/07/2025 08:15:28-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Aglaucibelly Maciel Barbosa

Membro Examinador Interno

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus por me dar forças para nunca desistir.

Agradeço aos colegas de turma, em especial ao meu quarteto, Pedro, Adna e Jeferson, irmãos que levarei para toda a vida. Também quero agradecer à minha mãe e ao meu pai, que me deram forças para não desistir, e a todos os amigos e familiares que, de alguma forma, me incentivaram.

Agradeço também a todos os docentes - foi uma honra aprender com cada um de vocês. Quero agradecer especialmente ao meu orientador por todo o apoio e orientação.

Por fim, agradeço a todos do Grupo Aventureiros da Copaoba por toda a dedicação e por ajudar no avanço do turismo no município de Serra da Raiz-PB. Ao grande Noronha Monteiro, meu agradecimento por contribuir tanto com o município.

## **Resumo**

O estudo ora apresentado examina as estratégias voltadas para o aumento do turismo na Serra da Raiz do Estado da Paraíba, cuja real potencialidade econômica e social é discutida. A pesquisa diagnosticou entraves, como a estruturação e visibilidade deficitárias do destino e a falta de estratégias de marketing digital. A coleta de dados para avaliação de percepções e impactos do turismo foi feita por meio da aplicação de questionários a domiciliados, turistas e comerciantes locais. Os resultados indicam um elevado grau de satisfação dos visitantes, principalmente quanto à hospitalidade e às belezas naturais, mas indicam a necessidade de investimentos em sinalização, transporte e diversificação de atividades. Os comerciantes consideraram o turismo como fator de crescimento econômico em seus negócios, destacando o aumento da demanda e a criação de empregos. O marketing digital, principalmente pelas redes sociais, desponta como estratégia relevante de promoção do destino. Por fim, conclui-se que a integração entre as esferas pública e privada e a própria comunidade é essencial ao desenvolvimento sustentável do turismo, consolidando a Serra da Raiz como um verdadeiro destino turístico regional.

**Palavras Chaves:** Turismo, infraestrutura, marketing digital.

## **Abstract**

The present study examines strategies aimed at increasing tourism in Serra da Raiz, in the state of Paraíba, discussing its real economic and social potential. The research identified obstacles such as inadequate structuring and visibility of the destination, as well as the lack of digital marketing strategies. Data collection for assessing perceptions and tourism impacts was conducted through questionnaires applied to residents, tourists, and local merchants. The results indicate a high level of visitor satisfaction, particularly regarding hospitality and natural beauty, but highlight the need for investments in signage, transportation, and diversification of activities. Merchants considered tourism a factor of economic growth for their businesses, emphasizing increased demand and job creation. Digital marketing, especially through social media, emerges as a relevant strategy for promoting the destination. Finally, it is concluded that integration between public and private sectors, along with community involvement, is essential for the sustainable development of tourism, consolidating Serra da Raiz as a true regional tourist destination.

**Keywords:** Tourism, infrastructure, digital marketing.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
1.1	JUSTIFICATIVA.....	10
1.2	OBJETIVO GERAL .....	10
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>10</b>
2.1	TURISMO.....	10
2.2	SEGMENTAÇÃO OU TIPOS DE TURISMO .....	11
2.3	POTENCIAL TURÍSTICO DE SERRA DA RAIZ .....	12
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>13</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>14</b>
4.1	COMPILAÇÃO DAS RESPOSTAS DO FORMULÁRIO DOS MORADORES LOCAIS DE SERRA DA RAIZ-PB .....	14
4.2	COMPILAÇÃO DAS RESPOSTAS DO FORMULÁRIO DOS TURISTAS QUE VÃO À SERRA DA RAIZ-PB .....	15
4.3	COMPILAÇÃO DAS RESPOSTAS DO FORMULÁRIO DOS COMERCIANTES QUE MORAM NA SERRA DA RAIZ-PB.....	17
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>20</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>21</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A mais antiga das definições conceituais aproveitadas sobre o turismo data de 1910 e tem sua autoria atribuída ao economista austríaco Herman von Schullard. Segundo ele, o turismo é “[...] a soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região” (Schullard, *apud* Andrade, 1995, p.32-33).

O turismo constitui-se como uma das principais atividades econômicas de um país ou região. Emerge nas organizações do setor, dessa forma, a preocupação em manter seu potencial competitivo, por meio de investimentos em infraestrutura, processos operacionais e equipes profissionais. Diante disso, a performance dos empreendimentos desse setor é avaliada não somente com base em seu valor econômico, produtos e serviços, mas a partir dos recursos intangíveis – isto é, o capital intelectual (Barreto, 1991).

