

**ANA CLAUDIA CARDOSO DA COSTA**

**Inovação em Serviços: proposta de Melhorias Incrementais para os Engenhos de  
Aguardente abertos ao turismo do Brejo Paraibano**

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E AGRÁRIAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

BANANEIRAS,

2024

**ANA CLAUDIA CARDOSO DA COSTA**

**Inovação em Serviços: proposta de Melhorias Incrementais para os Engenhos de  
Aguardente abertos ao turismo do Brejo Paraibano**

O artigo tecnológico apresentado à Coordenação de Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba, em atendimento às exigências para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Milene Félix de Almeida

BANANEIRAS,

2024

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

C837i Costa, Ana Claudia Cardoso da.

Inovação em serviços: propostas de melhorias incrementais para os engenhos de aguardente abertos ao turismo do brejo paraibano / Ana Claudia Cardoso da Costa. - Bananeiras, 2024.

41 f.

Orientação: Milene Félix de Almeida.  
TCC (Graduação) - UFPB/CCHSA.

1. Inovação Incremental. 2. Servitização. 3. Cocriação. 4. Ciclo de Serviço. I. Félix de Almeida, Milene. II. Título.

UFPB/CCHSA-CHÃ

CDU 658(042)

**ANA CLAUDIA CARDOSO DA COSTA**

**Inovação em Serviços: proposta de Melhorias Incrementais para os Engenhos de  
Aguardente abertos ao turismo do Brejo Paraibano**

Artigo julgado e aprovado em 29/10/2024

Comissão Examinadora



---

Prof.ª Dr.ª Milene Felix Almeida  
Orientadora

Documento assinado digitalmente  
 JOSE MANCINELLI LEDO DO NASCIMENTO  
Data: 31/10/2024 21:58:38-0300  
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

---

Prof.º Dr.º José Mancinelli Lêdo do Nascimento  
Examinador

BANANEIRAS,

2024

## AGRADECIMENTOS

Ao meu bom Deus, por me dar força e determinação nos dias mais difíceis e por sempre me mostrar que desistir nunca foi uma opção.

À minha mãe, Cristina, e ao meu pai, Iranildo, por sempre me darem todo o apoio do mundo, desde o início me encorajando e celebrando cada pequena conquista. Vocês são os melhores pais que eu poderia ter.

Ao meu irmão, Ruan, por sempre ser meu pequeno grande apoiador, e ao meu quase irmão, Geovane, por me ouvir tão atentamente em todos os momentos de desabafo.

À minha avó, Lica, por me ajudar financeiramente durante todos aqueles meses de aluguel. Saudade eterna da senhora.

À todos os meus amigos da universidade, mas em especial à Érica, com quem compartilhei os melhores e mais desafiadores momentos. Obrigada por sua parceria ao longo de todo esse tempo. Foi sempre um prazer cursar disciplinas e fazer trabalhos ao seu lado.

Ao meu então noivo, Izaias, o melhor presente que a universidade me deu. Fomos a âncora um do outro durante toda a graduação, e em breve seremos dois administradores casados.

À minha orientadora, Milene, que me deu todo o suporte desde o projeto de pesquisa até agora no TCC. A senhora é uma profissional incrível, e eu a admiro profundamente.

E a todos os familiares e amigos que me incentivaram e apoiaram para chegar à reta final da minha graduação na Federal. Enfrentei grandes desafios ao mudar de cidade, mas sou imensamente grata a toda minha rede de apoio, que nunca me desamparou.

## **Inovação em Serviços: proposta de Melhorias Incrementais para os Engenhos de Aguardente abertos ao turismo do Brejo Paraibano**

### **Resumo**

A Inovação em Serviços é uma abordagem que permite compreender as inovações por meio da participação ativa do usuário no serviço, sejam elas de natureza radical ou incremental. Aliada à cocriação de valor, é possível entender e contribuir para que os serviços das organizações sejam capazes de gerar experiências de uso diferenciadas. Neste sentido, o objetivo do trabalho é apresentar propostas de Inovação em Serviços direcionadas aos engenhos de produção de aguardente do Brejo Paraibano. Para isso, foi aplicado um roteiro de entrevista qualitativo semiestruturado em sete engenhos desta região. Foram entrevistados os proprietários ou pessoas diretamente ligadas a gerência dos locais selecionados para realização da pesquisa. No que se refere aos resultados, foram identificadas lacunas nos serviços específicas para cada engenho, como: (a) escassez de mão de obra especializada; (b) falta de investimentos em atrações turísticas; (c) localização em áreas rurais distantes das cidades; (d) insatisfação dos turistas com relação a taxas; e (e) despreparo para lidar com alta demanda. Com base nestes e outros pontos levantados na pesquisa de campo foram sugeridas melhorias incrementais, e ainda foram discutidas questões relativas a servitização e cocriação de cada estabelecimento. Também foi proposto um ciclo de serviço padrão para auxiliá-los de maneira geral, composto de algumas etapas: (1) recepção dos turistas no engenho; (2) pagamento da taxa; (3) apresentação do guia turístico; (4) tour pela produção; (5) degustação da aguardente; (6) compras na bodega; e (7) ponto final da visita onde os turistas devem ter a oportunidade de ficar livres para desfrutar de atrações e/ou áreas de lazer.

**Palavras-chave:** Inovação Incremental; Servitização; Cocriação; Ciclo de Serviço.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2. CONTEXTO E REALIDADE INVESTIGADA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.Engenhos do Brejo Paraibano .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.Turismo nos engenhos .....</b>	<b>10</b>
<b>3. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1. Servitização dentro dos engenhos.....</b>	<b>14</b>
<b>4. ANÁLISE DA SITUAÇÃO-PROBLEMA E PROPOSTAS DE INOVAÇÕES INCREMENTAIS PARA OS ENGENHOS DO BREJO PARAIBANO.....</b>	<b>16</b>
<b>4.1.Propostas de melhorias incrementais para os engenhos do Brejo Paraibano.....</b>	<b>17</b>
<b>5. CONCLUSÃO E CONTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA.....</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>22</b>
<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....</b>	<b>26</b>
<b>APÊNDICE B – TRATAMENTO DOS DADOS .....</b>	<b>27</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A Inovação em Serviços pode gerar impactos significativamente positivos nas organizações de diferentes setores, pois é impulsionada pela compreensão das necessidades e desejos dos usuários, bem como pelas mudanças nas condições de mercado e nas tecnologias. Isso ocorre por meio de inovações incrementais ou radicais que podem agregar valor às experiências oferecidas aos usuários dos serviços. Segundo Lusch e Nambisan (2015), a Inovação em Serviços é compreendida como a reconfiguração de recursos para gerar novos benefícios para um determinado grupo de pessoas.

Os usuários de serviços desempenham um papel essencial na geração de novas ideias, pois são capazes de identificar melhor as necessidades em termos de acessibilidade e também infraestrutura. Eles podem gerar ideias que muitas vezes passam despercebidas pelos provedores de serviços, e essas novas ideias podem agregar muito valor ao negócio (Schuhmacher, 2012; Trott, 2013; Rocheska, 2014; Rayna, 2015; Hennala, 2016).

Assim, as inovações podem surgir tanto dos provedores do serviço quanto dos usuários, ou até mesmo através de um processo de cocriação para impulsionar novos arranjos. Isso pode acontecer em todos os tipos de empreendimentos, inclusive nos engenhos, como é o caso daqueles localizados no Brejo Paraibano, foco do presente artigo. Esse tipo de inovação permite atrair turistas para viver experiências diferenciadas relacionadas ao serviço.

Portanto, quando os provedores estão dispostos a inovar e buscam constantemente oferecer algo novo e diferenciado em relação aos concorrentes, os usuários tendem a revisitar os locais e a recomendar o destino visitado (Monteiro, 2020). Dentro do contexto da Inovação nos Serviços, a prática de recomendação é comum, pois os serviços são intangíveis e os usuários precisam experimentá-los para compreender sua qualidade.

Para os provedores, proporcionar uma experiência positiva ao usuário tem impactos positivos no destino visitado e, conseqüentemente, agrega valor ao serviço oferecido. Mogollón, González e Cerro (2020) afirmam que a experiência do usuário começa antes da utilização do serviço e se estende até após a realização da experiência. No turismo, os destinos devem buscar continuamente melhorias, pois os turistas, ao visitarem um local pela primeira vez, desejam retornar e encontrar algo novo para explorar.

Dessa forma, este estudo se torna relevante para os empresários do setor turístico, em particular para os gestores de engenhos, ao fornecer propostas de inovação voltadas ao turismo nesses locais dedicados à produção de aguardente. Ao explorar novas abordagens, os empresários podem não apenas criar novas estratégias para os seus negócios, mas também

contribuir para o desenvolvimento do turismo local e para a preservação da cultural e história dos engenhos do Brejo Paraibano.

Pesquisas prévias evidenciaram que ao mesmo tempo em que houve um desenvolvimento do turismo desses empreendimentos, verificam-se lacunas que merecem atenção. Dessa forma, evidencia-se a necessidade de estes empreendimentos se renovarem, seja através da introdução de atrativos de aventura, preservação histórica ou melhoria das comodidades, como a oferta de restaurantes e hotéis para enriquecer a experiência do destino.

Portanto, o objetivo principal deste trabalho é apresentar propostas de Inovação em Serviços direcionadas aos engenhos de produção de aguardente do Brejo Paraibano. Essas propostas visam evidenciar a atratividade desses estabelecimentos e também aprimorar a experiência dos visitantes, a fim de fortalecer a competitividade do destino turístico como um todo.

A seguir, será apresentado o contexto dos engenhos do Brejo Paraibano em relação ao turismo, com um aprofundamento na questão central da pesquisa presente no diagnóstico. A sessão seguinte se aprofunda nas propostas de melhorias. Por fim, o trabalho será concluído com uma contribuição tecnológica relacionada ao tema em discussão.

## **2. CONTEXTO E REALIDADE INVESTIGADA**

O Brejo Paraibano conta com 8 cidades: Areia, Alagoa Grande, Alagoa Nova, Bananeiras, Serraria, Borborema, Pilões e Remígio, localizadas no interior da Paraíba. O Brejo é uma região caracterizada por sua beleza natural e repleta de cidades históricas, dentre essas, Areia e Bananeiras ganham destaque pela preservação de casarões coloniais e tradições culturais. Além disso, o Brejo Paraibano conta com uma culinária regional e atividades rurais, como trilhas e banhos em cachoeiras, que complementam a experiência única que essa região oferece aos viajantes em busca de um destino relaxante no Nordeste brasileiro.

### **2.1. Engenhos do Brejo Paraibano**

Para que um destino se destaque na percepção dos usuários, é essencial que as pessoas encontrem uma variedade de opções para atender às suas necessidades durante a viagem. Foi realizada uma ampla pesquisa sobre o setor e verificou-se por meio de dados que hospedagem, alimentação e entretenimento são três pilares fundamentais que os turistas levam em consideração ao escolher um destino para explorar. Quando um único local consegue oferecer essas três modalidades, as chances de se tornar uma escolha preferencial para os viajantes

umentam consideravelmente, isso se aplica inclusive aos engenhos de cana de açúcar do Brejo Paraibano.

Os engenhos produtores de aguardente no Brejo Paraibano têm ganhado destaque no setor de entretenimento, especialmente quando se trata de visitas (Maracajá; Freire; Censon, 2023). Cada vez mais, o Brejo está se tornando um destino admirável, rico em belezas naturais e ecoturismo. Muitos desses engenhos têm uma longa tradição, como é o caso do Engenho da Cachaça Rainha na cidade de Bananeiras, em atividade desde 1877, e do Engenho Baixa Verde em Serraria, que produz cachaça artesanal em menor escala desde 1883.

Dentre as cidades do Brejo Paraibano, Areia se destaca pelo grande número de engenhos centenários, contando com mais de 20 engenhos de cana-de-açúcar, que produzem especiarias como aguardente, rapadura e açúcar mascavo. Alguns desses engenhos abrem suas portas para o turismo, permitindo que os visitantes desfrutem de experiências dinâmicas, como a visita a casarões centenários e a degustação dos itens produzidos, sendo notáveis o Engenho Triunfo, o Engenho Elite e o Engenho Turmalina da Serra.

## **2.2. Turismo nos engenhos**

Segundo dados da pesquisa, o entrevistado 1 afirmou que a finalidade dos engenhos no Brejo Paraibano era apenas a produção e comercialização da cachaça e outros produtos derivados da cana de açúcar. No entanto, em Janeiro de 2006, o Engenho Triunfo em Areia decidiu abrir suas portas para o turismo. Isso marcou o início de uma nova era para os engenhos, configurando um novo mercado de atuação. Em resposta a essa inovação de mercado nessa região, outros engenhos também começaram a receber turistas, transformando suas instalações em atrações turísticas.

Embora o principal objetivo do turismo nos engenhos seja ganhar conhecimento sobre o processo produtivo da cachaça, os empresários e proprietários dos engenhos na região perceberam que receber turistas poderia ser uma oportunidade de inovação nos negócios. Assim, a restauração, preservação e manutenção dos casarões centenários passaram a atrair ainda mais a atenção do público. Além disso, foram implementadas melhorias mais ousadas, como a instalação de restaurantes e hotéis nas propriedades de uma pequena parcela de engenhos.

Algumas ações acontecem em prol do incentivo e valorização dessa cultura, a exemplo do evento regional "Rota dos Engenhos" que fortalece ainda mais o turismo nas propriedades, permitindo aos turistas conhecerem casarões antigos e seu contexto histórico, além de proporcionar conhecimento sobre o processo produtivo da cachaça e degustações ao final das

visitas. As cidades participantes da Rota dos Engenhos incluem Areia, Pirpirituba, Duas Estradas, Belém, Serraria e Alagoa Grande.

Além desse incentivo regional, o Governo da Paraíba, por meio da Secretaria de Estado do Turismo e Desenvolvimento Econômico (Setde) e da Empresa Paraibana de Turismo (PBTur), lançou em dezembro de 2023, em São Paulo, o Roteiro Paraíba-se. Esse roteiro visa promover o turismo rural no Estado, destacando as cidades de Areia e Bananeiras no Brejo Paraibano, conhecidas pelos seus engenhos abertos à visitação.

O site do Governo da Paraíba (2023) afirma que o projeto Paraíba-se, em parceria com a Azul Linhas Aéreas, intenciona o turismo rural e busca trazer mais visibilidade para as belezas naturais e históricas da Paraíba. O roteiro se divide em oito dias de experiências, com destaque especial para o sexto dia, que inclui a visita ao Engenho Turmalina da Serra conhecido por sua grande beleza natural e ao Engenho Triunfo conhecido por sua diversidade de atrações, ambos localizados na cidade de Areia.

Além dessas iniciativas públicas, as agências de turismo, especialmente em Bananeiras, já incluem os engenhos como pontos de visita em seus pacotes, a exemplo do Engenho da Cachaça Rainha na zona rural da cidade e o Engenho Baixa Verde no município de Serraria. Essas agências reconhecem os engenhos como locais com infraestrutura atrativa para proporcionar entretenimento, especialmente quando as visitas são realizadas em veículos diferenciados como quadriciclos, UTVs e jipes. É importante destacar que os engenhos não são os únicos pontos dos roteiros, também podem ser incluídas cachoeiras, túneis, estação de trem, cruzeiro, formações rochosas, mirantes e restaurantes com propostas mais rústicas e refinadas.

Nesse novo contexto de mercado, muitas descobertas foram evidenciadas, acerca dos engenhos que proporcionam experiências turísticas. No entanto, é importante ressaltar que essas experiências nos engenhos podem variar conforme a percepção do usuário, e conseqüentemente, pode afetar o sucesso do negócio. Na próxima seção, será abordado um diagnóstico sobre a situação atual dos engenhos no Brejo Paraibano.

### **3. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA**

Para embasar o diagnóstico do presente estudo foi realizada coleta de dados a partir de um roteiro de entrevista qualitativo semi-estruturado baseado nos estudos de Lehtonen e Tuominen (2011) sobre Inovação em Serviços. As entrevistas foram aplicadas entre Maio e Junho de 2023 em cinco engenhos de aguardente do Brejo Paraibano, especificamente das cidades de Bananeiras e Areia, esta última é reconhecida pelos engenhos centenários.

Adicionalmente, dados também foram coletados em Agosto de 2024, em engenhos situados nos municípios de Serraria e Alagoa Grande.

O público entrevistado consiste em proprietários de engenhos ou pessoas que atuam na gerência dos empreendimentos, e que também fazem parte do setor administrativo do local. Essas entrevistas foram realizadas a partir de vídeo chamadas no whatsapp, por ligação direta e presencialmente. No total, foram realizadas sete entrevistas, as quais foram transcritas, resultando em 36 laudas (formatação: fonte 12, Times New Roman, espaçamento 1,5), e juntas totalizaram cerca de 2 horas e 30 minutos de áudio.

Também procedeu-se uma observação não participante dos engenhos nas redes sociais como o Instagram e no Google, a fim de encontrar maiores informações em sites e blogs. Além dessas pesquisas virtuais, também foi realizada uma visita informal em dois dos engenhos entrevistados, assim, foi possível obter um aprofundamento ainda maior acerca das problemáticas enfrentadas.

O roteiro de pesquisa foi aplicado aos provedores de serviços e direcionado para captar as perspectivas dos usuários. Na **Figura 1**, apresentam-se as variáveis do estudo, subdividida em categorias, que serviram de base para a construção deste trabalho. Destaca-se que o eixo central será dedicado às inovações nos engenhos do Brejo Paraibano e à crescente valorização do turismo.

Como mencionado anteriormente, foram entrevistadas sete pessoas atuantes no setor administrativo dos engenhos abertos ao turismo, nos quais se observou uma variedade de informações.

**Figura 1:** Categorias de análise da pesquisa



Fonte: Elaboração própria com base em Lehtonen e Tuominen (2011).

Verificou-se uma semelhança significativa na localização, uma vez que seis dos sete entrevistados afirmaram estar situados em áreas rurais, consoante a isto, também relataram o enfrentamento de desafios relacionados ao acesso às propriedades. No entanto, além das semelhanças e dos desafios em comum, cada engenho possui lacunas nos serviços que serão evidenciadas no decorrer desta seção.