O Brasil se destaca mundialmente por sua diversidade cultural. Além de ter uma ampla extensão territorial, conta também com inúmeros atrativos naturais e é conhecido por ter uma população calorosa e hospitaleira (Ignarra, 2001). Isso o torna um destino para diversos visitantes e diversos tipos de turismo como religioso, de negócios, cidades históricas, praias e eventos como festas e ano novo.

Tendo isso em vista, Serra da Raiz é uma cidade linda da Paraíba e com muitos atrativos turísticos. Tem um ambiente agradável, uma cultura interessante e um povo amigável. Apesar das suas múltiplas características positivas, a Serra da Raiz nunca foi um destino turístico popular. Mas é preciso encontrar novas formas de fazer crescer o turismo urbano para ajudar a economia, apoiar o crescimento sustentável e melhorar o caráter único desta cidade.

O grande potencial turístico de Serra da Raiz pode ser mais bem aproveitado ao se tornar uma das principais atividades econômicas do município. Para isso, é necessário expandir a rede de serviços de transporte, alojamento e turismo, a fim de garantir maior conforto e comodidade para turistas nacionais e estrangeiros. Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar as estratégias mais adequadas para ampliar o turismo local, bem como identificar as ferramentas mais eficazes para sua divulgação. Dessa forma, espera-se influenciar positivamente a criação de empregos, aumentar a arrecadação de tributos e dinamizar outras atividades econômicas, como o comércio e serviços, que estão intrinsecamente ligados ao setor turístico. Por fim, quais estratégias se mostram mais adequadas para ampliar o turismo na cidade de Serra Da Raiz-PB?

## **1.1 JUSTIFICATIVA**

A pesquisa sobre Novas Estratégias para Expandir o Turismo na Cidade de Serra da Raiz – PB, busca formas de tornar a cidade mais atrativa para turistas, o que beneficiaria a economia local, geraria empregos e melhoraria a qualidade de vida dos moradores. O estudo pretende identificar os problemas atuais e propor soluções que mantenham a cultura e o meio ambiente intactos. Os resultados podem ajudar tanto o setor público quanto o privado a desenvolver estratégias sustentáveis para o turismo, servindo também de exemplo para outras cidades.

## **1.2 OBJETIVO GERAL**

- Mapeando quais estratégias se mostram mais adequadas para ampliar o turismo na Serra Da Raiz-PB.

## **1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Registrar a satisfação dos turistas em relação aos valores pagos por serviços na cidade.
- Identificar as ferramentas mais eficazes na divulgação do turismo local.
- Identificar pontos positivos para atrair novos empreendimentos para a cidade.
- Analisar o impacto do turismo em relação à economia local.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 TURISMO**

Devido às muitas atividades que cria, o turismo é hoje amplamente reconhecido como um fenômeno social e uma força econômica que aumenta o bem-estar. Segundo Cooper *et al.* (2001, p. 235), o turismo desempenha um papel importante na atração de divisas e na promoção do desenvolvimento econômico nos países em desenvolvimento. Além disso, em âmbito doméstico, esta atividade é muito importante para a distribuição de rendimentos, especialmente em áreas remotas onde há pouca ou nenhuma produção.

A Organização Mundial do Turismo define, por sua vez, turismo como “as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora do seu ambiente habitual por no máximo um ano consecutivo para lazer, negócios e outros fins”. Dessa forma, a definição reforça a

condição temporária das viagens e ressalta a pluralidade de motivações do turista. O turismo pode ser compreendido, então, como a totalidade de práticas e experiências que emergem da relação entre turistas, empresas, governos e comunidades locais; multifacetado, o turismo reúne distintos tipos, sendo exemplos o turismo cultural, ecológico, de aventura, de negócios etc., (OMT, 2022).

Para Alencar e Barbosa (2000), o turismo tem uma importância econômica expressiva, sendo uma das maiores indústrias globais em termos de geração de receita e empregos. Em muitos países, ele representa uma das principais fontes de renda, contribuindo significativamente para o Produto Interno Bruto (PIB). De acordo com estudos de Silva e Ferreira (2021), o turismo pode ser uma ferramenta de desenvolvimento econômico, especialmente em regiões onde outras formas de industrialização são limitadas.

Como apontado por Almeida e Ribeiro (2019), além de seus impactos econômicos, o turismo também exerce influência social e cultural. Com isso, ele facilita o intercâmbio cultural, promove o conhecimento e o respeito entre diferentes culturas e pode contribuir para a preservação do patrimônio cultural e natural. Portanto, o turismo também pode trazer desafios, como a sobrecarga de infraestruturas locais, a degradação ambiental e a erosão cultural.