**Quadro 1:** Caracterização dos Engenhos

ENGENHO	DESCRIÇÃO
<b>A</b>	Diversidade em atrações, cobra taxa de entrada e possui um contexto histórico muito rico, além disso, é considerado o engenho mais completo da região do Brejo Paraibano e realiza passeios de jipe com grupos de turistas dentro da propriedade.
<b>B</b>	Se destaca pela beleza de seu acervo natural, possui área de lazer com bastante gramado, lago e até mesmo cachoeira na propriedade. Cobra taxa de entrada e realiza passeios de quadriciclo, a cavalo e trilha a pé. Possui planos de melhorias.
<b>C</b>	Este engenho fica a 16km da zona urbana, e possui paisagens naturais instagramáveis. Está em processo inovativo e pretende investir e ampliar em atividades radicais.
<b>D</b>	O foco desse engenho é a produção de cachaça. Fica localizado em uma propriedade centenária, porém não existe um foco na exploração da cultura histórica do local. Este engenho recebe turistas frequentemente, mas não costuma inovar nos serviços.
<b>E</b>	É o único localizado na zona urbana e com acesso completamente asfaltado. Porém, sua propriedade é bem simples e costuma realizar visitas mais rápidas devido a pequena proporção do espaço. Em termos de produção, possui uma variedade de cachaças, mas em termos de serviços ofertados o seu foco é a promoção de eventos.
<b>F</b>	O seu ponto forte é a visitação histórico-cultural ao casarão centenário, através de guiamento para introduzir os turistas no contexto histórico. Além disso, realiza passeios a cavalo dentro da propriedade. É um engenho produtor de aguardente, café e rapadura, sendo assim, proporciona a degustação de todos esses produtos.
<b>G</b>	Fornecer uma visitação completa, além da diversidade de sabores de cachaça produzidas no local. Ele foi o primeiro a idealizar uma embalagem totalmente diferente para o produto, oferecendo aos consumidores uma garrafa de porcelana. Além dos serviços de visitação turística, o engenho dispõe de restaurante na propriedade.

Fonte: Dados da própria pesquisa (2024).

Ao analisar o **Quadro 1**, é possível identificar três vertentes na gestão dos engenhos produtores de aguardente e abertos ao turismo:

- **Engenho A:** realizou uma diversidade de inovações, pois sempre esteve aberto a cocriação e buscou implantar melhorias em momentos distintos da sua atuação;
- **Engenhos B, C, F e G:** estão constantemente buscando aprimorar suas instalações e já têm planos para implementar ideias futuras, demonstrando um compromisso com a evolução dos serviços turísticos;
- **Engenhos D e E:** não reconhecem a necessidade de buscar melhorias ou encaram os processos inovativos nos serviços como dispensáveis. Esses empreendimentos permanecem estagnados e não enxergam o turismo como a opção mais rentável.

Desta forma, é possível afirmar que todos os estabelecimentos possuem lacunas nos serviços, porém os processos inovativos estão em estágios diferentes de desenvolvimento. Todos recebem turistas em suas propriedades, no entanto, o valor atribuído a esse turismo é tratado de forma distinta por cada empreendimento. Além disso, as iniciativas inovadoras são principalmente lideradas pelos proprietários e pelas pessoas responsáveis por implementar novas ideias e cabem a elas tomarem as ações necessárias.

### 3.1. Servitização dentro dos engenhos

A servitização acontece quando um produtor de bens decide agregar um serviço ao seu produto, como é o caso deste estudo, no qual os engenhos que produzem aguardente e outros derivados da cana-de-açúcar, passam a oferecer serviços turísticos de forma a promover experiências mais completas aos usuários. Logo, para implementar a servitização, as empresas precisam ajustar ou melhorar suas estruturas e processos organizacionais para tornar o local mais atrativo para os visitantes (Turunen, 2011).

Por isso, a atratividade dos engenhos é fundamental para garantir uma boa experiência ao usuário. Oferecer opções como passeios a cavalo, áreas de lazer, guias profissionais, degustações, restaurantes, entre outras atividades, faz toda a diferença e compõe a proposta de valor feita pelo provedor ao usuário. O **Quadro 2** detalha como cada um dos empreendimentos lida com a importância de criar um ambiente atrativo para os turistas.

**Quadro 2:** Caracterização em relação a servitização, cocriação e dificuldades do empreendimento

ENGENHO	SERVITIZAÇÃO	COCRIAÇÃO	DIFICULDADE DO PROVEDOR
A	No ano de 2006 o engenho abriu para o	É o engenho mais predisposto a ouvir e colocar em prática os	A maior dificuldade deste engenho é fazer as pessoas

	turismo e é considerado o pioneiro da região.	feedbacks dos usuários. Ao longo dos anos fizeram diversas melhorias nos serviços.	aceitem a taxa de entrada cobrada.
<b>B</b>	Em meados de 2020, na pandemia, abriu para o turismo e aproveitou a estrutura que havia montado para uso pessoal dos proprietários.	Os gestores afirmam que quando o turista sugere algo, avaliam para em seguida colocar em prática. Procuram identificar as necessidades do usuário para poder supri-las.	O engenho não é preparado para atender uma alta demanda. Portanto, não investe em campanhas publicitárias, pois tem o objetivo de atrair um menor público.
<b>C</b>	Em meados de 2021, na pandemia, abriu para o turismo e precisou reformar a estrutura do local.	Provedor predisposto a cocriação, sempre que o usuário aponta uma necessidade, ele busca atender.	A localização é um fator que dificulta o turismo nesse engenho, pois fica a cerca de 16km da zona urbana.
<b>D</b>	Ainda não encara o turismo como um serviço que pode ser vinculado ao produto, apesar de receber turista todos os dias e atuar no mercado desde 1877.	Não supre todas as necessidades dos turistas e trabalha com o mínimo do serviço turístico. Apenas um tour sem guia profissional e uma “bodega” a pedido dos usuários.	Escassez de mão de obra para abrir nos finais de semana, além da dificuldade em vender os itens da “bodega” tendo em vista que só aceitam dinheiro em espécie e não têm o serviço de internet no local.
<b>E</b>	No ano de 2021, iniciou a promoção de eventos no próprio engenho, mas não pratica a visitação diária.	Não possui atratividades turísticas e a inovação sugerida por um usuário colocada em prática foi apenas direcionada ao produto.	Não possui guia especializado e não investe em atrativos para receber turistas mais assiduamente.
<b>F</b>	Em meados de 2020, na pandemia, aumentou o fluxo de turistas no local e então o engenho viu como uma oportunidade de negócio.	Costuma atender as ideias sugeridas pelos usuários, como as trilhas e passeios a cavalo a pedido dos turistas.	A maior dificuldade desse engenho é a rotatividade de guias, pois quando um guia é treinado e começa a atuar, se desliga da empresa.
<b>G</b>	Em meados de 2010 o engenho começou a identificar um maior fluxo de clientes, especialmente devido ao restaurante vinculado.	Costumam praticar a cocriação, inclusive estão criando um espaço kids para atender a necessidade do público.	Por meio da observação dos dados identificou-se que eles buscam divulgações para aumentar a demanda de turistas.

Fonte: Dados da própria pesquisa (2024).

O **Quadro 2** apresenta três questões fundamentais sobre o turismo nos engenhos produtores de aguardente. Na primeira coluna, temos o eixo da **Servitização**, que mostra quando cada engenho começou a oferecer serviços turísticos (Almeida; Miguel; Da Silva, 2011). Verifica-se que o engenho A se destaca por ser pioneiro ao abrir suas portas para visitas e oferecer mais transparência sobre o processo de produção da cachaça. Em contrapartida, o engenho D ainda não vê o turismo como uma oportunidade lucrativa e, por isso, não investe em melhorias. No geral, percebe-se que a maioria dos provedores entendeu a necessidade de ampliar sua atuação para além da venda de um produto.

A segunda coluna aborda o eixo da **Cocriação**, que se refere à adoção de ideias ou práticas sugeridas pelos usuários e implementadas pelos provedores dos engenhos (De Moraes; Santos, 2015; Vargo; Lusch, 2004). Os entrevistados dos engenhos A, B, C, F e G relatam que, quando os turistas propõem melhorias, essas são avaliadas, para em seguida serem colocadas em prática ou não, visto que nem todas as sugestões feitas pelos usuários são viáveis. Enquanto os engenhos D e E demonstram resistência, mantendo as práticas tradicionais e adotando inovações com pouca frequência. Dessa forma, dos 7 empreendimentos da pesquisa, 5 possuem abertura, interesse e predisposição para ter uma maior interação com os usuários e buscar implementar suas necessidades.

No eixo das **Dificuldades do Provedor**, são identificados vários desafios apontados pelos gestores dos empreendimentos, tais como: (a) escassez de mão de obra especializada; (b) falta de investimentos em atrações turísticas; (c) localização em áreas rurais distantes das cidades; (d) insatisfação dos visitantes com relação a taxas; e (e) despreparo para lidar com alta demanda.

Esses desafios evidenciam lacunas nos serviços oferecidos, que precisam ser corrigidas. Na próxima seção, será realizada uma análise das questões identificadas como pontos que precisam de melhorias, e em seguida são apresentadas propostas para alavancar o desempenho dos engenhos na região do Brejo Paraibano.

#### **4. ANÁLISE DA SITUAÇÃO-PROBLEMA E PROPOSTAS DE INOVAÇÕES INCREMENTAIS PARA OS ENGENHOS DO BREJO PARAIBANO**

A cachaça é reconhecida como um patrimônio cultural turístico na região do Brejo Paraibano (Braga; Kiyotani, 2015). No entanto, observa-se que poucos engenhos estão adequadamente preparados para receber turistas de todo o Brasil e ofertar experiências diferenciadas. Desta forma, após analisar os dados coletados na pesquisa de campo, focando principalmente nos serviços turísticos nos engenhos, serão apresentadas propostas de melhorias incrementais para suprir as lacunas identificadas (Gallouj; Weinstein, 1997; Vries, 2006).

A fim de contextualizar as propostas, inicialmente será discutida a transição de um modelo de negócio que se concentra exclusivamente na venda de produtos para um modelo que combina produtos e serviços, conhecido como servitização (Almeida; Miguel; Da Silva, 2011). A servitização tem potencial para maximizar os lucros da produção de bens, pois agrega valor diretamente a eles (Pedrinho; Miguel, 2021). Portanto, ao implementar serviços turísticos nos engenhos, os produtores têm muito a ganhar em termos de visibilidade e

lucratividade a partir desta iniciativa. Assim, a recomendação para os engenhos do Brejo Paraibano seria investir em atrativos turísticos, de forma que esses serviços gerem resultados financeiros positivos, refletindo em um aumento nas receitas de vendas da aguardente, e sua oferta seja focada na experiência de uso (Vargo; Lusch, 2004).

Além da servitização citada anteriormente, é crucial ressaltar a importância da cocriação praticada em cada engenho (De Moraes; Santos, 2015; Vargo; Lusch, 2004). Conforme a teoria, empresas podem reunir os *stakeholders* e realizar *brainstormings* para identificar as lacunas dos serviços a partir dessa ação (Saraceni, 2015). Em contraponto, os turistas dos engenhos do Brejo Paraibano costumam realizar feedbacks espontâneos, onde fornecem ideias construtivas e os provedores buscam sanar as necessidades identificadas. Essa ação é o primeiro passo para o início de um processo sistemático, o qual requer encontros contínuos, relacionamento construído e práticas intencionais de cocriação de valor.

Desta forma, a próxima seção visa abordar propostas de melhorias incrementais mediante a problemática discutida no diagnóstico da pesquisa, no que diz respeito a (a) escassez de mão de obra especializada; (b) falta de investimentos em atrações turísticas; (c) localização em áreas rurais distantes das cidades; (d) insatisfação dos visitantes com relação a taxas; e (e) despreparo para lidar com alta demanda. Inicialmente será abordado de forma mais abrangente uma proposta em comum para todos os engenhos, e em seguida, propostas de melhorias específicas para cada dificuldade apontada.

#### **4.1. Propostas de melhorias incrementais para os engenhos do Brejo Paraibano**

Para a elaboração da atual proposta tomou-se por base a literatura referente a ciclo de serviço, servitização e cocriação de valor, em consonância com a pesquisa aplicada a sete engenhos do Brejo Paraibano e evidenciando as principais dificuldades dos provedores presente no **Quadro 2**. Desta forma, a **Figura 2** sugere um ciclo de serviço para os engenhos abertos ao turismo, sendo uma inovação incremental para os engenhos de aguardente abertos ao turismo (Freitas, 2005).

O processo começa com a recepção dos visitantes, representando o primeiro contato deles com o local. Em seguida, é feito o pagamento da taxa de visitação, que inclusive, apenas os engenhos A, B e F realizam essa cobrança, mas é importante que todos os engenhos adotem essa prática. Essa receita extra é essencial para manter a preservação histórica e cultural das propriedades, garantindo a continuidade da experiência turística e a valorização do patrimônio.

**Figura 2:** Ciclo de serviço padrão para o turismo nos engenhos



Fonte: Elaboração própria com base em Freitas, (2005).

Na terceira etapa, o guia especializado pertencente ao próprio engenho é apresentado aos turistas para dar início ao tour completo pela propriedade. Cada engenho tem suas particularidades: alguns oferecem, além da cachaça, outros produtos como rapadura e café, sem contar os casarões históricos, senzalas, itens de exposição, entre outros aspectos únicos de cada propriedade. Além da apresentação das belezas e curiosidades do local, os turistas devem ter a oportunidade de degustar a cachaça, acompanhada de frutas da estação.

Por fim, no encerramento da visita guiada, os turistas devem ter um momento livre para aproveitar o que o engenho oferece, e este é um ponto que merece destaque pelo fato de poder gerar inovações incrementais e mais diferenciadas. Um dos principais atrativos é a tradicional bodega, presente em todos os engenhos, onde os visitantes podem adquirir produtos derivados principalmente da cana-de-açúcar produzidos no local. Após essa etapa, que é opcional, os turistas podem desfrutar das demais atrações específicas de cada engenho, como restaurantes, atividades de aventura, trilhas, e muito mais.

A figura busca trazer uma proposta voltada para todos os engenhos de forma padronizada. Enquanto isso, no **Quadro 3** são abordadas questões relativas especificamente às dificuldades que os provedores dos serviços enfrentam ao estarem dispostos a receber turistas

em suas propriedades. O quadro também expõe propostas de Melhorias Incrementais para sanar essas lacunas que influenciam na prestação dos serviços.

**Quadro 3:** Propostas de Melhorias Incrementais

PROBLEMAS DIAGNOSTICADOS	MELHORIAS INCREMENTAIS
Escassez de mão de obra especializada	Promover processos de recrutamento e seleção eficazes, além de treinamento e capacitação para os funcionários. Buscar parcerias com instituições de ensino que possam realizar continuamente processos de formação, inclusive abordando a questão da experiência para o usuário.
Falta de investimentos em atrações turísticas	Reconhecer o turismo como uma fonte rentável e de grande potencial para o destino. Assim, investir em atrativos como: passeios dentro da propriedade, áreas de lazer, restaurantes, hotéis e/ou parcerias com empresas de turismo, experiências de degustação diferenciadas, tudo isso aliado a eventos culturais locais que evidenciam características da região.
Localização em áreas rurais distantes das cidades	Acionar os órgãos responsáveis pela manutenção das rodovias e estradas rurais, para que o acesso às propriedades não seja mais um empecilho para os engenhos distantes da zona urbana.
Insatisfação dos turistas com relação a taxas	Conscientizar os usuários acerca dos benefícios recebidos ao visitar o engenho, ou seja, evidenciar a proposta de valor para que ela, de fato, seja percebida. Como uma visita de qualidade e a degustação da cachaça com frutas da época. Ainda vale mencionar os atrativos que alguns fornecem, permitindo que o turista desfrute de toda a propriedade.
Despreparo para lidar com alta demanda	Analisar a sazonalidade do setor e buscar desenvolver estratégias para aumentar a oferta dos serviços nos períodos de alta temporada.

Fonte: Elaboração própria, (2024).

O quadro acima apresenta os problemas relatados pelos próprios provedores de serviços turísticos e as propostas de melhorias incrementais para cada uma dessas situações, conforme sugerido pelos entrevistados. Diante disso, pode-se afirmar que inovações incrementais são as mais eficazes para os atuais arranjos de negócios (Gallouj; Weinstein, 1997; Vries, 2006).

Em síntese, todos os engenhos devem estar atentos às propostas de melhorias citadas no **Quadro 3**, pois são lacunas nos serviços encontradas nos próprios engenhos do Brejo Paraibano. Assim como, deve-se levar em consideração a **Figura 2**, onde aborda um ciclo de serviço criado com base no que é proposto por Freitas (2005) e consoante as necessidades dos provedores entrevistados, e ainda, ajudaria a otimizar as visitas turísticas em termos de tempo além que forneceria aos funcionários um passo a passo padronizado, facilitando a capacitação e o treinamento do pessoal.

Sendo assim, para melhor propor inovações nos serviços, segue o quadro 4:

**Quadro 4:** Foco das melhorias para cada engenho

ENGENHO	HOTELARIA	RESTAURANTE	ATRAÇÕES	DIVERSIFICAÇÃO DO PRODUTO
A				X
B	X			X
C	X		X	X
D	X	X	X	X
E	X		X	
F	X	X		X
G	X		X	

Fonte: Elaboração própria, (2024).

A partir das entrevistas realizadas a sete engenhos do Brejo Paraibano em quatro cidades diferentes, pôde-se identificar que **hotelaria, restaurante, atrações e diversificação do produto** são os itens mais apreciados pelos turistas. Desta forma, o **Quadro 4** ilustra as principais lacunas de cada engenho marcada com X, então para melhor desdobramento das propostas de melhoria específicas para cada engenho, seguem as descrições abaixo:

- **Engenho A:** apesar de ser pioneiro no turismo dos engenhos e de frequentemente adotar práticas de cocriação, este engenho ainda deveria investir mais na diversificação de seus produtos. Isso ajudaria a atrair ainda mais a atenção dos turistas para seus processos produtivos diferenciados.
- **Engenho B:** o ideal para este engenho seria aproveitar a propriedade para construir um hotel, já que essa é uma solicitação frequente dos usuários. Isso também permitiria que os turistas aproveitassem ainda mais o restaurante e os passeios oferecidos, ampliando a experiência e o tempo de permanência no local.
- **Engenho C:** este engenho poderia investir em atrações de aventura e na área de hotelaria, o que permitiria aos usuários aproveitarem ainda mais o restaurante e todo o espaço disponível, tornando a experiência mais completa e atrativa.
- **Engenho D:** este é o engenho que mais necessita de inovações, pois não possui grandes atrativos. O local poderia contratar guias profissionais para conduzir tours pela produção e também diversificar seus produtos, oferecendo diferentes embalagens e opções de sabores. Atualmente, é um dos poucos que produz apenas um tipo de cachaça, o que limita ainda mais seu potencial de atração.
- **Engenho E:** para tornar este engenho um local ainda mais atraente para os usuários, seria ideal implementar atrações turísticas, pois proporcionaria uma

experiência mais enriquecedora para os visitantes. Além disso, a falta de um hotel é uma lacuna importante, e um estudo mais aprofundado sobre a logística e o aproveitamento do espaço da propriedade seria necessário para viabilizar essa expansão.