## **2.2 SEGMENTAÇÃO OU TIPOS DE TURISMO**

Cavaco (2001) afirma que como atividade econômica em constante evolução, o turismo enfrenta desafios contínuos relacionados à competitividade dos mercados e às crescentes exigências da demanda. Para se manterem relevantes e competitivas, as empresas de turismo estão se afastando de uma abordagem generalista e adotando uma estratégia de especialização. Em vez de oferecerem produtos e serviços genéricos, essas empresas agora focam em produtos segmentados, cuidadosamente adaptados para atender às necessidades e preferências de públicos específicos (RODRIGUES,2003, p.1).

Esta iniciativa não só melhora a experiência do cliente, mas também permite que as empresas se diferenciem num mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. Além disso, a tecnologia promove a inovação na indústria, facilitando o desenvolvimento de novos produtos e serviços que atendam às mudanças nas condições do mercado e às necessidades complexas.

Segundo a SEDETUR (2004), no setor de turismo, a segmentação do mercado usa as seguintes denominações, entre outros:

- Turismo da Terceira Idade: com o aumento da expectativa de vida, esse setor atrai aposentados com mais tempo e meios de viajar;

- Turismo de Natureza: para pessoas que desejam entrar em contato com a natureza, incluindo roteiros e visitas a áreas protegidas;
- Turismo Religioso: para pessoas com interesses espirituais, visitando lugares como Vaticano e Aparecida Norte;
- Turismo Cultural: atração de interessados em arte e eventos históricos;
- Turismo de Negócios: para profissionais que viajam a trabalho, negociações e negócios;
- Turismo de Eventos: pessoas que viajam para participar de congressos, exposições e festas.

### **2.3 POTENCIAL TURÍSTICO DE SERRA DA RAIZ**

Nos últimos anos, as atividades turísticas nas pequenas cidades se tornaram econômica e socialmente muito importantes, envolvendo vários atores e refletindo novos valores. Este tema tem despertado interesse em diversos setores a fim de identificar elementos representativos relevantes que ainda necessitam de modificação e interpretação.

A região Serra da Raiz é conhecida pelas suas belas paisagens naturais, topografia acidentada, vegetação típica da Mata Atlântica e vistas maravilhosas, condições ideais para trilhas, caminhadas ecológicas e observação da vida selvagem e da flora (Santos, 2021). Além disso, o clima ameno, em particular nos meses frios, atrai os turistas para obter paz e tranquilidade. Segundo a Secretaria de Turismo da Paraíba (2022) a região Serra da Raiz é um ótimo destino tanto para os amantes da natureza, pois abriga uma parte significativa da Mata Atlântica, quanto para adeptos do turismo cultural, pois o acervo da arquitetura colonial e eclesiástica, entre outros, atrai quem aprecia esse tipo de turismo.

De acordo com a secretária de turismo de Serra da Raiz (2021) a cidade é atraente para o turismo rural, oferecendo passeios em propriedades rurais, onde os visitantes podem participar de atividades tradicionais, experimentar a vida rural, com os famosos passeios nos antigos engenhos, trilhas com os aventureiros da copaoba, e provar produtos locais, como bebidas típicas como a cachaça serra limpa que é feita naturalmente no município, doces e outros licores. Além disso, festas religiosas populares, como a tradicional festa do nosso senhor do Bonfim, o padroeiro da cidade, o São João intitulado como o mais aconchegante da Paraíba que atrai cidadãos de todas as regiões e promove atrações culturais aumentando a economia local.

### 3 METODOLOGIA

Para realizar a pesquisa sobre o tema "Analisando novas estratégias para ampliar o turismo na cidade de Serra da Raiz – PB", é essencial fazer uma análise detalhada da situação atual do turismo local e desenvolver estratégias aplicáveis. A pesquisa será de caráter exploratório e se baseará nos estudos de Bustos Cara (2001), que aponta que o turismo gera transformações que transcendem as esferas econômica e ambiental, impactando diretamente o cotidiano das comunidades. Serão utilizadas abordagens qualitativas para garantir uma análise abrangente do contexto e das estratégias de promoção do turismo.

A metodologia de pesquisa será dividida em 2 etapas importantes para coleta de dados, a primeira etapa será a pesquisa documental onde terá início com a análise de documentos oficiais, relatórios e documentos históricos sobre o turismo na Serra da Raiz, incluindo informações do IBGE e da Secretaria de Turismo da Paraíba. Esta investigação fornecerá uma base sólida para a compreensão do contexto atual e histórico do turismo na região. A segunda etapa será a aplicação de um questionário (APÊNDICE) que foi elaborado baseado nos levantamentos sobre o mercado atual e leituras atuais sobre as questões turísticas nacionais, ele foi estruturado para coletar informações sobre o perfil do visitante, interesses e satisfação com os serviços prestados.

Além disso, o questionário incluirá perguntas aos residentes, turistas e aos comércios locais para compreender os seus pensamentos e opiniões sobre os desafios do turismo comunitário, sendo que o número amostral será de 150 pessoas para que a pesquisa qualitativa, mesmo com uma amostra menor possa permitir uma análise mais aprofundada e detalhada das respostas, proporcionando uma compreensão mais rica dos dados. A aplicação do questionário será de forma online, usando a ferramenta google forms para uma maior adesão de respostas a pesquisa é dividida em três frentes: turistas, moradores e comerciantes locais.

A combinação destas duas etapas permitirá uma compreensão detalhada da situação atual do turismo na Serra da Raiz, permitindo a identificação de questões-chave e o desenvolvimento de novas estratégias. Estas estratégias visam melhorar o índice de turismo da cidade, incentivar mais empregos e beneficiar outras áreas afetadas pelo turismo.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **4.1 COMPILAÇÃO DAS RESPOSTAS DO FORMULÁRIO DOS MORADORES LOCAIS DE SERRA DA RAIZ-PB**

Inicialmente, os resultados indicam que a infraestrutura turística de Serra da Raiz-PB é considerada insuficiente para atender à crescente demanda de visitantes. A falta de hospedagem adequada e a precariedade das vias de acesso são obstáculos significativos. Esses fatores não apenas limitam a permanência dos turistas, mas também impactam diretamente na economia local, conforme discutido por Dias; Alves (2020) e Silva; Mendes (2021).

Além disso, a baixa visibilidade de Serra da Raiz-PB como destino turístico emerge como um desafio crucial. A ausência de campanhas efetivas de marketing digital e tradicional, bem como a pouca presença em plataformas especializadas e redes sociais, reduzem a atratividade do destino. Kotler *et al.* (2018) destacam a importância da divulgação eficiente para atrair turistas e promover o turismo local, reforçando a necessidade de estratégias de comunicação mais assertivas.

Os impactos positivos do turismo na comunidade, como o aumento do consumo nos setores de comércio e serviços, a geração de empregos e a valorização da cultura local, são reconhecidos pelos moradores. Souza; Ferreira (2020) corroboram que o turismo pode ser um catalisador para o desenvolvimento econômico e cultural de pequenas localidades. No entanto, preocupações com a descaracterização cultural e o aumento do custo de vida são levantadas, destacando a importância de um planejamento turístico sustentável.

Os principais desafios para o desenvolvimento do turismo em Serra da Raiz incluem a falta de apoio do poder público para investimentos no setor, dificuldades de engajamento da comunidade e a ausência de políticas integradas de preservação ambiental e cultural. Gomes; Santos (2021) ressalta a necessidade de políticas públicas eficazes e um plano municipal de turismo que promova infraestrutura adequada, capacitação e sustentabilidade.

Portanto, diante desses resultados, é imperativo que Serra da Raiz adote uma abordagem estratégica e integrada para fortalecer seu potencial turístico. Isso inclui não apenas melhorias na infraestrutura e promoção eficaz do destino, mas também o envolvimento ativo da comunidade e o compromisso com práticas sustentáveis. A conscientização e a participação de todos os stakeholders são essenciais para assegurar que o turismo contribua positivamente.

#### **4.2 COMPILAÇÃO DAS RESPOSTAS DO FORMULÁRIO DOS TURISTAS QUE VÃO À SERRA DA RAIZ-PB**

Os dados indicam a proveniência dos turistas na Serra da Raiz-PB, a grande maioria dos quais é oriunda das cidades da Paraíba, sendo que, em maior quantidade, destacam-se as cidades de João Pessoa e Guarabira. Também há visitantes de outros estados, como Rio de Janeiro e Minas Gerais. Esse fenômeno é consistente com estudos sobre turismo regional, que destacam a tendência de deslocamento interno para cidades que oferecem ecoturismo e turismo cultural (Coelho; Silva, 2020). Essa caracterização reforça a presença consolidada dos turistas no destino, bem como a manifestação inicial de interesse de outras regiões brasileiras em direção à Serra da Raiz-PB.