- **Engenho F:** para esta propriedade, seria essencial realizar parcerias com hotéis, restaurantes e agências de turismo, pois fortalecer os laços com esses locais pode gerar mais visibilidade para o engenho. Atualmente, ele já conta com um casarão histórico que ocupa grande parte da área, além dos ambientes dedicados à produção de aguardente e outros produtos. Desta forma, eles poderiam utilizar melhor esses ambientes a fim de proporcionar experiências diferenciadas aos turistas, como promover a participação no processo produtivo ou até mesmo explicações mais aprofundadas acerca destes.
- **Engenho G:** a proposta para este engenho seria a parceria com agências de turismo para proporcionar atratividade, como: passeios de quadriciclo, trilhas a pé, passeios a cavalo e entre outros. O local já conta com um restaurante e também com uma ótima variedade de sabores de aguardente, além dos planos futuros para a criação de pousadas. Então, a adição de atrações e acomodações enriqueceria ainda mais a experiência dos usuários, tornando o espaço um destino completo.

Portanto, diante do exposto é possível afirmar que cada engenho tem sua particularidade e que o desenvolvimento e a aplicação de novas ideias por usuários em um contexto organizacional, refletem a inovação como um processo de reorganização da estrutura institucional. Nos ecossistemas de serviços, essa inovação se desenrola por meio de esforços conjuntos de diversos atores, que desafiam, criam e mantêm as regras institucionalizadas para uma melhor integração dos recursos (Huotari et al., 2016; Torvinen; Ulkuniemi, 2016).

Assim, pode-se afirmar que os usuários são atores importantes nos processos inovativos dos engenhos e que essas organizações têm sempre onde melhorar. Portanto, na próxima seção será abordada a conclusão deste trabalho, assim como contribuições tecnológicas que os gestores de engenhos deveriam adotar.

## 5. CONCLUSÃO E CONTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA

Este estudo teve como objetivo identificar lacunas nos serviços prestados pelos engenhos do Brejo Paraibano e, em seguida, propor inovações que contribuíssem para o

desenvolvimento desse novo tipo de serviço. Com base no que foi discutido nas seções anteriores, pode-se concluir que o objetivo foi atingido, pois foram apresentadas sugestões de melhorias incrementais que os engenhos podem adotar, além de um ciclo de serviços que serve como padrão para os estabelecimentos abertos ao turismo.

Embora alguns engenhos já apresentem um atendimento padronizado, o ciclo de serviços proposto avança e inova ao oferecer uma experiência aprimorada para o usuário, e que permite uma melhor apresentação da proposta de valor feita pelo provedor. Desta forma, para otimizar ainda mais o atendimento aos turistas, seria interessante implementar um sistema de reservas via plataforma Partyou, permitindo que os próprios visitantes agendem suas visitas, passeios e até reservas nos restaurantes. Essa ação contribuiria especialmente para períodos de alta demanda, assim, os gestores conseguiriam ter mais clareza sobre o fluxo de pessoas durante a sazonalidade do setor.

Outra contribuição tecnológica relevante seria a criação de um site dedicado aos produtos oferecidos pelos engenhos, como cachaças em diversos sabores, canecas e camisetas personalizadas, entre outros itens. A partir de uma pesquisa informal no Google, constatou-se que apenas três dos sete engenhos possuem sites com informações relevantes, e apenas um deles oferece um sistema de compras online. A criação de um site funcional seria, portanto, uma inovação capaz de impulsionar as vendas, aumentar a visibilidade da marca e, consequentemente, atrair mais turistas.

Por fim, vale destacar que este estudo foi voltado especificamente para os engenhos do Brejo Paraibano, mas as propostas podem ser aplicadas a qualquer engenho aberto ao turismo. Além disso, o trabalho pode abrir caminho para novos estudos acadêmicos que expandam essa análise.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Leandro; MIGUEL, Paulo Cauchick; DA SILVA, Márcia Terra. Uma revisão da literatura sobre "servitização": bases para a proposição de um modelo conceitual de decisão. *Exacta*, v. 9, n. 3, p. 339-354, 2011.

BRAGA, Marcus Vinicius Fernandes; KIYOTANI, Ilana Barreto. A cachaça como patrimônio: turismo, cultura e sabor. *Revista de Turismo contemporâneo*, v. 3, n. 2, 2015.

DE MORAIS, Fábio Rogério; SANTOS, Juliana Bonomi. Refinando os conceitos de cocriação e coprodução: Resultados de uma crítica da literatura. **Revista Economia & Gestão**, v. 15, n. 40, p. 224-250, 2015.

Engenhos. **Brejo Paraibano**, 2018. Disponível em: <https://brejoparaibano.com.br/rota-dos-engenhos/>

GALLOUJ, Faiz; WEINSTEIN, Olivier. Innovation in services. Elsevier. p. 537-556, 1997.

Governo do Estado lança Roteiro Paraíba-se em São Paulo. **Governo da Paraíba**, 2023. Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/governo-do-estado-lanca-roteiro-2018paraibe-se2019-em-sao-paulo>

HENNALA, Lea; MELKAS, Helina. Understanding users collective voice in public service innovation. **Wiley Online Library**, v. 23, n. 1, p. 62-72, feb. 2016.

HUOTARI, Kaisa Koskela. Innovation in service ecosystems: Breaking, making, and maintaining institutionalized rules of resource integration. **Elsevier**, p. 2964-2971, mar. 2016.

LEHTONEN, Mikko; TUOMINEN, Tiina. Multiple voices of the user in public sector services. In: SUNDBO, Jon; TOIVONEN, Marja. User-based Innovation in Services. UK: **MPG Books Group**, 2011. p. 227-250.

LUSCH, Robert F.; NAMBISAN, Satish. Service innovation: A service-dominant logic perspective. **MIS Quarterly**, v. 39, n. 1, p. 155-175, mar. 2015.

MARACAJÁ, Kettrin Farias Bem; FREIRE, Rafael Meira Lima; CENSON, Dianine. Análise dos engenhos de Areia-PB mediante estratégias de diferenciação. **CULTUR-Revista de Cultura e Turismo**, v. 17, n. 02, 2023.

MOGOLLÓN, José Manuel Hernández; GONZÁLEZ, Bárbara Sofia Pasaco; CERRO, Ana María Campón. Aplicación del enfoque experiencial a la innovación de marketing de destinos turísticos: recomendaciones para su implementación en Ecuador. **Innovar**, v. 30, n. 77, p. 63-76, jul./sep. 2020.

MONTEIRO, Carlos António Silva. O impacto da co-criação de clientes nos serviços e a intenção de revisita. Aplicação ao setor do turismo. 2020. 131 f. Dissertação (Mestrado em gestão de serviços) – Faculdade de economia, Universidade do Porto, Portugal.

PEDRINHO, Gustavo Canaver; MIGUEL, Paulo A. Cauchick. Transição para servitização: uma revisão estruturada da literatura. **Revista Produção Online**, v. 21, n. 2, p. 518-547, 2021.

RAYNA, Thierry; STRIUKOVA, Ludmila; DARLINGTON, John. Co-creation and user innovation: The role of online 3D printing platforms. **Elsevier**, p. 90-102, aug. 2015.

ROCHESKA, Slavica. et al. User-driven innovation: Towards a new innovation paradigm. **ResearchGate**, v. 12, n. 1, p. 31-41, may. 2014.

**Roteiro Paraíba-se**, 2024. Disponível em: <https://paraibese.destinoparaiba.pb.gov.br>

SARACENI, Sandra. **Cocriação de valor no relacionamento empresa-cliente: um estudo exploratório**. 2015. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

SCHUHMACHER, Monika C.; KUESTER, Sabine. Identification of lead user characteristics driving the quality of service innovation ideas. **Blackwell Publishing Ltd**, v. 21, n. 4, p. 427-442, 2012.

SUNDBO, Jon; GALLOUJ, Faiz. Innovation in services. **STEP Group**, p. 1-29, aug. 1998.

TORVINEN, Hannu; ULKUNIEMI, Pauliina. End-user engagement within innovative public procurement practices: A case study on public–private partnership procurement. **Elsevier**, p. 1-11, 2016.

TROTT, Paul; DUIN, Patrick Van Der; HARTMANN, Dap. Users as innovators? Exploring the limitations of user driven innovation. **GA Delft**, Holanda, p. 1-25, 2013.

TURUNEN, Taija. Users as a development driver in manufacturing: the case of 'reverse' servitization. *In*: SUNDBO, Jon; TOIVONEN, Marja. **User-based innovation in services**. UK: MPG Books Group, 2011. p. 177-199.

VARGO, Stephen L.; LUSCH, Robert F.. Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, v. 68, p. 1-17, jan. 2004.

VRIES, Erik J. de. Innovation in services in networks of organizations and in the distribution of services. Elsevier, p. 1037-1051, jul. 2006.

## APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

<b>CATEGORIA</b>	<b>DIMENSÃO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>AUTORES</b>
<b>CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA</b>	<p>Como e quando a empresa surgiu no mercado?</p> <p>Quem é o público-alvo da empresa?</p>	Conhecer e caracterizar a empresa, seu público-alvo.	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
<b>IDENTIFICAÇÃO DO SERVIÇO</b>	<p>Quais dos serviços a empresa fornece ao seu público-alvo?</p> <p>Quais os benefícios os usuários têm ao utilizarem os serviços fornecidos pela empresa?</p> <p>Você identifica alguma(s) dificuldade(s) dos clientes na utilização dos serviços fornecidos pela empresa? Quais?</p>	Caracterizar os serviços ofertados.	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
<b>FONTE DE VALOR</b>	<p>A empresa tem como captar a satisfação dos usuários com os serviços? Como?</p> <p>Acredita que a empresa está inovando os serviços no decorrer do tempo?</p> <p>Quais as principais inovações/ melhorias implementadas nos últimos anos?</p>	Identificação de valor para o usuário a partir de sua experiência.	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
<b>FORMA DE PARTICIPAÇÃO</b>	<p>Quais os canais que são utilizados para interagir/captar as percepções dos usuários?</p> <p>Poderia citar algum exemplo de algo sugerido pelos usuários e que foi implementado?</p>	Visa analisar o grau de interação ou diálogo de usuários com provedores de serviços.	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
<b>LIBERDADE OU OBRIGAÇÃO DO USUÁRIO</b>	<p>Neste ramo, existem empresas que fornecem serviços similares ao seu? Qual o diferencial desta empresa? (Concorrentes)</p>	Análise da oferta de serviços.	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
<b>CUSTO PARA O USUÁRIO</b>	<p>Como você analisa a relação custo x benefício dos serviços ofertados?</p>	Análise da qualidade dos serviços prestados.	LEHTONEN; TUOMINEN, (2011)
<b>COCRIAÇÃO</b>	<p>Na sua opinião, há disposição por parte do usuário em contribuir de forma mais sistemática e consistente para aperfeiçoar os serviços prestados (geração de novas ideias)? Por quê?</p> <p>Você acredita que o uso de internet, aplicativos entre outras ferramentas de comunicação e produtividade, pode melhorar de alguma maneira a prestação dos serviços? Como?</p>	Análise da disposição de usuários no processo de cocriação para a inovação.	PRAHALAD; RAMASWAMY, (2004a); GAMBARDELLA; RAASCH; VON HIPPEL, (2017)

## APÊNDICE B – TRATAMENTO DOS DADOS

PERGUNTA	RESPOSTA	SIGNIFICADO
<p><b>P1 - Quando e como a empresa surgiu no mercado?</b></p>	<p><b>E.1.1</b> - A empresa começa em 94 Quando meu marido compra as primeiras máquinas do Engenho, mas ele não sabia fazer cachaça e até 1994 cachaça era bebida de pobre, era feito para pobre e também não existia nenhum curso técnico, nenhum curso a nível superior ou pelo menos a literatura, o Google que ensinasse a fazer uma boa cachaça, então, é.. Foram muitos anos pra que ele pudesse ter uma boa cachaça, foi fundamental o papel do SEBRAE e da universidade que trouxeram através do evento chamado bregaria que existia na nossa cidade, o professor Fernando Valadares Novais que ministrou um curso de cachaça de qualidade, meu marido foi fazer o curso, e ai sim! Aprendeu a fazer uma boa cachaça. É... eu trabalhei na justiça e recebia um cargo comissionado de analista eleitoral, inicialmente comprei uma, no primeiro ano comprei uma casinha pra mim, na cidade, a gente morava no sítio e no outro ano, o dinheiro que dava pra comprar uma casa eu investi no sonho do marido que era ter um engenho, e ai em 2 de julho de 2001 eu entreguei esse cargo comissionado porque era um ritmo de trabalho muito grande e eu comecei a vender de bar em bar a cachaça dele, e agosto de 2005 eu e ele fizemos as contas e a triunfo já podia me pagar um pouco mais do que eu ganhava a justiça, janeiro de 2006 eu vim trabalhar na justiça e me determinei a abrir pra o turismo, não só para mostrar o processo de produção da cachaça mas também pra incentivar as pessoas que sonham, e ai chamei os guias da minha cidade, eles estavam terminando o primeiro curso de guia que existia, em 2006 também foi quando começou o SEBRAE a trazer os cursos de capacitação pra Areia e Bananeiras através do ministério do turismo, pra desenvolver esse turismo responsável, sustentável, né? desenvolvendo a cultura local, e o turismo de experiência e eu determinei uma taxa de 2 reais por pessoa pra ver o engenho, e essa taxa não era minha, era dos guias, e no começo os guias não conseguiram entender como que eu ia ganhar dinheiro, e eu dizia pra eles, mas a gente não tem que ganhar dinheiro agora, a gente tem que agora formar um destino, isso vai ser consequência, em menos de 6 meses eu já conseguia, graças aos guias receber 100 pessoas por semana, chamei os guias e dividi um real pra eles, 1 real pra mim, porque eu teria que comprar frutas pra fazer degustação, é... depois, em 2010 nós compramos a propriedades que estamos hoje, e em 2017 meu marido se determinou dentro de um ano trazer o engenho para esse local que a gente ta hoje, só fazer 5 anos que a gente ta nesse local, e a gente veio pra aqui, hoje a taxa já é 25 reais por pessoa, 5 reais é do guia e hoje nós recebemos cerca de 500 à 700 pessoas por semana e isso não é, isso é durante o ano inteiro é atípico São João e caminhos do frio que a gente chega a receber 500 pessoas só no dia, na véspera do São João, e dia de São João e também nos caminhos do frio, só no final, assim, só no final de semana que você consegue receber isso.</p> <p><b>E.2.1</b> - Olhe, a empresa, ela é relativamente antiga, ela não é minha da fundação, já comprei ela há 14 anos, mas já existia há alguns anos. Não era para visitação, era apenas uma propriedade rural onde a gente produzia a cachaça... já existia a cachaça, já existia o nome "Turmalina da Serra" e eu gostei muito porque o lugar é aprazível, uma natureza exuberante e tudo, e eu comecei a investir para usufruir com minha família, aí eu fiz toda uma estrutura, aí quando chegou na pandemia, deu uma uma parada geral em tudo e eu resolvi abrir para receber turistas, que até então não era, então a gente só começou a receber turistas antes da pandemia pra cá, e pra surpresa minha, é uma aceitação extraordinária porque eu fiz as coisas com muito cuidado, eu fui pra Búzios com minha família, eu fiz tudo com muita qualidade, tudo pensado e as pessoas têm se surpreendido positivamente ao visitar.</p> <p><b>E.3.1</b> - Ela surgiu de um sonho de uma criança, eu sempre digo que... eu sempre conto essa história no engenho, as pessoas nunca devem desistir de seus sonhos e esse sonho foi do meu filho, se chama José Teixeira Neto, ele gosta que chame ele de Neto e meu marido por ser engenheiro mecânico, a gente morava numa usina em Alagoas e a vida dele foi entre canaviais, máquinas, tratores, dentro desse ambiente de indústria de usina de açúcar né e quando nós viemos para Paraíba visitar nossos pais, ele viu uma usina pelo caminho, porque Alagoas é a terra das usinas, ele gritava "a usina de painho", mas ele gritava com tanto amor que quando a gente via ficava mostrando só pra ver a alegria dele e aí foi crescendo, na maneira que foi crescendo ele dizia "um dia ainda vou montar um engenho para painho" e aos 34 anos o sonho se tornou realidade.</p>	<p>Em relato, os provedores destacaram que a empresa surgiu a partir de uma oportunidade de negócio ou necessidade do mercado, pois inicialmente eles realizaram a compra do terreno especialmente em zona rural para proporcionar experiências aos usuários através de um apelo natural, com trilhas, lagos e até mesmo construções que possibilitam momentos de aventura que provocam emoção e adrenalina nos usuários dos serviços. "eu gostei muito porque o lugar é aprazível, uma natureza exuberante e tudo, e eu comecei a investir para usufruir com minha família, aí eu fiz toda uma estrutura, aí quando chegou na pandemia, deu uma parada geral em tudo e eu resolvi abrir para receber turistas" De modo geral, as empresas entrevistadas atuam no mercado antes do período pandêmico da COVID-19, mediante a isto, se encontram bem estabilizadas no mercado mesmo diante das dificuldades surgidas na época. Inclusive, durante a pandemia algumas empresas relataram que as vendas dos produtos e visitas não baixaram, o que era de se esperar o contrário, sendo uma surpresa para os provedores, pois justamente nesse período as pessoas passaram a visitar ainda mais o brejo paraibano e a partir disso surge a necessidade de desenvolver novas ideias. "Durante a pandemia, foi naquela época em que o pessoal começou a realmente vim a Bananeiras e surgiu a necessidade de ter o que fazer por aqui." Contudo, para que esses provedores sintam-se preparados para encarar os desafios de abrir um negócio, eles relataram que alguma pessoa na família já trabalhava no nicho relacionado a hotelaria ou produção de cachaça, mesmo diante dessa afirmativa, as capacitações foram necessárias para o desenrolar do empreendimento. "Em 2006 também foi quando começou o SEBRAE a trazer os cursos de capacitação pra Areia e Bananeiras através do ministério do turismo, pra desenvolver esse turismo responsável, sustentável, né?"</p>