As razões de preferência pela visita a Serra da Raiz-PB estão distribuídas da seguinte forma: 45% dos turistas buscaram a natureza, 30% buscavam lazer, 15% procuravam pela cultura e 10% estavam em busca de aventura. Estudos indicam que a natureza e o turismo ecológico têm se tornado fatores determinantes na escolha de destinos turísticos, especialmente em tempos pós-pandemia, onde o turismo ao ar livre ganhou destaque (Beni, 2021). Assim, observa-se que Serra da Raiz-PB tem grande potencial para o turismo de natureza e lazer, mas que também precisa diversificar sua oferta para atender à demanda crescente por turismo de aventura e cultural.

Outro fator significativo revelado no estudo foi a duração da estadia dos visitantes. Aproximadamente 75% dos turistas permaneceram entre 1 a 5 dias, 20% entre 6 a 10 dias e apenas 5% ficaram por mais de 10 dias. De acordo com Oliveira *et al.* (2019), o tempo de permanência em um destino turístico está diretamente relacionado à diversidade de serviços e infraestrutura oferecidos. Isso sugere que Serra da Raiz-PB precisa expandir suas opções de entretenimento e acomodação para incentivar estadias mais longas.

A forma como os turistas chegaram à Serra da Raiz também foi investigada. A indicação de amigos e familiares foi a principal fonte de informação, respondendo por 55% das respostas, seguida pelas redes sociais (35%) e pela cobertura da mídia especializada (10%). Esse resultado é consistente com a literatura sobre turismo, que destaca o papel das recomendações interpessoais e do marketing digital na decisão de viagem (Kotler *et al.*, 2022). Assim, fica evidente a necessidade de aumentar a exposição do destino nas redes sociais e em veículos de comunicação especializados, potencializando a influência do marketing boca a boca.

Quanto aos serviços turísticos utilizados, os mais procurados foram os restaurantes (80%), seguidos por hotéis e pousadas (60%) e atividades de lazer, como trilhas e passeios (40%). O serviço de guia turístico, porém, foi utilizado por apenas 15% dos entrevistados. A baixa adesão a guias pode estar relacionada tanto à falta de oferta estruturada como à tendência crescente do turismo autônomo, em que os viajantes preferem explorar os destinos por conta própria (Rejowski, 2018).

A avaliação dos serviços turísticos foi majoritariamente positiva. Cerca de 50% dos turistas avaliaram os serviços em geral como "Excelente", 40% como "Bom" e 10% como "Regular", não havendo registros de avaliações "Ruins". De forma específica, os restaurantes tiveram 60% das avaliações "Excelente", 30% "Bom" e 10% "Regular". Hotéis e pousadas obtiveram 50% "Excelente", 40% "Bom" e 10% "Regular". Já as atrações de entretenimento foram avaliadas como "Excelente" por 55%, "Bom" por 35% e "Regular" por 10%. Entretanto, os guias turísticos tiveram a menor proporção de avaliações "Excelente" (40%) e a maior proporção de avaliações "Regular" (15%).

Embora a satisfação geral seja elevada, algumas deficiências foram apontadas. Infraestrutura viária e mobilidade foram mencionadas como pontos críticos por 40% dos entrevistados, seguidos por sinalização e informação turística (30%), maior oferta de entretenimento (20%) e qualidade dos serviços (10%). Segundo Dias; Almeida (2021), a infraestrutura é um fator determinante na percepção de qualidade dos destinos, reforçando a necessidade de melhorias nesses aspectos.

Quanto ao sentimento de acolhimento, 85% dos visitantes afirmaram sentir-se totalmente acolhidos pela população, enquanto 15% avaliaram o acolhimento como "Bom". Nenhum relato negativo foi registrado, evidenciando um dos diferenciais do destino. O custo-benefício também foi avaliado positivamente, com 70% dos visitantes classificando os preços como "Bom". Segundo Beni (2021), um bom custo-benefício é um dos principais fatores que influenciam a fidelização dos turistas.

A intenção de retorno ao destino foi expressiva: 90% dos visitantes afirmaram que "Definitivamente retornariam" e 10% indicaram que "Talvez voltariam". Nenhum entrevistado declarou que não retornaria. Esse dado reforça a atratividade de Serra da Raiz- PB e sua capacidade de fidelizar turistas, um fator crucial para a sustentabilidade do turismo local (Lohmann; Netto, 2017).

Os resultados demonstram que Serra da Raiz-PB possui um potencial turístico significativo, especialmente nos segmentos de turismo de natureza, cultural e de aventura. A satisfação geral dos turistas é elevada, refletida na intenção de retorno e na boa avaliação dos serviços oferecidos. No entanto, desafios estruturais ainda precisam ser enfrentados para otimizar a experiência dos visitantes, principalmente no que diz respeito à infraestrutura viária, sinalização turística e ampliação das opções de lazer. Assim, para fortalecer o desenvolvimento turístico da região, é essencial que sejam implementadas estratégias voltadas à melhoria desses aspectos, garantindo um crescimento sustentável e uma experiência mais enriquecedora para os turistas.

#### **4.3 COMPILAÇÃO DAS RESPOSTAS DO FORMULÁRIO DOS COMERCIANTES QUE MORAM NA SERRA DA RAIZ-PB**

Os dados coletados revelam uma percepção amplamente positiva dos comerciantes em relação ao impacto do turismo na atividade comercial em Serra da Raiz-PB. A maioria dos respondentes acredita que o turismo exerce um papel fundamental na geração de demanda, com o aumento do fluxo de turistas sendo apontado como o principal efeito observado. De acordo com os dados, "o principal impacto do turismo é o aumento da demanda, o que sugere que o turismo impulsiona diretamente o movimento nos estabelecimentos locais" (Respondente 1). Essa constatação é respaldada pelo fato de que os entrevistados associaram o turismo à maior movimentação nos estabelecimentos locais, o que reflete diretamente em um crescimento nas vendas e no faturamento.

Além disso, outro ponto relevante é a melhoria da infraestrutura, que foi mencionada como um impacto secundário, mas de grande importância. Vários comerciantes indicaram que o fluxo de turistas leva a investimentos públicos ou privados voltados para a melhoria das condições da cidade, o que beneficia tanto os empresários quanto os moradores locais. Um respondente afirmou: "Com o aumento do turismo, a cidade recebeu investimentos em infraestrutura que beneficiaram tanto os turistas quanto os moradores" (Respondente 2). Esse aspecto reflete uma dinâmica em que o turismo não apenas movimenta a economia, mas também contribui para o desenvolvimento estrutural da cidade.

No que diz respeito aos benefícios do turismo, o aumento da clientela foi o mais citado, corroborando a ideia de que a presença de turistas tem um impacto direto na rentabilidade dos negócios. Conforme mencionado por um dos comerciantes: "A presença de turistas aumentou significativamente o número de clientes e, conseqüentemente, o meu faturamento"

(Respondente 3). Nesse contexto, muitos comerciantes relataram um crescimento significativo em suas vendas durante períodos de maior fluxo turístico, evidenciando a relação positiva entre o turismo e a sustentabilidade econômica das empresas locais. A melhoria da infraestrutura, mencionada anteriormente, também foi destacada como um benefício tangível para os negócios, uma vez que contribui para a melhoria da qualidade de vida e atratividade da cidade.

Os fatores de atração dos turistas para os estabelecimentos comerciais de Serra da Raiz-PB foram também um ponto de interesse na pesquisa. Entre os fatores mais mencionados estão a localização dos estabelecimentos, destacando a praticidade e a acessibilidade para os turistas, como mencionado por um comerciante: "A localização do meu estabelecimento é um dos principais fatores que atraem turistas, pela facilidade de acesso e proximidade das principais atrações" (Respondente 4); a qualidade dos serviços, com ênfase no atendimento ao cliente e na experiência oferecida; os preços competitivos, que funcionam como uma estratégia para atrair turistas, como observou outro respondente: "Oferecemos preços acessíveis, o que tem sido um atrativo para os turistas que procuram boas opções sem gastar muito" (Respondente 5); e as recomendações, seja através do boca a boca ou de avaliações positivas nas plataformas digitais. A escolha dos turistas pelos estabelecimentos locais é, portanto, resultado de uma combinação de fatores que garantem uma experiência satisfatória e acessível.

Em relação à percepção do turismo na cidade, a maioria dos entrevistados considerou o impacto como positivo ou muito positivo, ressaltando o papel do turismo no fortalecimento da economia local e no desenvolvimento social. Um comerciante afirmou: "O turismo tem sido fundamental para o crescimento da cidade, trazendo benefícios econômicos e sociais" (Respondente 6). A opinião predominante é de que a atividade turística tem contribuído para o crescimento da cidade, tanto no aspecto econômico quanto no social, principalmente pela geração de empregos. Nesse sentido, todos os respondentes afirmaram que o turismo tem gerado novas oportunidades de trabalho, o que reforça o impacto do setor na melhoria da qualidade de vida da população local.

No que tange ao impacto na renda mensal, os resultados variaram de aumento moderado a significativo, dependendo do tipo de negócio. De acordo com um respondente: "O aumento foi moderado, mas é inegável que o turismo trouxe um incremento nas minhas vendas, especialmente durante a alta temporada" (Respondente 7). Essa variação pode ser atribuída a diferentes características dos estabelecimentos, como o porte, a área de atuação e a dependência

do fluxo turístico, mas de forma geral, o turismo mostrou-se um fator que contribui para o aumento das receitas mensais dos comerciantes locais.