	<p><b>E.4.1</b> - Bem, a empresa surgiu no mercado não foi por uma estratégia, eu acho que foi por uma necessidade da época, em 1877 o pessoal não tinha essa visão, naquela época o pessoal investia nas capitania hereditária, era para explorar, podia desmatar, hoje não pode mais e quando Dom Presidente chegou aqui, ele era de fora, ele veio para desbravar, quando ele chegou foi 1877, e a finalidade dele era sobreviver, não tinha esse perfil mercadológico que tem hoje, o comércio não era, assim como hoje formatizado né, naquele tempo era o boca a boca e assim surgiu a cachaça da gente.</p> <p><b>E.5.1</b> - Veja só, a empresa teve seu início em 2018, já tinha-se o projeto de ser engenho de cachaça agregado a uma casa de eventos, baseado nas vinícolas, nas outras cachaçarias que tem para região Sul do país, aí agregado a isso veio uma proposta do Governo, a gente tem um vínculo com o Governo do Estado para é... aquele programa A Primeira Chance, então anualmente a gente tem de dois a três estagiários trabalhando na nossa produção durante a safra e visitaçao, com a UFPB e tudo mais, pelo layout da empresa, fica fácil do pessoal ver toda produção sem adentrar a parte de manipulação, principalmente depois dessa questão de COVID e tudo, a gente redobrou as medidas e tal, mas eu não sei se você já foi ao engenho, mas o layout dele todo... é fluxo contínuo, onde as etapas, casa etapa só tem uma ida, digamos assim, só tem um sentido, sabe!? E quem vem visitar não precisa entrar na parte de engarrafamento, na parte de destilação, aí é bem bacana, mas voltando, a empresa surgiu em 2018, abrimos as portas em 2019, parte de eventos foi em 2021 com primeiro evento e de lá até agora a gente tá promovendo eventos, fabricando e vendendo cachaça.</p> <p><b>E.6.1</b> – Porque o intuito de Geraldo depois, foi o quê, né? Ela já teve esse ciclo da cana de açúcar, que foi da época do meu sogro, foi bem atuante porque a usina aí próximo, se não me engano era Santa Maria, eu não lembro, é uma sentida a Areia que hoje só tem os resquícios dela. Tu sabe como é o nome daquela... Não... Pois é interessante pegar a história dela, porque justamente, ela foi no auge do ciclo da cana de açúcar, aí pronto. Aí quando... chegou pra o meu... sim, quando o meu esposo assumiu né, então assim, como eu já tô contando mais ou menos né.</p> <p><i>Quando e como o engenho surgiu no mercado?</i></p> <p>A origem é... assim, começou com Joaquim Pereira de Melo e foi quem nasceu justamente no município de Areia, lá por volta, acho que de 1940 e alguma coisa. O engenho, com o falecimento do pai dele, ele ficou sob a guarda do tio, alguma coisa desse tipo... e esse tio, ele residia num engenho próximo ali, chamado... Cafundó... um negócio assim... lá no município de Serraria, aí vendo que ele dava pra agricultura, aí o tio né, digamos, pegou ele pra trabalhar com ele. E aí, se não me engano. Porque assim, quem sabe bem direitinho, é meu sogro e minha sogra que falavam né. Aí parece que quando ele parece que quando foi mais ou menos com uns 30 e poucos anos, uns 37/38 anos, daí ele foi e comprou a terra de Baixa Verde, então ele era de Areia e terminou indo lá pra Serraria através desse tio dele e ele terminou comprando aquelas terras de Baixa Verde, foi quando ele começou a construir a casa né, 1983, a casa grande... aquela parte todinha, e justamente, e como ele era de Areia, na época ele construiu a casa no intuito de casar com uma pretendente que era de Areia. Ela quando construiu a casa e tudo, ela não aceitou, não quis casar com ele, sempre tinha assim, os pais diziam “aí minha filha ou meu filho são igual né, que tem as posses né, igual ou melhor que a minha” pronto, foi mais ou menos essa história, mas enfim, eu acho que ela não casou com ele porque realmente não gostava, a realidade é essa né. Não que digamos assim, que sair de um lugar pra morar noutro com uma pessoa que não gostava, mas enfim, ele realmente teve essa intenção de construir lá tudinho pra casar com essa pessoa também né e que não aceitou, enfim. Depois, ele comercializando justamente né os produtos de lá, a cana de açúcar, a rapadura e cachaça, essas coisas... mas era principalmente, o povo dizia que era rapadura, sabe... aí ele viajando pra aquele mundo de Mamanguape, aí foi quando ele... se encantou né..., gostou de uma moça... que é justamente... que aí vem a questão de Luiz Espinola, aí quando entra a questão da família do meu esposo né, justamente essa Maria Augusta Espinola, e aí eles se casaram, e aí ela foi morar lá e tudo e constituíram a família, aí pronto, aí construíram o engenho e depois a casa grande... <i>Foi passando de pai para filho...</i> É, exato, foi passando de pai pra filho. Quando chegou no meu sogro foi o seguinte... depois dele né... passou parece que 10 anos com outro pessoal que aí foi quando meu sogro morava ali por Guarabira e já conhecia, porque meu sogro veio de Recife e o pai dele deu um engenho a cada filho, aí o do meu sogro é ali perto de... entre Pilões e Guarabira, então ele conhecia ali Baixa Verde e essas coisas, achava bonito, gostava e enfim, depois desses 10 anos que tava fora né, e como ele era da família também da</p>	<p>desenvolvendo a cultura local, e o turismo de experiência.” Os provedores declaram que trabalhar com o turismo é mais do que uma fonte de renda agradável, é também uma forma de lazer, é uma forma de trabalhar com algo mais cordial e sossegado, especialmente pela tranquilidade que a zona rural transmite.</p> <p>As visitasões estão consequentemente ligadas aos produtos que a empresa tem a oferecer, pois os usuários estão sempre dispostos a encontrar novidades no passeio. Primeiramente os provedores possuem um produto atrativo, além da disponibilidade de um ambiente instagramável, depois de identificar esses fatores, abrem para visitasões, com a finalidade de receber turistas como uma forma de ganhar dinheiro com a taxa de entrada no local, ou como uma maneira de divulgação dos produtos, pois os usuários costumam realizar a divulgação voluntária nas próprias redes sociais, além de comprar os produtos que são produzidos pela empresa.</p>
--	--	--

	<p>esposa que construiu, então é... ele terminou comprando... ele vendeu algumas coisas e terminou comprando Baixa Verde, aí foi quando voltou pra Espinola, aí do meu sogro, né, quando ele faleceu, faz muito tempo, mais de 56/58 anos ou mais, aí foi quando adoeceu, faleceu com a idade... faleceu com uma idade mais avançada. Quando meu marido que gostava, sempre gostou muito de lá né, desde pequenininho e tudo, então tinha todo esse laço afetivo né, tanto porque o meu sogro morou por muitos anos lá com com minha sogra, e aí Geraldo também adorava, então enquanto podia tava por lá, e aí terminou ele adoecendo, e aí ficou a parte dos irmãos porque o meu sogro na época ficou viúvo com 6 crianças pequenas, e aí é quando entra minha sogra né, a mãe de Geraldo. Aí a mãe de Geraldo... termina ele se casando com ela... depois de uns dois anos se casou com ela... e aí teve só um filho que foi Geraldo, então ela cuidou dos 6 da primeira esposa e teve Geraldo. Passaram um tempo morando lá né, com essas crianças. Duas mais velhas foram estudar no colégio lá em Areia, num tem aquele colégio... não lembro o nome... mas é um colégio de Areia interno né, e o outro filho de Recife foi morar em Areia também, interno. E aí ela ficou com os 3 pequenos e o meu esposo, que no caso Geraldo. E aí quando ele faleceu, Geraldo comprou as partes dos irmãos e aí permaneceu muito tempo com ele, foi quando ele resgatou a questão do engenho da rapadura né, começou a construir, e ao mesmo tempo também fabricava cachaça só que ele vendia a granel. Ele nunca teve essa pretensão de colocar uma marca e essas coisas... fazer em quantidade de botar no mercado, sabe... <i>é tanto que a cachaça Baixa Verde só se encontra lá no engenho né?</i> É, exatamente, exato... e aí com a história da pandemia foi aí que surgiu esse né... o buum do turismo aí em Bananeiras, e terminou respingando ali por Serraria, na gente... <i>huum, que massa, então essa parte dos visitantes, dos turistas, começarem a visitar o engenho, começou a partir da pandemia!?</i> Isso, exatamente. <i>Só pra a senhora entender, o foco dessa pesquisa é justamente os turistas, essa questão das visitas, não necessariamente do produto, da cachaça, da rapadura... é dos turistas mesmo.</i></p> <p><b>E.7.1</b> - Olha, a marca, ela tem, ela existe desde 1943, mas só a partir de... Vicente Lemos, que é o atual proprietário ele tornou de forma profissional, antes era apenas como a maioria das cachaças era apenas feita para amigos de pequenas vendas, então no final da década de 80 para 90, Vicente, ele começou a ver a cachaça “Rapaz, aqui é um produto extremamente cultural do Brasil e tem um grande valor” então ele conseguiu... até hoje nós buscamos inovação e melhoria da cachaça e para mostrar que a cachaça ela é um diamante do Brasil, não é à toa que um dos exemplos mais marcantes para a cachaça foi justamente o envase de uma cachaça dentro de uma garrafa de porcelana, porquê uma garrafa de porcelana? Principalmente antigamente era mais requintado, então só bebidas bem requintadas poderiam estar dentro de uma garrafa de porcelana. Como existia o whisky, né? bem famosos, que eu posso até citar o nome aqui, que é o Royal Salud. Então ele teve a visão: “olha, a minha cachaça é boa, tem qualidade, então eu vou envasar aqui dentro desta garrafa”. Então ele, depois de muita persistência e muitas pessoas falando que não daria certo, que isso era loucura, ele conseguiu comprar essas garrafas e começou a envasar a cachaça na garrafa. Isso foi algo bem marcante, que benéfico para a cachaça e principalmente para a nossa empresa, que foi a Volúpia. A partir daí, todas as outras cachaças viram que deu certo e começaram a fazer as suas garrafas e também a copiar as nossas. Mas isso aí foi ótimo para a empresa, para a cachaça no geral. <i>Ismael, e quanto ao serviço de visitação? Vocês são abertos à visitação?</i> Nós estamos abertos de terça aos domingos, das 10h às 16h, aberto ao público, se quiser chegar, pode chegar. Na segunda é aberta apenas a lojinha, né, que o pessoal vai lá, compra os produtos. Mas na terça aos domingos nós temos as visitas guiadas, onde a gente sempre fez uma visitação para mostrar mesmo como é que é feita a cachaça, dar uma visitação um pouco mais técnica, mas nem tão técnica assim. Vai dependendo do grupo, se forem grupos mais técnicos, nós seremos mais técnicos, se não, seremos apenas uma guia mais... <i>Mais descontraído, né?</i> Descontraído. Mas descontraído, exatamente. Lá fornecemos degustações... <i>eu ia perguntar quando surgiu essa questão de abrir para o público, sempre teve ou você começou há pouco tempo? Foi desde a pandemia? Quando é que vocês começaram a receber o pessoal?</i> Ele sempre teve, sempre foi aberto, só que antes era mais, vamos ligar para lá para ver se dá para ir, hoje é aberto total, quem quiser chegar pode ir. Então, começou a ser assim, dessa forma, sem precisar agendar, desde quando a gente inaugurou o restaurante lá no interior de Engenho. Lá dentro tem um restaurante, onde as pessoas só chegam, almoçam, degustam a cachaça. Tem uma salinha panorâmica, onde você compra a canequinha e degusta vários tipos de sabores de Volúpia. Hoje também fizemos investimento de um parque para as crianças, que a</p>	
--	---	--

	<p>gente sabe que hoje requer mais espaço de pais e avós, que têm seus netinhos, seus filhos. Então a gente está criando um ecossistema lá para que realmente atraia mais gente. Então, só para responder o que eu não respondi. Eu vou fugir aqui a data, mas eu acredito que ali em 2010, mais ou menos, no restaurante. Posso estar errado, mas foi por volta desse tempo.</p>	
<p><b>P2 – Quem é o público-alvo da empresa?</b></p>	<p><b>E.1.2</b> - Olha, o público alvo é bem variado, ele vai de estudantes é... de graduação e também de o turismo pedagógico com mestrado, doutorado e os turistas amantes da cachaça. Sim, muita família, vem muita família, depois da pandemia, as empresas diminuíam, as pessoas acessam muito a internet, eu vejo isso, que elas acessam muito a internet, é muito um turista de família, e antes pandemia era muito mais aquelas incursões grandes, não é que não vem, mas diminuíram e os outros aumentaram muito</p> <p><b>E.2.2</b> - Classe média/alta, eu inovei, na época cobrar para as pessoas terem acesso ao engenho, abri com R\$25,00 reais e não baixei nada e hoje os engenhos lá já estão chegando a R\$25,00 reais, então foi uma forma que eu fiz para conter e ter um público mais selecionado, por exemplo, o pessoal, tem muitas vans, ônibus que vai a Areia, com destino a Areia, geralmente não estão indo a Turmalina porque muitas delas acham caro e exatamente esse público que eu não quero, porque o meu público, eu tenho um objetivo lá "porquê eu abri?" Porque lá é uma cachaça artesanal, uma cachaça de muita qualidade e eu resolvi que faço uma produção muito limitada, eu tenho um sistema de vendas, que não vendo em supermercado, não vendo em nada, quero vender minha cachaça na internet e exclusivamente a quem nos visita, para você ter uma ideia eu tenho cachaça de R\$200,00 reais R\$150,00, garrafa mais cara que whisky, mas meu público que pede lá, tá consumindo bem, tá levando as cachaças, uma forma de divulgar meu produto, abri um restaurante também para as pessoas que querem passar um dia, fazer festa, já fiz casamento lá, o pessoal usa para fazer book de casamento, de 15 anos, turma de universidade que vai se formar, quer fazer um book vai lá, porque é muito bonito.</p> <p><b>E.3.2</b> - Olhe, nosso público ele... nós temos um público muito alto do Rio Grande do Norte né, mas é o turista, o turista em geral, nós recebemos de todos os lugares do país, até do exterior, mas 80% do nosso público é Rio Grande do Norte. <i>(questão de faixa etária de idade é variado?)</i> é variado, mas o nosso público forte mesmo é de 30 a cima.</p> <p><b>E.4.2</b> - Rapaz, o público alvo, não tem assim um público alvo, na verdade é o consumidor que bebe cachaça, a gente não tem por exemplo concorrente, porque os nossos concorrentes não têm como concorrer com nós, porque nós somos mais graduados, nós somos 50 graus, nós teria outro concorrente se tivesse outra cachaça com 50 graus, aí em termos de concorrência nós não temos porque seria se nós tivéssemos a mesmas graduações, o mesmo perfil das outras, o nosso público não migra para outra cachaça, é mais fácil migrar pra nossa, por ser mais graduada e não querem voltar para as outras. <i>(aí assim, em termos de idade ou por exemplo, pessoas de determinada região?)</i> Ah, bem, quando surgiu a cachaça Rainha era para o mercado local, foi pensado para o mercado local, até porque naquele tempo a população brasileira era menos em relação a hoje e não tinha só o engenho da cachaça Rainha, tinha mais 14 engenhos, é como eu disse a você, era o meio de sobrevivência deles e trabalhar, eles não pensavam em expandir, exportação, na época, até porque o Brasil não tinha esses avanços na época, há 147 anos atrás, aí vem outro público alvo, quer dizer, não foi bem o público alvo, foi o público que apareceu, a imigração levou a cachaça Rainha para São Paulo e para o Rio de Janeiro, não foi por questão de a empresa pontuou nesse foco, é porque eles viajavam para Rio e São Paulo, os imigrantes daqui e levava na bagagem Rainha né para dar aos patrões e os amigos que já tava lá e assim sucessivamente né, eles foram levando, levando, e graças a essa imigração que ela é forte Rio e São Paulo, depois da Paraíba, há uns 10 anos atrás era o foco Rio e São Paulo, hoje não por causa do turismo expandiu para Rio Grande do Norte, Pernambuco, Ceará e outros estados da federação, não em larga escala como é na Paraíba, Pernambuco, Rio e São Paulo, mas ela tá presente também em outros estados. <i>(aí quem geralmente consome o produto da Rainha são as pessoas dessa região no caso Paraíba... mas aí voltando para as visitas, as pessoas que visitam a Rainha, o engenho, quem é o público que visita)</i> Bem, o público hoje da Rainha é o turismo, tem o turismo que vem para Bananeiras, aproveitam a oportunidade de conhecer o Engenho Rainha, conhecer a história da cachaça Rainha né, porque ela tem uma bonita história, ela tem um passado de família, até hoje tá a mesma família que se perpetua lá, desde de Dom Penciano, Major Augusto, a Seu Mozar, aos filhos de hoje que estão nos registros da empresa, tá na geração de bisnetos né e lá nós</p>	<p>As empresas entrevistadas afirmam que o foco principal são os turistas e este variam de acordo com classe social, idade e região, mas uma coisa que eles têm essencialmente em comum é o desejo de buscar um lugar mais tranquilo e aconchegante para descansar e passar momentos de lazer. "É um lugar onde você encontra paz. Você tem uma tranquilidade na natureza, uma interação com os animais, com a própria vegetação, com as trilhas e com o aconchego, um certo conforto dentro de uma simplicidade." Desta forma, o público alvo das empresas que proporcionam experiências no brejo paraibano se resumem a turistas de classe média e alta, acima dos 30 anos de idade, especialmente com a presença do núcleo familiar, tendo em vista que as localidades se concentram em sítios e fazendas a presença de famílias é mais comum que a de grupos aleatórios de jovens, inclusive os provedores destacam que esse não é o público ideal para a mansidão de uma pousada, hotel ou casa na zona rural. No entanto, alguns engenhos abertos para visitas afirmam que a presença de estudantes de graduação, mestrado e doutorado são comuns, pois o processo produtivo da cachaça, assim como a atividade turística da região costuma a ser estudada por esse público. Esses usuários são formados principalmente pelas cidades circunvizinhas ao brejo paraibano, bem como do nordeste do Brasil e minoritariamente do exterior do país. Além das atividades que podem ser realizadas no ramo da hotelaria e visitas, esses lugares proporcionam vistas panorâmicas, atraindo uma quantidade relevante de grupos que usam os espaços para realizar seções de fotos para casamento, aniversário ou colação de grau.</p>

	<p>temos os exemplos de tataranetos da famílias de funcionários, porque quando Dom Penciano chegou lá, ele trouxe para trabalhar com ele a família Fernandes, 90% dos contracheque da empresa tem o nome Fernandes, que todo ano nós contratamos pessoas, filhos de funcionários, esse ano já tem três para entrar, qual a vantagem deles? Porque eles chegam na empresa e já sabem de tudo, não negócio de estágio, quando chega lá é nota 10. Aí a questão do pessoal que visita, tem a questão também, pela parte educacional, nós recebe visita de Agroindústria aqui de Bananeiras, tem Administração, Técnico em Agropecuária, temos a Universidade de Monteiro que nos visita, tem Ciências Contábeis, inclusive tem até um trabalho lá, com os alunos lá, pegaram para fazer o trabalho final, Rio Grande do Norte, uma escola ali que tem de Agroindústria do Rio Grande do Norte, Areia a parte de Agronomia, Pombal, turismo de João Pessoa também. <i>(mais os estudantes né)</i> É porque é aquela questão, a cachaça Rainha hoje ela ainda não é explorada na parte de pesquisa, pesquisa na cana de açúcar, já a cachaça ela é uma coisa nova, para beber cachaça era uma coisa que bebia às escondidas, hoje ela é tese de mestrado, doutorado.</p> <p><b>E.5.2</b> - Olha o público alvo são os turistas, o pessoal que vem conhecer a cidade. <i>(Aí geralmente são pessoas mais de idade? São jovens? São...)</i> Na faixa etária de 30 a mais sabe!?</p> <p><b>E.6.2</b> – Pronto, ai, Com a história para chegar nos turistas com a pandemia, muita gente ficou tendo que ficar em casa, então muitos forma para as zonas rurais, pra os lugares onde eles onde eles poderiam ter mais... Da cidades grandes, apartamento, etc e tal, fugiram para o interior, ai foi quando bananeiras aumentou o número de condomínio, um fluxo muito grande de gente, pra ir e o turismo que já tinha um tempo sendo explorado devido a questão do frio e tudo, ai esse pessoal começou a explorar as cidades vizinhas, ai foi quando descobriram serraria, baixa verde na época, iniciou assim, o pessoal já tava visitando e a gente não sabia, não sabia no sentindo assim, iam em tudo mas ele já tava como se fosse um ponto turístico mesmo, foram eles mesmo que começaram com a história de visitação, ai quando Geraldo colocou a porteira e fechou, ai o pessoal que começou, foi que procurou ele justamente dizendo “Geraldo, por que você não abre pra visitação?” O pessoal uma vez ou outra vem perguntando, tem a curiosidade de saber, de conhecer um... por que realmente hoje são poucos engenhos que estão de pé, e que tem toda aquela estrutura de uma casa grande, da senzala, igrejinha, a casa de ossos que era o que hospedava os padres, essas coisas, o engenho propriamente dito, essas coisas, ai por conta dessa curiosidade começou a visitação e Geraldo conversando comigo, a gente entrando em um consenso e como se diz, abraçamos a causa de abrir realmente para o turismo, de início muita família, o pessoal são geralmente famílias, tem uma parcela daquele pessoal de terceira idade por que gostam muito de história e também pra eles muitas coisas assim, remete ao passado, acho que volta aquela época de quando era mais jovem, tem muita gente que diz “Ah, quando eu vejo esse piso eu só me lembro da minha avó” tem muito isso e também, as turmas mais jovens, não é um jovem jovem, é os casais que já tem filho que também acha interessante de levar para conhecer um pouco da história, <i>bacana, então é realmente mais família, o foco, é família e o pessoal de terceira idade.</i></p> <p><b>E.7.2</b> - Público-alvo? Olha, boa pergunta, tá? Público-alvo vai além de pessoas que são apreciadores de cachaça, né? Público-alvo são todas as pessoas que não conhecem, são todas as pessoas, não tem um público-alvo certo. Normalmente são pessoas que querem mais conhecer sobre a cachaça, ou estão de passagem, vão até vezes pelo restaurante, né, e acabam conhecendo a cachaça, ou vice-versa. <i>Geralmente são mais famílias, casais...?</i> É, são mais famílias, pelo restaurante são mais famílias. Nós recebemos todos os públicos. Não existe um público-alvo. <i>Assim, é quem realmente é apreciador de cachaça e até mesmo pra conhecer, né, como funciona.</i> Eu diria que a prestação de cachaça, talvez até fica na quantidade menor, viu? <i>Que massa. Pronto.</i></p>	
<p><b>P3 - Quais os serviços que a empresa fornece ao seu público-alvo?</b></p>	<p><b>E.1.3</b> - é... nós temos o turismo de experiência, você vai ver o processo de produção da cachaça, vai entender a nossa história, que é uma história de empreendedorismo, nós não somos herdeiros, nós construímos isso como também os nossos filhos não vão ter herança porque eles construíram juntos com a gente, e hoje nós já temos um parque ecológico que tem tirolesa, tem ponte do equilíbrio, polo na água, um escorendo, balanço, pedalinho, nós temos um passeio de jipe, dentro da propriedade, são 7 km dentro da propriedade onde você vai ter mirante, onde você vai ter balanço na parte alta, mais alta da propriedade, que você vai conseguir ver as propriedades vizinhas, você passa por plantação de uva, de acerola, de graviola, de pinha, palmeiras nativas, maracujá, cana de açúcar, é uma paisagem belíssima que lembra muito a Toscana, tudo isso já não é mais nosso, é empreendedorismo do meu</p>	<p>Os serviços se encontram atrelados aos produtos, pois o que chama a atenção dos usuários é especialmente o que a empresa tem a oferecer em termos de estrutura, assim, exemplificando os engenhos “o turismo é a consequência da cachaça”. Porquê é a partir da cachaça que o público sente-se motivado a visitar, mas não se resume unicamente a cachaça, pois</p>

	<p>filho, nós temos fábrica de chocolate que é um empreendedorismo da minha nora onde você ver todo o processo de produção do chocolate, de entubar, ou seja, da torrefação da amêndoa, até a barra, com direito a degustação que ta incluso na entrada já, nós temos uma fábrica da triunfo ice, que também não é nosso, já é do nosso filho, é uma bebida extra gaseificada, derivada da cachaça da triunfo que tem apenas 5 e meio por cento de álcool, eu sou da associação Atura, associação turística e cultural de areia, enquanto atura nós estamos com 2 projetos porque a gente não quer que areia seja apenas a capital paraibana da cachaça, nós montamos uma rota do café e nós resgatamos, o café, que foi o auge aqui nos anos 20 tanto aqui como em bananeiras foi dizimado por uma praga e a nossa ideia não é ser grande plantadores, é que todo mundo tenha o café gourmet então, nós financiamos para que a universidade produzisse esse café mais resistente agora, e nós já plantamos o café, já são 2 anos que a gente fez isso, plantamos o café agora, e na plantação a gente já criou o festival do café, o primeiro festival do café, pra comemorar e marcar esse início da plantação, no próximo ano é provável que já tenha alguns frutinhas a gente já faça isso, e a cada ano tenha um café gradativamente mas é pra ser pequeno, coisas pequenos, nós temos também a rota do mel e eu acho que daqui há alguns dias você já vai ter o meliponario do engenho triunfo como já tem dos outros, mas eu to falando de mim, é um meliponario que a atura, a gente também já está, patrocinou um curso para os guias de turismo, ou para as pessoas que trabalham, para receber as pessoas, explicar como funciona essa abelha sem ferrão, pra que serve, tudo coisa ligada ao turismo, e que eu lembre é isso.</p> <p><b>E.2.3</b> - [Cachaça, restaurante e visitação] Vou lhe dá uma ideia de como funciona o nosso serviço de visitação, paga uma taxa para ter acesso, essa taxa é de R\$25,00 reais, a pessoa vai, a gente faz um tour de produção, a gente explica passo a passo de como é feita a nossa cachaça, explica bem direitinho, depois as pessoas vão, depois que sabem como se faz a cachaça, entender um pouco da cachaça, vão para uma lojinha, a gente tem uma lojinha dentro, uma buodega, vão lá para degustar as cachaças, acompanhado com frutas da época, a gente tem lá plantado, a época de laranja, a época de ciriguela, tudo a gente fornece para as pessoas, caldo de cana e rolete de cana, que as pessoas antigamente encontravam, hoje não se encontra, as pessoas degustam e compram ou não a cachaça, terminando isso aí, elas se dirigem para a área de lazer que fica a 800 metros dessa buodega, chega nessa área de lazer, aí tem uma área de muito gramado, com lago, com cachoeira e tal, tem uma trilha, tem o ateliê de arte que minha esposa é artista plástica, ela tem um ateliê de artes, as pessoas vão lá, você pode colocar Malu Ceramista, você pode colocar o Instagram dela e ela também explica como é que faz, porque ela faz aquilo e as pessoas também adquirem peças de arte lá, vende para o Brasil todo e nesse lugar, onde fica o... lá se chama Espaço das Águas, nós temos um espaço grande, um salão e a gente oferece almoço, se for em grupos tem que ser agendado, se for poucas pessoas pode ser alarcate, mas muito limitado porque nós não somos... temos cozinha industrial, é uma coisa muito embrionária, em questão ao restaurante.</p> <p><b>E.3.3</b> - Nós temos um condutor turístico que faz todo o guiamento dentro do engenho, vai na indústria, nós temos o museu do bar e nós temos o restaurante Caçua do Brejo né, então nós fazemos aquele passeio pelo engenho a pé, levando para a indústria explicando como é a industrialização da cachaça, volta e vem para o museu, passa na reserva e de lá tem um restaurante chamado Caçua do Brejo onde servimos almoço, recebemos grupos, temos também um mirante muito bonito a vista por trás, é muito bonita do engenho, enfim, esses são os serviços que prestamos e temos muito cuidado com o receptivo também né, isso também é muito importante.</p> <p><b>E.4.3</b> - [visitação] não tem outro serviço, pegando o segmento né, a gente só tem essa parte de cachaça mesmo, a história Rainha não tem uma segunda linha, nem rapadura, nem outro tipo, nós só produzimos a cachaça Rainha branca (<i>produz a cachaça e acontece também as visitasções né</i>) O turismo é a consequência da cachaça, o turismo é o nosso público alvo, o público alvo é a cachaça, o turismo tá acontecendo por acaso.</p> <p><b>E.5.3</b> - No momento produção de cachaça, como eu te disse, produção e venda de cachaça e a parte de eventos, inclusive fizemos um no sábado.</p> <p><b>E.6.3</b> - <i>Então acredito que a próxima pergunta já tenha sido respondida, porque quais os serviços que a empresa fornece ao seu público alvo. Então o serviço é justamente esse de visitação, não é? Mas eu conheço um pouco sobre o engenho Baixa Verde e lá no Engenho também tem o serviço de guiamento né do próprio engenho? É, com certeza. E aí com isso, o pessoal tinha a curiosidade como foi que</i></p>	<p>quando se fala no ramo da hotelaria e visitação, outros fatores podem ser abordados, como o caso da presença de restaurantes e também atividades atrativas. No setor hoteleiro o foco primordial é na estrutura dos aposentos, assim como nas regalias que a casa/pousada/hotel está disposto a oferecer, portanto, além de um âmbito equipado em termos de estrutura, vale ressaltar a experiência de estar hospedado na zona rural em contato direto com a natureza, incluindo rios, cachoeiras, plantações e animais. Fora todas essas vantagens o diferencial de algumas empresas deste setor é oferecer o café da manhã aos hóspedes e é ainda mais atrativo às empresas que possuem restaurantes próprios, entretanto quando isso não é possível ainda existe a possibilidade de parcerias com outras empresas do ramo alimentício, além das parcerias com empresas de viagens e passeios pelo Brejo para principais pontos turísticos da região, essas empresas que realizam tour pelas cidades investem principalmente na diversidade de carros, pacotes e destinos para visitar. Inclusive, esses destinos costumam ser para lugares culturais e que recorrem a natureza como uma aliada objetivando um turismo de experiência. Portanto, os engenhos entrevistados estão inteiramente ligados ao setor hoteleiro, pois trata-se do mesmo público-alvo, assim, esses lugares abertos à visitação dispõem de parques ecológicos que provocam adrenalina e emoção, e também oferecem espaços para lazer e aprazibilidade. Nessas empresas o usuário tem a oportunidade de conhecer a história do lugar, comprar os produtos fabricados e ainda desfrutar de restaurantes instagramáveis, para isso alguns guias turísticos reúnem famílias ou turmas e realizam os passeios em parceria com as empresas envolvidas na rota e também com a casa/pousada/hotel. Outras informações adicionais é que algumas empresas que trabalham diretamente com o turismo fazem parceria com a ATURA que é a Associação Turística e Cultural de Areia para capacitações e orientações, além disso os provedores afirmam que</p>
--	---	--

	<p>começou, como foi construído, o ano e começaram a surgir perguntas e curiosidades, que aí a gente terminou, justamente, com o aumento do fluxo de visitas, precisou ir justamente ir capacitando os guias para eles poderem contar a história né, e daí surgiu a questão daquele teatrinho pra justamente remeter um pouco de algumas como era antigamente mesmo né... <i>Ser um diferencial né...</i> É, um diferencial, exatamente. (Passeio a cavalo também)</p> <p><b>E.7.3</b> - <i>Você já falou que fornece o serviço de guiamento dentro do engenho, fornece também serviço de restaurante, tem o parquee tem algo a mais que vocês oferecem?</i> Não, é a visita guiada, a degustação, o restaurante. Uma sala de degustação com vista panorâmica do lado da natureza. O espaço kids, apenas isso. Antes, antigamente, nós fornecíamos trilhas, ecotrilhas, mas devido à mudança do local, os locais que tinham cachoeiras hoje não tem mais. <i>Entendo.</i></p>	<p>existem alguns eventos durante o ano que proporcionam um fluxo maior de pessoas, como o Festival do Café, a Rota do Mel e a famigerada Rota Cultural Caminhos do Frio que abrange nove cidades do Brejo Paraibano, também podemos destacar as datas comemorativas que modo atípico trazem muitos turistas para a região, em especial o São João de Bananeiras, que é o maior São João do Brejo, trazendo economia não somente para a cidade, mas para todas as cidades circunvizinhas que possuem atrativos turísticos.</p>
<p><b>P4 - Quais são os benefícios que os clientes têm ao utilizarem os serviços fornecidos pela empresa?</b></p>	<p><b>E.1.4</b> - Nós temos 20% do faturamento da empresa o turismo, mas não é só isso, é porque o turismo ele é uma cadeia muito grande que ele vai beneficiar toda uma comunidade mesmo que aquela comunidade não entenda que esteja sendo beneficiada, por exemplo, a farmácia, eu não vou falar de restaurante, citar porque essas pessoas entendem que são beneficiadas, mas eu tô falando de oficina de carros, eu tô falando de... todos os outros serviços que o turismo impacta, e o bacana do nosso turismo, é porque nós decidimos que nós somos um turismo responsável e consciente, e pra ser responsável consciente nós não damos brecha a investidores, todo turismo que você vê em areia, quem está ganhando dinheiro é o local, proprietários são os locais e nós compramos tudo dos produtores locais, nós lavamos as roupas dos hotéis e pousadas, no, da lavanderia local, nós consumimos todos os produtos locais e a gente fica mandando um para o outro, por exemplo aqui no engenho, eu já tenho a grata satisfação de ter sido pioneira disso tudo, de ter inventado tudo isso, mas que as pessoas acreditaram em mim e só de engenhos nós temos mais 5 pra visita e aqui quando você chega tem plaquinha agradecendo porque veio a visita e tem plaquinha mandando você visitar os outros, porque somo a capital paraibana da cachaça, como também temos placas dizendo que se você for pra o litoral da paraíba, então você pode visitar o engenho Baraúna, e lá no engenho Baraúna tem uma plaquinha dizendo pra vir visitar o engenho Triunfo.</p> <p><b>E.2.4</b> - Primeiro um pouco de cultura, você chaga lá tem história, porque é bonita a história, nós temos um prédio de 1928, nós temos toda uma história e é cultura, você vai aprender como é feita a cachaça, a gente explica desde quando é cultivada a cana, até ela sair a cachaça então é uma aula de como produzir cachaça, um pouco de aula de química, além do lazer e do prazer das pessoas terem contato com a natureza, foco na experiência, é uma experiência muito bacana, eu acho que essa é a maior coisa que a pessoa pode levar.</p> <p><b>E.3.4</b> - Primeiramente o conhecimento sobre a industrialização da cachaça né, isso é muito importante porque eles têm muita curiosidade em saber como se fabrica a cachaça e modéstia parte nós temos uma pessoa muito preparada que dá praticamente uma aula de como se fabrica a cachaça, o benefício é o laser, a natureza, nós temos uma paisagem muito bonita, nós temos um pôr do sol muito bonito, conhecimento e diversão, porque o restaurante nós temos o forró do turista né, o nosso restaurante é todo rústico, a gente oferece também uma volta ao tempo, como as pessoas viviam antigamente no sítio, a nossa proposta é essa, é mostrar a industrialização, é mostrar o turismo rural né, que graças a Deus, que graças a Deus Areia se destaca muito no turismo rural e deixar o turista feliz né, o importante quando a gente sai de casa é ser feliz né.</p> <p><b>E.4.4</b> - Vamos pegar o benefício maior, é o conhecimento, a pessoa vem conhecer a cachaça Rainha, conhecer a história de patrões, de funcionários, o ponto histórico dela né, é o que mais o pessoal gosta, você vem numa empresa e ver a parte social da empresa, que todo mundo trabalha legalizado, o pessoal se beneficia, tem direito ao décimo terceiro, o terço de férias, ver tudo legalizado, tem direito a um atestado médico, tem direito a se afastar, muitas vezes o cara tá doente, tá doente!?! Precisa de atestado não, vá para casa, precisa de atestado não, se amanhecer bom venha, se não amanhecer vá para o médico, porque a gente também trabalha com essa questão chamada consciência. <i>(Na visita em si, eu até arrisco em dizer que é uma visita bem completa né, o senhor explica como é o processo...)</i> É porque assim, eu</p>	<p>O principal benefício apontado é o contato direto com a natureza e o desligamento intrínseco que esses lugares propiciam, a desconexão de alguns indivíduos com as redes sociais e os problemas diários são deixados de lado quando se trata das hospedagens e passeios turísticos, mas é evidente que os usuários buscam registrar esses momentos para realizar pôsteres em seguida e divulgar a experiência vivenciada. A natureza proporciona algo além das paisagens instagramáveis, pois é possível que os usuários desfrutem dos recursos naturais, como a água dos rios e lagoas, os animais de montaria, as frutas e o que os provedores são capazes de fabricar com esses recursos para oferecer aos hóspedes como forma de gentileza. “desfrutar tanto das frutas da estação, quanto das hortaliças, como toda dessa parte de produtos que a gente fabrica lá no sítio, doces, bananinhas desidratadas, licor, alguns produtos na área de alimentação que são característicos de receitas de famílias que a gente normalmente faz e oferece para os hóspedes como mimo, entende!?! Então é uma hospedagem mais afetiva dentro de um contexto simples, mas com conforto e praticidade.” Em razão das frutas da estação, os donos de engenho também costumam utiliza-las, mas para degustação durante os passeios. Outro aspecto de valor nessas organizações é relativo à estrutura do local, o que envolve questões relacionadas à segurança e cômodos mobiliados</p>