Quanto à influência do turismo na economia local, a maioria dos entrevistados acredita que a atividade impacta positivamente a cidade, o que corrobora a necessidade de políticas públicas que fomentem o setor turístico. A conscientização dos comerciantes sobre a importância do turismo na economia local é clara, como declarou um dos participantes: "É visível o impacto do turismo na nossa economia. Precisamos de mais investimentos e políticas públicas para fortalecer ainda mais o setor" (Respondente 8). A continuidade de investimentos e ações voltadas para o setor traria benefícios ainda mais significativos para o desenvolvimento econômico de Serra da Raiz-PB.

Finalmente, em relação ao marketing digital, as redes sociais, principalmente o Instagram, foram identificadas como as ferramentas mais utilizadas pelos empresários locais. A maioria dos comerciantes considerou o marketing digital como uma estratégia essencial para atrair e fidelizar clientes. Um respondente destacou: "O Instagram tem sido nossa principal ferramenta para divulgar produtos e atrair turistas para o estabelecimento" (Respondente 9). A crescente importância atribuída ao marketing digital reflete uma mudança de paradigma nas estratégias de comunicação e promoção dos negócios, uma vez que os empresários reconhecem que a presença online é vital para alcançar turistas e consumidores em um cenário cada vez mais digitalizado. A grande maioria dos respondentes considera o marketing digital "muito importante" (Respondente 10), evidenciando a conscientização sobre seu papel no crescimento e no fortalecimento dos negócios.

Em suma, os dados sugerem que o turismo é uma ferramenta crucial para o desenvolvimento de Serra da Raiz-PB, tanto no aspecto econômico quanto social. Os comerciantes locais demonstram uma percepção positiva do impacto turístico, reconhecendo seu papel na geração de demanda, melhoria da infraestrutura e na criação de novas oportunidades de emprego. Além disso, o marketing digital se estabelece como uma estratégia chave para o sucesso dos negócios, refletindo a adaptação dos empresários às novas dinâmicas de mercado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou analisar estratégias para ampliar o turismo na cidade de Serra da Raiz-PB, identificando desafios e oportunidades para fortalecer o setor. A partir da pesquisa realizada, foi possível constatar que o município possui um grande potencial turístico, impulsionado por suas belezas naturais, cultura local e hospitalidade da população. No entanto, a infraestrutura ainda é limitada, com carências em hospedagem, sinalização turística e oferta diversificada de lazer.

Os dados coletados indicaram que a visibilidade do destino precisa ser aprimorada por meio de estratégias eficazes de marketing digital, especialmente nas redes sociais e plataformas especializadas. Além disso, os turistas demonstraram alta satisfação com a experiência na cidade, mas apontaram melhorias necessárias em transporte, infraestrutura viária e diversidade de atrações. A intenção de retorno expressiva reforça a atratividade do destino e a necessidade de investimentos para consolidar Serra da Raiz como um pólo turístico regional.

Os comerciantes locais reconhecem os benefícios do turismo para a economia, mas enfrentam desafios para implementar estratégias modernas de divulgação e aprimorar os serviços oferecidos. Dessa forma, a integração entre poder público, empresários e comunidade se mostra essencial para um crescimento sustentável do turismo, garantindo não apenas a expansão econômica, mas também a preservação do patrimônio cultural e ambiental da cidade.