	<p>tenho turista lá, a gente é uma pessoa para cada tipo de turista, porque por exemplo, o turista chega lá para visitar, eu não vou lá dá uma aula, a gente conta o básico, a história e eles querem ver essa parte de armazenamento, eu não vou mostrar a parte de fermentação, eu não interessante, eles não sabem, eu não vou falar da parte de fermentação, eles não sabem nem o que é isso, depende do público que chega lá, por exemplo, um curso de Administração, eu tenho que tá alinhado com vocês, o curso de Agroindústria, eu preciso tá alinhado com os pensamentos deles né, o curso de Ciências Contábeis, eles estão preocupados com a parte econômica da empresa né, Agronomia eles querem ir pra campo, eles não querem nem ficar na indústria, é o perfil deles, o pessoal de Agronomia não querem ir para o engenho, querem ir pra cana, tempo de plantio de cana, a parte de adubação. Pronto, teve uma menina que veio acompanhar o plantio, um produto, que ela é Agrônoma e é responsável por essa área, vai lá pra visita, é um tipo de visita.</p> <p><b>E.5.4</b> - Mulher, como eu te disse o serviço é vender cachaça, a gente não tem serviço, são bens né, a gente trabalha com bens né e não com serviços. <i>(Mas assim, em relação a visitação, quais são os benefícios de eu visitar aí, por exemplo?)</i> Então, a visitação da gente comparada aos engenhos de Areia, a visitação da gente é bem sucinta, não tem os atrativos que, por exemplo, o Engenho da Triunfo tem, a gente é um galpão, você conhece a cachaça, o fluxograma né, todo processo produtivo e tem a degustação e só.</p> <p><b>E.6.4</b> - Eu acho que o benefício principal é justamente essa volta ao passado no sentido assim... de como era o engenho antigamente, de como era uma estrutura assim que tenha casa grande, senzala, engenho... tudo funcionando né, ainda de pé hoje em dia, porque realmente são poucos, principalmente no nordeste assim... <i>mas tá tendo uma exploração legal, alguns como o engenho da Triunfo, por exemplo.</i> Isso, com certeza. Exato. Mas assim, a diferença é assim, justamente, o Triunfo é lindo, bellissimo, maravilhoso, mas assim, já tem outra conotação no sentido de que: eles fizeram... nosso engenho já tem 140 anos, então assim, o foco da gente é mais pra visitação né contando essa história remetendo ao passado, e a Triunfo é maravilhosa, eu amo, bellissima, e eu acho o trabalho de Maria Júlia, assim... exemplar... ela é realmente um exemplo da gente seguiu-la. Inclusive muitas coisas assim, muitas dicas, já entrei em contato com ela pra pegar e tudo, se você colocar assim: a Triunfo desaparecer hoje, ela ergue a Triunfo toda de novo, eles lá né, com certeza. Então assim, acho o trabalho deles incrível, admiro demais, eles, com certeza, e assim, justamente, o bom é isso, porque cada, digamos assim, cada cidade ali já tá vendo o seu, né, digamos assim: Areia tem eles que é maravilhosos, tem outros engenhos também lá, Serraria tem lá Baixa Verde, Pilões tá lá crescendo o turismo, tá ficando muito inxiridinha né, muito bonitinha, tem o museu que eu nem conheço, mas que todo mundo fala, muito bellissimo, ficou bem interessante. Bananeiras nem se fala né, tem n coisas pra hoje você né, chamar o turista pra lá, então graças a Deus é uma região que tá crescendo muito, se desenvolvendo muito nessa questão do turismo e que bom que a gente tá ali juntinho né.</p> <p><b>E.7.4</b> - Olha, conhecimento, né? Conhecer a cachaça, ver a diferença de como é feita realmente uma cachaça de qualidade, não uma cachaça feita de forma industrial para todo mundo, a gente sempre prezou muito pela qualidade da cachaça, Então a cachaça... Um destilado bem feito, ele é melhor até para a sua saúde, pode parecer uma... Mas é melhor para saúde um destilado que é bem cuidado, um destilado bem feito. Então são benefícios de cultura, ver como é feito a cachaça, apreciar uma boa cachaça. Lá também tem um clima, você tem um contato muito com a natureza lá. O local é berborizado. Em 2004 teve uma barragem em Camará que estourou, que inundou quase toda a parte de Alago Grande e o nosso engenho foi totalmente impactado né. Fizemos um reflorestamento, o nosso engenho ele é totalmente sustentável. Então, tudo que é de resíduo é reaproveitado, ele foi o primeiro engenho do Nordeste a funcionar 100% por placas de energia solar. Então tudo ali... Ele é bem sustentável... Outra diferença, os clientes eles não conseguem chegar até lá, mas somos um dos poucos... Uma das poucas cachaças que produz a própria cana de açúcar, então ele gera a matéria-prima que nós utilizamos. <i>Aí só pra gente, tá ótimo suas respostas, só pra gente ficar alinhado o meu trabalho é mais voltado mesmo a essa questão da visitação, certo? tanto que a visitação hoje em dia ela é vista como um serviço, né? porque tem toda essa questão do guiamento o restaurante tem a sua parte do serviço, né? Serviço dos garçons, enfim..</i></p>	<p>atendendo as principais necessidades dos usuários. Os restaurantes presentes no setor de hotelaria ou passeios, por exemplo, gera um diferencial maior em comparativo com outros estabelecimentos porque os usuários tendem a permanecer um período de tempo maior na localidade, além de continuar consumindo os produtos e serviços oferecidos. Para chamar a atenção de um público maior de pessoas, os restaurantes costumam trazer atrações musicais e decorações diferenciadas para cada época do ano. Outro benefício citado é o conhecimento que os turistas adquirem nos passeios, como por exemplo, o processo produtivo da cachaça, outro benefício é o entendimento da cultura local, sem contar o atendimento de qualidade que as empresas entrevistadas fornecem, o qual concede gentileza, afeto e cuidado com o turista, assim, gerando um valor ainda maior aos serviços. Por outro lado, na ótica do provedor, um dos maiores benefícios alcançados com o fluxo de turistas é o movimento da economia local, pois a permanência dessas pessoas na cidade reflete nos postos de gasolina, super mercados, farmácias e afins.</p>
<p><b>P5 - Você identifica alguma dificuldade dos clientes na</b></p>	<p><b>E.1.5</b> - Dificuldade que cada dia está melhor, mas por muito luta é que o paraibano não quer pagar, eles querem ir pra gramado, eles gastam muito dinheiro lá fora, na Europa, quando chegam aqui eles não querem</p>	<p>De modo geral, os turistas apontam dificuldades com relação ao acesso, em termos</p>

<p><b>utilização dos serviços fornecidos pela empresa? Quais?</b></p>	<p>para, então eles querem sempre dar um jeitinho de entrar sem pagar, é.. mas eu sou uma pessoa empoderada que eu sei da minha responsabilidade, eu sei do meu valor e sei que a taxa que eu estou cobrando ainda é muito baixa, mas compreendo a responsabilidade que a pessoa tem quando a gente inventa, inova, não existia isso aqui, na minha cidade até 2006 se produzia riqueza através de produção de cana de açúcar, muito funcionário público, e o pequeno comércio, não existia tudo isso se não paga, não existia tudo isso porque se você não paga não tem turismo, e aí hoje pra você ter ideia, em 2006 a gente tinha 60 leitos na cidade, hoje nós temos mais de mil, e com perspectiva de muito mais, então isso é a maior dificuldade, é o paraibano querer pagar.</p> <p><b>E.2.5</b> - Não, veja bem, sou publicitário e o que eu careço lá é de publicidade por incrível que pareça e eu tenho um dilema, se eu for divulgar muito, eu vou ter gente demais e não vai prestar um bom serviço, então eu prefiro da forma que tá, vamos supor, o dia que eu tive mais gente lá foi 86 pessoas, mas o normal é 20 pessoas, 30 pessoas, principalmente finais de semana e feriado. É um negócio muito organizado, as pessoas vão com família, posso até lhe dar algumas fotografias, vídeos de lá para você.</p> <p><b>E.3.5</b> - Até aqui não, a dificuldade que eu encontro é a questão por ser longe da cidade, 16 km da cidade, aí as vezes muitos grupos chegam em Areia e não vão porque, perde muito tempo vindo para o engenho né, porque é longe, mesmo assim o nosso público é bem satisfatório, sabe!?</p> <p><b>E.4.5</b> - Sim, porque na verdade tem a curiosidade né, o curioso ele quer aprender e para você aprender produzir cachaça, você leva longos anos, você termina o curso de Agronomia, você chega lá e ver tudo diferente, eu quando cheguei no engenho, eu trabalhava em usina, tem um perfil diferente do engenho, o perfil de trabalho é totalmente diferente. É cada tipo de visita, tem gente que vai lá tirar uma foto "ah, eu vim tirar uma foto aqui pra botar nas redes sociais" vai lá senta no banco com a família e não quer nem saber da gente, ele quer fazer as coisas do jeito dele. <i>(Daí existe a dificuldade desse pessoal para fazer a visitação? No caso é como o senhor disse né, é justamente, alguns não vão tão interessados assim em conhecer os processos e tudo, normalmente só vão mais para tirar uma foto).</i></p> <p><b>E.5.5</b> - Não não, primeiro que a localização do engenho é excelente né, já é um ponto positivo para a gente, tá bem localizado, tá bem no centro do coração de Bananeiras, aí creio que não tenha nenhuma dificuldade não, os horários da gente são bem flexíveis também.</p> <p><b>E.6.5</b> - Olha... assim... alguns assim... a gente que ainda é... ainda vai melhorar muita coisa, como eu te disse, eu peguei um bonde andando né, Geraldo tinha toda uma... infelizmente aconteceu, esse imprevisto né, dele não tá mais aqui, porque ele assim, vestia a camisa de uma forma que você nem imagina, como ele amava contar a história e como ele... ele... chegava e contava 50 mil vezes ali pra cada turista que chegasse, ele fazia a questão de ir lá e contar e conversar, de introduzir né. Ele com os guias, "olha, você vai ser guiado por esse" e assim dentro da possibilidade, ele estando lá, mas assim, o que eu acho que... o que talvez... é... aquela questão de você ter como fixar o guia lá, assim, do grande pessoal que já mora lá na fazenda, a rotatividade é grande, entendeu? Então de qualificar, realmente, os guias pra que fique, porque quanto mais eles perto do lugar dele lá, melhor ele vai atender ao público, melhor ele vai ter mais... mais... confiança, sabendo do que tá contando, entendeu? Então eu acho essa dificuldade, é... não sei se os clientes notam, mas eu como... <i>Administradora do local.</i> Administradora, exato. É tanto que a gente já falou até... assim... Regina do Sebrae, já entrei em contato com ela. A gente tá pra fazer um novo treinamento com os guias, pra realmente quem tem interesse de realmente de ficar como guia. Porque assim, a gente capacita né, eles estão sabendo a história tudo direitinho, aprende a guiar e tudo, aí parece uma coisa. Aí sai, entende? Então essa dificuldade tá sendo pra mim e eu acredito que talvez alguns turistas sintam também, né... <i>Entendo, não é um feedback que eles passam, mas é uma coisa que talvez você sinta...</i> Eu acho que talvez assim, vocês aí, até vocês... pronto, outra coisa... claro que a gente...</p> <p><b>E.7.5</b> - Não, não. A única dificuldade que tem, às vezes, é a questão mesmo do... Não, não tem. Não tem. Não encontro nenhuma dificuldade lá não.</p>	<p>de danos nas estradas e a pouca iluminação, tudo isso em razão do deslocamento da cidade para a zona rural, no entanto, uma solução frequentemente apontada pelas empresas sítiantes é concertar esses acessos de modo autônomo. Outra queixa frequente a esses lugares turísticos é quando existe a ausência de café da manhã nas pousadas e restaurantes e hotéis nas proximidades aos pontos turísticos. Mesmo perante a essas circunstâncias, os provedores afirmam uma demanda grande de turistas, de modo que os investimentos em divulgação, por vezes, são limitados, tendo em vista o risco de superlotação e acarretamento na baixa qualidade do serviço. O setor de hotelaria ainda aponta que costumam encarar dificuldades em relação à reservas realizadas sem antecedência e inconsciência da distância referente a zona urbana. As preocupações dos usuários costumam ser respectivas com a segurança do local, pois geograficamente se encontram mais próximos a natureza e mais distantes dos condomínios tidos como exemplos de segurança e conforto, mas os provedores sempre os asseguram com câmeras e seguranças noturnos.</p>
<p><b>P6 - A empresa tem como captar a satisfação dos usuários com os serviços? Como?</b></p>	<p><b>E.1.6</b> - Tem meu amor, porque quando o cliente não gosta ele diz na cara, você tá pensando que eles são educados, é não meu bem, pra você ter ideia é, do nosso nível, eu convido você pra vir nos visitar, o consul, o consul do Japão que está em Recife, ele veio pra areia visitar o engenho triunfo, ele não veio pra visitar a cidade de areia e eu o recebi como recebo qualquer turista e disse isso pra ele, pra ele entender a nossa cultura, e ele quase não vai embora, ele amou, então, hoje as redes</p>	<p>De modo geral, os provedores entram em contato com os usuários depois da utilização dos serviços para captar a satisfação através de um feedback, no entanto, essa atividade não costuma ser</p>

	<p>sociais são muito fortes, então você tem essa satisfação muito grande, pra você ter ideia, moça bonita, é bom você dar uma olhada como que a gente funciona, e eu posso te passar isso, agora mesmo passar, como se você fosse uma cliente, quando acabar aqui eu já te passo, então você paga uma taxa de 25 reais por pessoa mas você tem direito a tomar caldo de cano a vontade, suco a vontade, água a vontade uma posição de convite com a triunfo, uma dose de triunfo e um chocolate na fábrica de chocolate Engenho Cacao para as crianças a gente oferece picolé.</p> <p><b>E.2.6</b> - Nós não temos formulário, agora a gente tem o hábito de não só eu quando estou lá, mas os meus colaboradores de pegar o grau de satisfação e acompanhar nas redes sociais as postagens das pessoas, então até hoje só elogios e as pessoas voltando e levando mais outras pessoas, indicando, então a maior fonte de publicidade nossa hoje, que tá mais levando pessoas lá, são as indicações de quem já passou por lá.</p> <p><b>E.3.6</b> - Nós temos o Instagram, bastante comentários positivos, tanto do nosso restaurante, principalmente do nosso receptivo, então assim a gente vai se baseando nisso aí, eu me baseio muito nisso.</p> <p><b>E.4.6</b> - Temos sim, até porque, sabe como é feita essa captação!? Eu conheço vários turistas que vão lá e já voltaram várias vezes e vem com família diferente, nós temos um exemplo lá, um rapaz do Ministério do Trabalho...!? Agricultura! Gil Mendes, ao longo desses anos que eu tô lá, ele começou a fazer visita lá, já vinha antes, aí todo ano ele sempre vinha fazer visita, Gil Mendes, e ele sempre tá lá com gente de amigo dele para conhecer a Rainha, ia lá como funcionário do Ministério da Agricultura, ele hoje vai como turista e ele leva gente, se empolga em mostrar, antigamente o caba ficava cismado, via ele como fiscal, mas hoje ver ele como amigo, um dos exemplos né, tem gente que chega lá com um pessoal, depois chega lá com a mãe "olha, vim te mostrar a Rainha aqui" a gente fica tão feliz porque sabe que tá indo no caminho certo. <i>(No caso, vocês percebem em ações dos próprios visitantes né, em trazer mais pessoas)</i> Perfeito, perfeito! Até para as pessoas, "ah, conheço o senhor, num lembra de mim não, já lhe vi umas três vezes" aí assim, eu não tenho como gravar as pessoas, porque são muitas, são milhares né.</p> <p><b>E.5.6</b> - Tem, através do Instagram, é nosso meio de comunicação com o público, a gente sempre pede feedback, as vezes que as empresas que a gente interage sempre estão perguntando fazendo o pós venda né.</p> <p><b>E.6.6</b> - Eles dão feedback justamente no Instagram, então muita gente fala, comenta tudinho, então assim, esse feedback que a gente tem é através deles mesmo ou então justamente, com alguma queixa ou elogio que eles fazem diretamente ao pessoal que tá lá.</p> <p><b>E.7.6</b> - Assim, nós por muitos anos inovamos e ultimamente nós estamos com algumas ideias de inovar mais ainda a parte do turismo. O último investimento que fizemos agora foi realmente esse espaço kids que a gente viu a necessidade, que são as crianças, então construímos um espaço bem legal, um investimento bem legal para as crianças e futuramente pousadas, nós pensamos em fazer também.</p>	<p>realizada de modo formal, mediante plataformas com perguntas padronizadas, mas sim através de outros fatores abstratos, sendo eles relacionados a observações informais do comportamento do turista simultâneo à utilização dos serviços e até mesmo do hábito que estes possuem em indicar os serviços para os familiares e amigos, inclusive leva-los aos respectivos lugares. Outro método de observação, é acompanhar os seguidores do Instagram, com a finalidade de receber tais feedbacks. Ainda de modo informal, os provedores costumam indagar de forma natural face a face o que os usuários acharam do serviço ou se eles têm sugestões de melhorias, essa abordagem também é realizada por meio do WhatsApp e Instagram, logo após os turistas deixarem os estabelecimentos. A pequena minoria dos entrevistados apresentaram meios automáticos e de caráter formal para a captação da satisfação dos usuários, os quais dão com mais clareza, uma avaliação em porcentagem, sendo eles: o Google Maps, Airbnb e Booking. Os dois últimos também permitem reservas de acomodações, além proporcionar transparência aos usuários sobre elas, consequentemente há uma geração de valor mais acentuada para essas empresas.</p>
<p><b>P7 - Acredita que a empresa está inovando os serviços ao decorrer do tempo?</b></p>	<p><b>E.1.7</b> - [Está inovando]</p> <p><b>E.2.7</b> - Apesar de ser um serviço, eu posso até dizer assim, muito básico, onde você é atendido bem, o cara já tá muito satisfeito porque aqui no Brasil a gente... 90% dos lugares que a gente anda as pessoas atendem a gente com um meio cara feia, às vezes a gente "cara eu não venho mais nesse restaurante, o cara me atendeu mal, o cara abusado" lá, do vigilante, todo mundo lá, tem treinamento para atender as pessoas da melhor forma, mesmo que as pessoas em algum momento serem grossas, tiverem erradas, a gente até para repreender essa pessoa, se for arrancar uma planta, uma flor, as vezes tem gente que joga papel, saco de lixo no chão "você esqueceu isso aqui" mas muito educado, brinca, "vai botar isso aqui no lixo". Então a gente tem todo um tratamento voltado para atender o turista. Não deixa de ser uma inovação, agora o que é inovação pra gente? E tem inovação ali de produção de cachaça, eu faço uma cachaça que a gente vai começar a inovar na cultura da cana, na roça, a gente tem um processo de fermentação da cachaça, minhas leveduras elas passam 24h escutando música clássica, isso é um diferencial turístico, porque hoje o pessoal já tá usando música clássica em criação de abelhas, de flores, em vacarias, porque os animais ficam mais tranquilos, a gente tem todo um cuidado com a natureza, não deixa de ser uma inovação grande, nós temos lá 110 hectares, dos quais 60 são de mata nativa, lá usa muito pouca propriedade, usamos nem 20% da propriedade, 20 e poucos por cento da propriedade, é tudo mata e preservação.</p> <p><b>E.3.7</b> - Eu acredito porque só fazem 2 anos que estamos abertos para o turismo e nós começamos com praticamente nada só com a coragem e hoje eu já montei uma estrutura toda de...</p>	<p><b>P7 + P8</b></p> <p>A maior parte das inovações no setor de hotelaria e passeios turísticos estão relacionados aos produtos e processos, desta forma, refletem intuitivamente no melhoramento dos serviços dessas organizações. As inovações que serão destacadas posteriormente não estão limitadas ao uso de tecnologia, mas a algumas implementações relevantes para as empresas, especialmente à melhoramentos incrementais relativos à infraestrutura dos estabelecimentos, provocando ainda mais um apelo visual ao âmbito natural, o qual refere-se a reformas que possuem a finalidade de proporcionar espaços mais abertos e com designs mais rústicos, como também a preservação e utilização sustentável de água</p>