Por fim, este estudo contribui para fornecer um diagnóstico detalhado do setor turístico de Serra da Raiz e apresentar recomendações para seu desenvolvimento. Espera-se que os resultados possam servir como base para futuras iniciativas de planejamento estratégico voltadas à valorização do turismo local, fomentando a economia e fortalecendo a identidade cultural do município.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, J. C., & RIBEIRO, M. S. (2019). **Impactos do turismo na sociedade contemporânea**. Editora Universitária.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2021.
- BUSTOS CARA, R. *El turismo y los procesos de transformación territorial*. In: RODRIGUES, A.B. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2001.
- CAVACO, C. **Turismo rural e desenvolvimento local**. In: RODRIGUES, B.AA. **Turismo e geografia**. São Paulo: Hucitec, 2001. p.94-121
- CHAFFEY, D.; ELLIS-CHADWICK, F. *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. 7. ed. Harlow: Pearson, 2020.
- COELHO, Maria Lúcia; SILVA, Roberto Teixeira. **O impacto do ecoturismo no desenvolvimento sustentável de destinos emergentes**. *Revista Brasileira de Turismo e Sustentabilidade*, v. 9, n. 2, p. 45-67, 2020.
- COOPER, C. et al. **Turismo: princípios e prática**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 559p.
- COSTA, R. A. (2020). **Turismo rural no Nordeste: Potencialidades e desafios**. Editora Universitária.
- DIAS, Carla Moreira; ALMEIDA, João Pedro. **Infraestrutura e mobilidade urbana como fatores estratégicos para o turismo regional**. *Caderno de Estudos em Turismo*, v. 14, n. 1, p. 112-129, 2021.
- DIAS, J.; ALVES, M. **Infraestrutura e desenvolvimento do turismo em pequenas cidades**. *Revista Brasileira de Turismo e Sociedade*, v. 12, n. 1, p. 45-62, 2020.
- EACHEVERRY, C. E. M., DUQUE, F. V., & GALEANO, J. C. (2022). *Communities of practice in tourism SMES of the department of Caldas–Colombia*. *Scientia et Technica*, 2 (27), 109-116.
- GOMES, R.; SANTOS, L. **A importância da participação comunitária no desenvolvimento do turismo local**. *Estudos em Turismo e Sustentabilidade*, v. 9, n. 3, p. 78-91, 2021.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 2001.
- KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. **Marketing para turismo: estratégias para mercados globais**. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2018.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L.; BRADY, M.; GOODMAN, M.; HANSEN, T. *Marketing management*. 16. ed. Harlow: Pearson, 2021.
- KOTLER, P.; LEE, N. **Marketing social: influenciando comportamentos para o bem**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- KOTLER, Philip; BOWEN, John T.; MAKENS, James C. **Marketing para turismo: uma abordagem prática**. São Paulo: Pearson Educação, 2022.

- LIMA, F.; CASTRO, A. **Feiras e eventos turísticos como estratégia de promoção regional.** *Turismo & Negócios*, v. 7, n. 2, p. 34-50, 2022.
- LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. **Planejamento e gestão de destinos turísticos.** São Paulo: Cengage Learning, 2017.
- MOREIRA, C. **Impacto econômico do turismo no desenvolvimento local.** *Revista de Planejamento e Gestão do Turismo*, v. 5, n. 1, p. 22-39, 2018.
- OLIVEIRA, Ana Flávia; SANTOS, Maria Rita; PEREIRA, Thiago Lima. A influência da infraestrutura na duração da estadia dos turistas. *Turismo e Sociedade*, v. 12, n. 3, p. 67-85, 2019.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). (2022).
- PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. **Creating shared value.** *Harvard Business Review*, v. 89, n. 1/2, p. 62-77, 2011.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA DA RAÍZ. **Secretaria de Turismo: Ações; (sedetur). Plano de desenvolvimento do turismo (2004-2013).**
- REIS, T. **A influência do marketing digital na decisão de viagem.** *Caderno de Pesquisas em Turismo Digital*, v. 6, n. 1, p. 14-28, 2019.
- REJOWSKI, Marta. **Turismo independente e uma nova dinâmica de exploração de destinos.** *Estudos Avançados em Turismo*, v. 1, pág. 1-15, 2017
- RODRIGUES, Santiago Ricardo. **Segmentação do Turismo.** Disponível em: <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/segmentacao.html>.
- RYAN, D. **Digital marketing: strategy, implementation and practice.** London: Kogan Page, 2020.
- SANTOS, M. F., & OLIVEIRA, T. A. (2021). **Desenvolvimento do turismo ecológico em regiões serranas do Brasil.** *Revista de Estudos Turísticos*, 15(2), 103-118.
- SECRETARIA DE ESTADO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO
- SECRETARIA DE TURISMO DA PARAÍBA (2022). **Guia de destinos turísticos da Paraíba.** Governo do Estado da Paraíba.
- SILVA, E.; MENDES, R. **Infraestrutura viária e turismo: desafios para o desenvolvimento sustentável.** *Revista Brasileira de Infraestrutura e Mobilidade*, v. 4, n. 2, p. 55-70, 2021.
- SILVA, L. A., & FERREIRA, M. R. (2021). **Turismo e Desenvolvimento Econômico: Teorias e Práticas.** Editora Atlas.
- SOLOMON, M. R.; MARSHALL, G. W.; STUART, E. W. **Marketing: real people, real choices.** 9. ed. Harlow: Pearson, 2019.
- SOUZA, V.; FERREIRA, P. **Turismo e desenvolvimento econômico: uma análise dos impactos nas comunidades locais.** *Estudos em Turismo e Desenvolvimento Regional*, v. 8, n. 3, p. 102-118, 2020.