	<p><b>E.4.7</b> - Claro que sim, isso é um passo a passo que a gente tem visões futuras né de ampliar, melhorar, a gente agora tá murando o engenho, nós estamos fazendo área receptiva de cana, estamos fazendo um galpão atrás, quer fazer uma um forrozinho de João João, não é bom!? A gente tem esse perfil de melhorar, quando você for lá encontrar uma novidade "ah, eu vim e isso aqui não tinha" quando você não modifica, você não acompanha a modernidade não.</p> <p><b>E.5.7</b> - Eu creio que sim, que nós começamos só com um sabor de cachaça e hoje nós temos quatro e em embalagens distintas e a gente tá sempre buscando melhorar e inovar.</p> <p><b>E.6.7</b> - Olha, como eu lhe falei, como eu peguei praticamente no início ano, eu ainda tô reestruturando minha vida como um todo, entendeu? Então assim, qual foi o foco? Como eu sempre disse aos meninos também: "gente, olha, aconteceu isso, Geraldo não tá mais aqui com a gente, então assim, a gente vai fazer esse... esse primeiro ano funcionar da melhor forma possível, mas vamos se adequando, é pra mim também uma experiência, porque eu também estou... entrei... digamos assim, pra administrar uma coisa que era totalmente fora do meu, da minha... <i>Rotina</i>. Exato. Porque eu sou da área da saúde, então é completamente diferente, vivi a minha vida toda trabalhando num setor, né? E aí isso, apesar de tá acompanhando Geraldo pra cima e pra baixo, mas é diferente de você tá só como acompanhando e em seguida ter que assumir, então assim, inovações realmente não deu tempo, a gente manteve o que já tinha e digamos que tá sendo esse primeiro de experiência, sem ele né. <i>Pra manter realmente o que já tinha sido feito</i>. O que já foi plantado, exatamente, a gente tá mantendo e assim, e graças a Deus, às visitas só aumentam, graças a Deus. Eu acho também que isso é reflexo da redondeza como um todo, de Bananeiras também, que assim, investe muito nessa parte de turismo e tudo. Digo assim Graças a Deus, que bom, porque quanto mais vocês crescem, melhor, porque aí sobra pra gente um pouquinho também.</p> <p><b>E.7.7</b> - <i>Então, essas foram as principais inovações, né? O espaço kit, teve a questão da construção do restaurante também, não é isso?</i></p>	<p>potável e energia solar. Outras inovações mencionadas fazem alusão a padronizações de processos e como eles podem gerar diversidade para os usuários, como os vários modelos de reservas que podem ser oferecidos a estes, tornando-se capazes de serem realizadas pessoalmente e por plataformas digitais, como também referentes a variável tempo de estadia na acomodação. Uma segunda vertente são as inovações nos produtos, pois há empresas que buscam evoluir na diversidade de produtos ofertados para atrair um público diversificado de usuários, ampliando as possibilidades e há provedores que optam em agregar valor ao produto já existente, voltando os investimentos unicamente para este. Ideias que permitem um contato intenso com a natureza são bem vindas na ótica dos usuários, como o caso de estruturas instagramáveis ao ar livre, carros abertos para passeios e acessibilidade. Além do melhoramento concreto de itens para uma melhor experiência, os provedores costumam investir em capacitação de pessoal para atender de modo especial e acolhedor os turistas, essa ação, no entanto, pode ser vista como uma estratégia de fidelização dos usuários, por conseguinte, o que chama atenção desse público são as inovações em datas comemorativas. Os provedores buscam se diferenciar das empresas que prestam serviços similares e além disso, buscam realizar coisas diferentes, no que se refere a variedade, atividades e decoração do ambiente, assim é comum que na revisita, o usuário adquira uma experiência diferente ao encontrar algo novo no lugar de costume. "A gente tem esse perfil de melhorar, quando você for lá, encontrar uma novidade "ah, eu vim e isso aqui não tinha" quando você não modifica, você não acompanha a modernidade."</p>
<p><b>P8 - Quais as principais inovações ou melhorias implementadas nos últimos anos?</b></p>	<p><b>E.1.8</b> - Então meu amor, as principais foi a mudança do local, hoje a gente tem um local de melhor acesso, próximo ao hotel triunfo, próximo ao portal da cidade e nós pavimentamos a estrada, então você não tem estrada de terra, você sai do asfalto e já entra no calçamento, nós temos toda uma estrutura de um parque com mobilidade, qualquer cadeirante pode ver todo o processo de produção da cachaça, tem acesso a rampas em todos os lugares, é... nós temos um parque enorme, e investimos cada dia, cada dia, cada hora em mais um lugarzinho, instagramável em, novidades das cachaças, agora nós lançamos, em abril nós lançamos o run da triunfo e agora nós lançamos o whisky que é o primeiro whisky da paraíba.</p> <p><b>E.2.8</b> - Atendimento, a gente tem passeio de cavalo, tem até uma reforma lá, a gente tem passeio de quadriciclo, tem as trilhas e olhe, se quiser fazer um casamento, eu faço, se quiser fazer um batizado, eu faço, a gente tá aberto a tudo para atender bem.</p> <p><b>E.3.8</b> - Esse museu do bar não existia, o restaurante não existia, tinha o salão do restaurante mas nem os vidros tinha, tudo foi montado depois que eu abri para o turismo. <i>(No caso as melhorias implementadas durante os anos foram justamente essas né, na infraestrutura)</i> já a infraestrutura toda já foi um retorno do fluxo de turismo.</p> <p><b>E.4.8</b> - Até porque nós somos ainda semi artesanal, a gente tem que manter essa tradição "não porque vocês não aumentam isso aqui!?" "Não, a gente não quer aumentar a indústria e sair do artesanal, "ah, a marca mudou, vamos divulgar isso aqui, fazer ela crescer" aí cresce a empresa, mas o produto não acompanhou, mas o produto principal é a cachaça, quando o cara ver a cachaça modificada, ele não vai querer mais a cachaça, avançar de um lado e atrasar do outro, mas deixa ele devagarinho. <i>(Mas aí teve melhorias implementadas durante todos esses anos!?)</i> Isso, mas sem mexer na questão artesanal. <i>(E assim, em questão a visita, teve alguma mudança?)</i> Teve sim, teve a parte turística que você viu, é bodega o nome, o pessoal tá lá, o balcão, feito tudo de madeira, aquele balcão ali foide um navio que naufragou, aquele balcão super pesado, aquela madeira, aquelas bancas lá são tudo aproveitadas, que nós aproveitamos, até para não fugir do original né, vamos botar as coisas ali dentro do engenho, como uma vitrine de vidro como essa aqui "oxente, aquele negócio ali tá errado" entendeu!? A gente aproveita o que tem lá, melhorar!</p> <p><b>E.5.8</b> - [novos sabores de cachaça] teve a questão da visita não, teve em questão a infraestrutura da empresa.</p> <p><b>E.6.8</b> - <i>Só que aí a senhora já explicou que tá mantendo o que já tinha sido implementado antes, mas tá mantendo coisas que foram inovadas ao decorrer do tempo: implantação de guia, a implantação do teatro</i></p>	

	<p><i>que é uma coisa diferente.</i> Justamente, no decorrer do anos, digamos, na pandemia, é isso que foi introduzido, porque no caso foi Geraldo que já tinha introduzido. <i>No caso a senhora disse "no início da pandemia" a senhora lembra mais ou menos qual o ano que realmente iniciou as visitas? Se foi 2020, 2021...</i> Eu acho que foi de 2020 pra 2021, eu não tenho tanta certeza assim, mas foi exatamente isso, 2020 pra 2021.</p> <p><b>E.7.8</b> - É, nós tínhamos até pouco tempo uma caixinha, né, que o pessoal podia colocar sugestões, mas hoje em dia é pouco usada, sabe, essas caixinhas. O pessoal hoje comenta mais pelo Google, né, e tem o feedback pelas redes sociais. Eu acredito que hoje, mas a caixinha... ela foi utilizada, tiramos só por questão de manutenção mesmo, mas é algo que vai ser colocado novamente. <i>Ah, o feedback face a face também, eu acredito que possa acontecer bastante, né?</i> Sim sim, acontece. <i>Quando a gente está satisfeito, ele às vezes fala na hora.</i> Sim, com certeza, com certeza.</p>	
<p><b>P9 - Quais os canais que são utilizados para interagir/captar as percepções dos usuários?</b></p>	<p><b>E.1.9</b> - Além de ser face a face. Instagram, Facebook, WhatsApp, pra você ter ideia, eu tenho 5 listas de transmissão, fora todos os grupos que eu estou atrelada.</p> <p><b>E.2.9</b> - Boca a boca e o pessoal diz naturalmente "olhe, foi fantástico, vou trazer meu pai, vou trazer minha mãe. Olhe, que lugar! Nem parece que a gente tá no Brasil!" São as frases que a gente ouve no dia a dia.</p> <p><b>E.3.9</b> - É mais no boca a boca, tem o Instagram e o Google.</p> <p><b>E.4.9</b> - [boca a boca] bem, tudo o que a gente faz é bem pensado, o canal da gente visitar o pessoal é o próprio Instagram da Rainha, o WhatsApp, a gente não quer botar, por exemplo, a Rainha em um patamar de divulgação maior já preocupado com essa questão da nossa produção, nós temos uma produção muito limitada. <i>(Em dá conta da demanda né!?)</i> Vamos botar ela em um comercial de televisão, nós não vamos ter cachaça para vender, se a demanda não dá, nós vamos ter que fazer o que!? Aumentar o preço para conter as vendas. <i>(É até aquela questão também queo senhor falou, queela passa um tempo envelhecendo)</i> Isso, vamos pensar o seguinte, aí nós aumenta o preço, nós vamos tirar o consumo daquele pessoal que divulga a marca, aí nós fazemos tudo isso e não pode beber mais, aí você ver uma cachaça em Minas Gerais, são cachaças caras, aí o que acontece!? A gente pensa dessa forma. Tá dando certo? Tá! Entendeu!?</p> <p><b>E.5.9</b> - No momento só Instagram ou pessoalmente, ou direto aqui no engenho, é como eu te disse no final da visita e a distância é nas redes sociais né, no Instagram.</p> <p><b>E.6.9</b> - É Instagram, a gente também os panfletos que a gente distribui por exemplo, em alguns locais né? Tem lá, mas também por exemplo aqui no Centro Turístico a gente sempre deixa por lá, em Bananeiras, às vezes a gente também deixa, no pessoal até que já tem parceria com a gente né, que sempre leva visitantes pra lá.</p> <p><b>E.7.9</b> - <i>Vocês têm uma rede social...</i> É, rede social. <i>No caso, o Instagram, o WhatsApp.</i> Isso, exatamente. <i>Pronto.</i></p>	<p>Os principais canais de interação são: WhatsApp, Instagram, avaliações no Google e principalmente face a face.</p>
<p><b>P10 - Poderia citar algum exemplo de algo sugerido pelos usuários e que foi implementado?</b></p>	<p><b>E.1.10</b> - Várias coisas, como por exemplo ter uma cachaça mais suave, aí a cachaça não pode ser mais suave, então se criou a triunfo ice, as pessoas diziam assim "aah mas aqui está perfeito, só falta chocolate pra ser gramado" então a minha nora fez a fábrica de chocolate, então assim, são muitas inspirações, então, o outro engenho as pessoas diziam assim "aah aqui é maravilhoso mas só é ruim porque a gente suja o carro, ou de lama ou de poeira" a gente pavimentou, nós mudamos o acesso.</p> <p><b>E.2.10</b> - Tudo o que for falado pelo cliente, se a gente achar que é viável a gente faz, poucas coisas, tipo, vou dá um exemplo para você, o meu acesso é uma ladeira muito grande, o pessoal começou a reclamar "oh, alargar mais, calçar" eu já alarguei algumas partes e aí é entrada e saída por um lugar só, as pessoas tão me pedindo para fazer entrega por um canto e a saída por outro para um carro não encontrar na ladeira, já estão fazendo, já fiz a estrada e aos poucos vou calçar até a outra saída e foi tudo sugestão de clientes. Outra coisa também lá, internet, é um pecado e não é, na área do engenho tem internet, na área do lazer eu não botei internet, porque lá eu digo o seguinte "guarde os celulares" e engraçado, porque você chega em um restaurante, pode prestar atenção, o pai, a mãe e os filhos, cada um esperando o almoço chegar, cada um no celular, parece até que tá mandando mensagem um para o outro, quando eles chegam lá "olhe, a partir desse momento, nesse lugar aqui vocês não vão mais ligar o celular só se for para gravar alguma coisa", "não, mas?" "nós não temos mais celular" um monte de gente acha ruim porque quer fazer o vídeo "não, tô aqui, num sei o que" eu perco isso porque daria mais uma interação, num é!? Mas também, as pessoas no fim saem dizendo "olhe, faziam muitos anos que eu num tinha passado uma tarde sem o celular, obrigado, num sei o que e parará parará".</p> <p><b>E.3.10</b> - O balanço de aventura, foi um turista que veio e me deu a ideia. Outro veio e me deu a ideia de fazer um redário, eu fiz um redário.</p>	<p>As sugestões dos usuários estão relacionadas a produtos, processos e serviços, as inovações sugeridas nessas áreas são de tipologias variadas, mas vale destacar especificamente, a incremental. As inovações incrementais são identificadas pelos provedores como melhorias, pois referem-se:</p> <p>a) A criação de combos incluindo entretenimento para o público infantil, tendo em vista a grande demanda de família nos roteiros turísticos;</p> <p>b) Mais opções de lazer como redários, ar condicionados nos aposentos e melhoramentos na infraestrutura;</p> <p>c) Possibilidades em entretenimento, incluindo tirolesa, pedalinho e outros;</p> <p>d) Referente ao produto associado ao turismo, os usuários costumam sugerir sabores e embalagens possuindo tamanhos diferentes.</p>

	<p><b>E.4.10</b> - Quando eu cheguei lá, com um tempo começou o turismo em Bananeiras, eles iam visitar o engenho, mas não tinha nada para levar "ah, deveria ter um cantinho para a gente comprar uma lembrança" aí a gente criou a bodega, tá certo!?! Aquela coisa, aquela sala para receber estudante, aí tudo isso a gente foi... alguma pessoa perdia alguma coisa ali, nós temos as câmeras hoje, foi sugestões deles, melhorou muito, são coisas poucas que a gente..., o pessoal que deixa alguma coisa na pedra, a gente vai lá e ver as câmeras. Aí uma coisa que eles querem muito, sugeriram muito, é que a gente faça um restaurante lá, mas acontece o seguinte, a gente não pensa em um restaurante porque a gente depende de funcionário, vamos pensar na gente, nós vamos passar a ser escravos da empresa, porque você acordar de noite em um feriado que tá de folga, sábado e domingo você tá lá, olha o quê que a gente pensou, até a menina do turismo, a Secretária do Turismo, se eu faço um restaurante aqui na Rainha, você fechada um bocado aqui em Bananeiras, porque o turista falava "nós vamos para o engenho, vamos almoçar lá" aí nós criava um pontinho lá com piscina, para o povo tomar banho, aquele negócio todo, um forrozinho, quem ficava em Bananeiras? O cara ia para a Rainha tomar caldo de cana, comer pão doce, dançar forró, tomar cachaça e almoçar lá, aí se eu fizesse isso aqui, já tive essa ideia de um turista lá, você concentraria a viagem tudo em um só, mas quando chega lá eles voltam, a gente manda ir para a Bica dos Cocos, lá para a Tigela de Barro, lá para o outro engenho, tem que pensar também nos outros né, e também pensar na gente né, se não nós vira escravo do trabalho, 24 horas.</p> <p><b>E.5.10</b> - Os sabores e tamanhos das cachaças, eles se queixavam porque só tinha cristal e geralmente mulher, por exemplo, gosta de um paladar mais suave, mais adocicado, então a gente implementou a umburana, incluímos licores.</p> <p><b>E.6.10</b> - Deixa eu ver... Geraldo com certeza ia saber responder na hora essa pergunta... huumm... pronto, uma das coisas: passeio a cavalo, então isso aí foi eles que pediram. Pronto, passeio a cavalo começou justamente com o pessoal "aí, tem cavalo pra andar?" As trilhas existem, começou as trilhas justamente por... algumas pessoas não são... mas Geraldo introduziu as trilhas... mas que eu me lembre foi isso mesmo. As trilhas e os cavalos foi a pedido do pessoal. Como foi mesmo jeito eles perguntam muito se tem hospedagem, perguntam muito se tem restaurante né... quando ligam, assim quem não conhecem. Assim, a primeira vista "aí tem hospedagem? Ah, tem restaurante aí?" A gente explica né. Bananeiras tem vários locais e as cidades circunvizinhas, mas lá mesmo na propriedade não. Mas isso aí são duas coisas que eles sempre perguntam.</p> <p><b>E.7.10</b> - <i>Teve alguma coisa que foi os próprios clientes que sugeriram, era uma necessidade deles e foi implementado?</i> Espaço Kids, com certeza. <i>Pronto.</i></p>	<p>e) A criação do zero de novas bebidas, mais suaves ou até mesmo diferenciadas, como licor, whisky e também ice;</p> <p>f) A associação do ramo de hotelaria ao entretenimento e ao setor alimentício, quando há ausência de um destes, os usuários costumam dar sugestões sobre.</p> <p>Essas ideias inovativas costumam ser acatadas pelos provedores, caso contrário existe uma série de fatores que podem ser considerados, um deles é a limitação financeira da empresa e outro aspecto relevante se resume a inviabilidade da ideia, uma vez que pode favorecer exclusivamente o indivíduo que a sugeriu. Portanto, apesar das sugestões parecerem boas, quando se trata de inovações, os provedores necessitam demandar uma atenção maior para a viabilidade da ideia, onde o tempo e recursos necessários para a efetivação variará conforme o grau da mudança.</p>
<p><b>P11</b> - Neste ramo, existem algumas empresas que fornecem serviços similares ao seu? Qual o diferencial dessas empresas?</p>	<p><b>E.1.11</b> - Então, deixa eu dizer, os meus filhos fizeram administração também e é sempre essa palavrinha que eu não aceito, eu não tenho concorrentes, tenho parceiros. No turismo, quanto mais empreendimentos turísticos você tiver mais o destino é forte, quanto mais inovações tiverem, quanto mais atrativos tiverem naquele destino, mais aquele destino é forte e mais todo mundo se fortalece, as pessoas vão visitar, então é fundamental que você grife que eu não tenho concorrentes, tenho parceiros e quem tem algo similar, o Engenho Elite, que tem uma plaquinha aqui dizendo para ir lá e no Engenho Elite tem uma plaquinha dizendo para vim aqui, e o engenho mais bonito de Areia que é o Turmalina da Serra, gente, o Turmalina da Serra é a coisa mais linda do mundo, ele é bem pequenininho e é um engenho bem antigo, aí ele tem um restaurante, que a gente não tem, depois eu vou te contar o porque e o restaurante deles é ao lado de uma cascata, é lindo demais e fora isso ele tem o melhor chope da Paraíba, é a filha de Jurandi que faz, e eles servem o melhor choque da Paraíba, aí tem o engenho da Matuta que é lindo demais, aí não está aberto a visitação como eu, que é direto, eles só abrem na entressafra, através de guia, eu não, eu sou uma bodega tá, assim, eu era uma pessoa concursada da justiça e na minha cabeça se eu deixei e eu tenho que ganhar muito mais do que eu ganhava lá, porque eu não ser irresponsável com os meus filhos e agora os meus netos.</p> <p><b>E.2.11</b> - A gente tem muitos parceiros, porque todos somos parceiros, quem me visita eu indico os outros lá de Areia, as pessoas que os visitam, eles nos indicam, a gente tem uma associação, veja bem, quem começou com visita lá foi a cachaça Triunfo, o Engenho Triunfo, e eu digo que é a Disney do brejo, tem tudo! Pedalinho e tal, uma série de inovações, aí depois dela, a Matuta que é uma grande indústria, abriu também para mostrar a fábrica e aí nós abrimos, hoje abriu a Elite, aí tem a Vó Maria, então tá todo mundo hoje... porque Areia tá despertando o turismo rural e o turismo no caminho dos engenhos então</p>	<p>Os entrevistados afirmaram que o Brejo Paraibano é rico em hotéis/pousadas e pontos turísticos, além de ambos proporcionarem experiências aos usuários durante toda a viagem, cada empresa tem sua forma de fazer as coisas e não costumam usar muitos comparativos acerca da prestação de serviços. Em razão disso, os provedores adotaram parcerias com as empresas que fornecem serviços similares direcionadas ao setor turístico, de modo que quando o turista se hospeda ou realiza uma visita, o hábito é indicar para outras localidades.</p> <p>E5: "A gente tem muitos parceiros, porque todos somos parceiros, quem me visita eu indico os outros lá de Areia. As pessoas que os visitam, eles nos indicam."</p> <p>Mediante esta afirmativa do entrevistado 5, percebe-se a união que os empreendimentos têm ao se</p>

	<p>tá todo mundo abrindo se adaptando para receber os clientes, eu acho que as duas melhores estruturas que tem lá hoje é a Triunfo e a nossa, a nossa por ser natureza, a Triunfo porque ele fez um parque de diversões, tem até fábrica de chocolate, hoje lá na Triunfo.</p> <p><b>E.3.11</b> - Existe, cada um tem a sua característica né, nós temos o Engenho Turmalina, que tem cachoeira, é um Engenho muito bonito também e temos o Engenho Triunfo, são os três engenhos que oferecem área de turismo.</p> <p><b>E.4.11</b> - Tem não, porque no engenho... Bananeiras tinha 14 engenhos, o que aconteceu? Veio a CLT, na época né e os funcionários achavam que, isso aconteceu com os outros engenhos, que fecharam "não, eu assinar a carteira seria uma desconfiança sua de achar que você ia perder minha confiança", "não doutor, quero assinar minha carteira não, enquanto eu tiver aqui mais o senhor, eu vou trabalhar assim" é assim que se pensava antigamente, aí o que aconteceu? Ninguém assinou a carteira, o Engenho da Rainha assinou a carteira, "não, quero assinar a carteira de todo mundo". "E vocês vão ter direito a isso e isso, vão ser protegidos por isso e isso". Os outros engenhos não fizeram isso, até para não pagar os impostos, aí o que aconteceu, os outros engenhos não fizeram isso, aí veio a Reforma Agrária, aí o pessoal foram instruído pelo sindicato da época que ele era dono das terras, mas se tivesse assinado a carteira, ainda hoje tava se perpetuando na empresa, o engenho não tinha falido e hoje nós tinha muito engenho em Bananeiras, com isso que aconteceu, aí veio a Reforma Agrária, os outros foram, devido as terras... nós tinha um vizinho lá, a Cachaça Cascavel era uma cachaça muito famosa, houve isso justamente com a Cascavel, o que aconteceu!? Hoje eles venderam as propriedades para o pessoal aqui de Bananeiras, um monte de gente comprou propriedade para fazer lá Chácara, essas coisas e eles estão na cidade e o pessoal da gente tá lá, se perpetuando até hoje feliz da vida, e hoje a gente entende, mais rapaz, como nós naquele tempo assinamos a carteira, Seu Mozart foi quem assinou a carteira da gente, aí a mulher que trabalha lá tem direito a auxílio maternidade, se afasta... os benefícios vieram com o tempo, décadas né.</p> <p><b>E.5.11</b> - Sim, olha como eu te falei, os engenhos de Areia eles têm uma estrutura gigante, gigante, a gente não consegue nem comparar, neles já funcionam restaurante próprio, aqui o nosso é terceirizado, não é do engenho, tem por exemplo, como eu posso dizer, coisas derivadas de cachaça como por exemplo, sorvete, picolé, várias invenções, que a gente ainda não implementa aqui por falta de qualificação e mão de obra.</p> <p><b>E.6.11</b> - Maria Júlia lá na Triunfo, eu sei que ela terminou simplificando algumas coisas, porque ela passou por toda essa dificuldade que a gente passa, entendeu? Então por exemplo, uma questão, pronto, a degustação, tem clientes que é impossível... pronto... deixa eu só voltar a questão do café, a gente tem uma produção mínima né, é claro, e assim, nem toda vez alguns clientes vão experimentar o café de lá mesmo. Muitas vezes assim, no lanche, entendeu? É porque também é cíclico, porque às vezes a gente coloca fruta da época, etc e tal, entendeu? Então assim, alguns vão gostar e outros não, entendeu? Mas o quê que Maria Júlia faz na Triunfo, ela resumiu a o quê? "Olhe, essa dose de cachaça e esse sorvetinho de cachaça e pronto" aí tem a água e suco lá, mas assim, ela diminuiu ao máximo coisas que dessem mais trabalho, entendeu? Assim, porque lanche com coisa perecível é complicado, e aí você também precisa de uma mão de obra qualificada, pra organizar direitinho, entendeu? É toda uma logística e nisso a gente sofre um pouco.</p> <p><b>E.7.11</b> - Alguns possuem uma infraestrutura, alguns não, posso citar apenas um mesmo, que é o da Triunfo. Que ele realmente possui uma estrutura para turismo melhor, um ecossistema lá é mais interessante, tem um lago com pedalinhos. É ter mais atrações, não é? Só teria mesmo o da Triunfo ultimamente que tem isso. O restante eu não me recordo que tenha.</p>	<p>apoiarem uns nos outros, assim, demonstra uma crescente força do turismo local, resultando no fortalecimento da economia regional.</p> <p>E11: "No turismo, quanto mais empreendimentos turísticos você tiver, mais o destino é forte, quanto mais inovações tiverem, quanto mais atrativos tiverem naquele destino, mais aquele destino é forte"</p> <p>A diversidade de empreendimentos turísticos na região do Brejo, é consideravelmente relevante, assim, surge a necessidade de identidade e diferenciação entre as organizações, este diferencial costuma estar relacionado ao atendimento especializado para com os turistas e ao conceito do lugar, seja mais rústico ou moderno, adicionalmente, o aconchego e o contato direto com a natureza estão inteiramente relacionados à experiência que os usuários terão ao utilizarem os serviços das empresas turísticas. Outrossim, o entrevistado 1 afirma que a sua empresa está no mercado há pouco mais de 2 anos e não foi o primeiro a proporcionar passeios turísticos oferecendo as mais diversas sensações, sendo assim, esta empresa buscou inovar e o resultado desta ação causou interesse dos concorrentes em utilizarem estratégias imitativas para "não ficar para trás".</p> <p>E1: "Quando nós entramos no mercado eles já estavam realizando passeios aí tipo, foi meio que um estalo para eles, começaram a enxergar diferente o turismo que era algo muito, assim que eles não inovavam, aí tipo, até os quadriciclos eles começaram a usar capacetes, por exemplo, coisa que eles não utilizavam com os clientes, aí depois da gente eles começaram a utilizar capacetes com os clientes."</p>
<p><b>P12 - Como você analisa a relação custo x benefício dos serviços ofertados?</b></p>	<p><b>E.1.12</b> - Eu acho ótimo, muito bom, então, tinha algumas coisas que com a pandemia melhorou ainda, porque antes da pandemia eu servia fruta, eu servia caldinho de feijão e hoje eu não faço mais isso e até por uma questão que você começa a denotar de higienização, você coloca uma bandeja de goiaba, mas as pessoas pegam a goiaba, aí pega e coloca no lugar, não come aquela goiaba, não é verdade!? E não é COVID, mas você começa a se tocar, a pandemia te mostrou isso, não é COVID, mas são outras doenças que a gente nem sabe, do mesmo jeito o caldinho de feijão, a pessoa pegava lá, que todo mundo pegava com a mesma, assim, e aquela mão pode ter alguma doença que passe para outro, né. Então, essas coisas eu eliminei, então, hoje quando você chega que paga os R\$25,00 reais, você recebe um kit, que esse kit já está todo esterelizado, você vai ter um copo, daquele copo de balada colorido, um único seu</p>	<p>De modo geral, quando se trata de custos, os provedores rurais costumam realizar comparativos com as hospedarias da zona urbana, pois por referir-se a estabelecimentos rurais, os custos de hospedagens são inferiores se comparados com condomínios e hotéis localizados nas cidades. Portanto, o custo x benefício de utilizar os serviços do</p>

	<p>para você tomar suco, caldo de cana e água a vontade, você um copinho daquele dedal para você tomar uma dose de Triunfo e você vai ter uma palheta para pegar o sorvete, as crianças não, porque eles só tomam o picolé, aí não tem problema que já é todo... e tem fichinha, com essa ficha você vai trocar por uma dose de Triunfo, aí tem outra que você troca pelo chocolate e outra que você troca pelo sorvete, então isso foi uma coisa que a pandemia me ensinou. <i>(E da um controle maior, essas fichinha)</i> É, eu consigo dizer com precisão quantos clientes eu tive aqui, no engenho.</p> <p><b>E.2.12</b> - Rapaz é o seguinte, olhe, você Campina, você pode vim para João Pessoa, você vai e compra um carro, pah e chega em João Pessoa, você pode ir em Campina comprar um carro de luxo. No meu caso lá, a relação custo x benefício, as pessoas que procuram um serviço, que procuram uma boa qualidade de comida, coisas diferentes, elas não se incomodam em pagar um pouco mais caro e essa é a nossa filosofia, a gente cobra mais caro do que a concorrência, mas tem um serviço, tem um produto de excelência para entregar, seja de comida, de tira gosto, seja a própria cachaça, entendeu!?</p> <p><b>E.3.12</b> - Eu analiso como satisfatória, eu consigo trabalhar com o que ganho sem precisar me envolver com banco e com nada, entendeu!? Então pra mim o turismo ele tem um retorno muito bom. Eu não sei se eu entendi direito a pergunta. <i>(É em relação a qualidade do serviço, sabe!? Os serviços que são prestados se a senhora considera que é de boa qualidade, por exemplo, o custo que eu tenho pra ir pra aí vale a pena em relação a qualidade, sabe!? Nesse sentido.)</i> Sei, nesse sentido eu acho que vale a pena, pelo menos porque assim, se não valesse eu não recebia tanto turista né kkk, então eu acho que vale a pena, eu acho que... claro que a gente não é 100% até porque a gente tá engatinhando, a gente tem 2 anos, os outros tem 25 anos, eu tenho 2, somos só um bebezinho engatinhando, tem muito o que aprender ainda né. Mas assim, eu posso até está sendo vaidosa mas não é, é porque as pessoas... o turista quando ele quer falar mal, ele fala por trás e quando ele quer falar bem na frente, né!? E os que falam mal a gente termina sabendo e eu nunca soube de praticamente quase nada, já teve uma pessoa que reclamou de algumas coisas, acho que umas três pessoas, mas entre 100% três responder, reclamar de alguma coisa, isso indica que o caminho é esse, o caminho que nós estamos tomando o rumo certo.</p> <p><b>E.4.12</b> - Você sabe que existe uma pesquisa de mercado né, a gente compra o melhor produto e o melhor preço e quem tem prazo e a gente também ver essa questão de utilidade, praticidade, tipo de mercadoria, porque todos que você pensa de comprar, você também tá pensando em vender, produzir com aquele produto e ganhar com o que você produziu com ele.</p> <p><b>E.5.12</b> - A gente não cobra nenhum custo né, não tem nenhum custo, a gente não cobra a entrada, os outros engenhos cobram, mas é justamente porque é pelo o que eu te disse não tem o que justifique aquele valor a ser cobrado, os outros engenhos como eu te falei, tem, a gente não, é um engenho pequeno ainda aqui né, então assim é exemplo da Triunfo tem pedalinho, você paga uma taxinha, você anda de pedalinho, você toma sorvete de cachaça, você degusta, aqui não, aqui a gente mostra, o engenho é bem pequenininho e vai para a degustação, a degustação também é gratuita e o intuito é justamente a pessoa provar e levar né.</p> <p><b>E.6.12</b> - Com relação a taxa eu acho que tá dentro do esperado, entendeu? Em relação justamente quando a gente vê, porque pra isso a gente também vê os outros, nem tanto pedir demais, nem tanto cobrar de menos, entendeu? Eu acho que tá dentro. <i>Um valor justo, que vale a pena a visita em comparação ao que vocês cobram pela visita.</i></p> <p><b>E.7.12</b> - Não, positivo, mas que sempre precisa ser melhorado. Sempre há o que melhorar.</p>	<p>campo são muito vantajosos, mediante a qualidade proporcionada por essas organizações e o preço inferior às concorrentes.</p> <p>E14: “Eu acho que o trabalho é mais do que o preço. A qualidade é boa, muito boa.” Especificamente nos passeios turísticos, algumas taxas de entrada e consumo são cobradas, no entanto esta não é uma realidade para todas as empresas que fornecem os serviços de visitação, pois quando não há um desenvolvimento turístico no local, o enfoque é fazer com que o usuário conheça o produto produzido pela empresa, através de um passeio agradável e com maior contato com a natureza, consoante a isto, há algumas visitas que são realizadas gratuitamente.</p> <p>E10: “Os outros engenhos como eu te falei, (...) você paga uma taxinha, você anda de pedalinho, você toma sorvete de cachaça, você degusta, aqui não, aqui a gente mostra o engenho, é bem pequenininho e vai para a degustação, a degustação também é gratuita e o intuito é justamente a pessoa provar e levar né.”</p>
<p><b>P13 - Você acredita que o uso de internet, aplicativos e entre outras ferramentas de comunicação e produtividade, pode melhorar de alguma maneira a prestação dos serviços? Como?</b></p>	<p><b>E.1.13</b> - Sim exatamente com a interação do grupo né, das pessoas dizerem, sugerirem, elogiarem, porque é muito importante também você entender que está no seu caminho certo, sabe? Então o que as pessoas me dizem é muito positivo, dizer que vão continuar com o sonho, dizer que foi fundamental esperar, ir naquele lugar, que se inspirou, que vai fazer igual, que vai fazer parecido, sabe? Isso tudo é muito bom para mim, eu só quero o mundo seja melhor. <i>(No caso assim, a senhora acredita que essa questão de internet, aplicativos e as redes sociais em si, elas ajudam né, a impulsionar os serviços do turismo)</i> Muito meu amor, para você ter ideia eu sou finalista de um prêmio da Organização Mundial dos Jornalistas de Turismo, estamos para ir tanto eu quanto Vó Maria, Luciana Balbino, nós vamos para o Panamá em Setembro e para a gente tanto faz a gente ganhar ou não, a gente já tá se achando e isso é o quê!? Internet meu bem! Não é verdade? E a gente não se inscreveu não, quem inscreveu a gente foi um jornalista de São Paulo que veio, nos conheceu, ficou encantado e a gente não sabia nem que tava inscrita,</p>	<p>Atualmente vivencia-se a Era da Informação, onde o compartilhamento dos dados com informações pessoais são muito comuns em cadastros e outras situações similares, desta forma, as empresas costumam usar os dados dos usuários com a finalidade de:</p> <p>a) Gerar um relacionamento através de conversas automáticas possibilitando um atendimento mais rápido;</p> <p>b) Permite enviar anúncios interativos especificamente para o público-alvo, tendo</p>

	<p>ele vibrou com... ele mandou a notícia para a gente, a gente não sabia nem que tava inscrito, e isso é a internet, porque ele é da minha lista de transmissão, a gente conheceu um amigo e tal, mas ele veio aqui, salvo engano Dezembro de 2021.</p> <p><b>E.2.13</b> - A prestação de serviço em si, não. A prestação dos serviços é lá no engenho, agora o aumento de demanda, aí sim e ter uma boa relação com o cliente, você fidelizar o cliente é importante.</p> <p><b>E.3.13</b> - Com certeza, é um aprendizado incalculável.</p> <p><b>E.4.13</b> - Sim, melhora, nós não usamos isso bem a profundo, mas hoje em dia você não consegue trabalhar sem um WhatsApp, não consegue trabalhar mais sem um computador na mão, por exemplo, quando eu tenho uma duvidazinha, eu acesso muito aquela universidade de Viçosa, em Minas Gerais, rapaz, tem cada cara que publica umas matérias, tem muita coisa de Viçosa que eu visito muito, de pessoas que faz monografias, aí eu vou e muitas coisas eu pego lá, que poucas pessoas as vezes sabe e a gente sabe, entendeu!? Porque por exemplo o caba tem uma dúvida, tem uns cabas que faz essas matérias e não divulga, fica lá, aí você vai ler um livro, que o livro tem uma história desse tamanho e você vai ver outro livro, lá tem um resumo, lá em baixo tem o caba que escreveu, mas quando você pega um trabalho de mestrado, doutorado, tá lá criou a matéria, publicou, aí você “eu tô pelo caminho certo” e outra coisa, a gente não tem só esse conhecimento nosso não, eu uso muito uma coisa chamada intercâmbio, tem um menino que é gerente da Japão da usina e eu trabalhei com ele, Dante, trabalhei Beto, esse pessoal que trabalha em usina também, quando a gente tem um problema de cálculo aí eu ligo pra ele, mando pra ele, aí a gente vai interagindo, sabe!? Aí não quer perguntar a um caba de fora, pergunta a um filho.</p> <p><b>E.5.13</b> - Sim, com certeza, porque daí é como você já citou, a gente tem o feedback, a gente encurta a distância da empresa e cliente, ajuda bastante, facilita né, é mais cômodo.</p> <p><b>E.6.13</b> - Com certeza melhoraram muito né? Porque assim, principalmente na questão da divulgação né, na questão da divulgação e lá, por exemplo, é uma zona rural que você tem como em tempo real. Você manda uma foto, você divulga o local, você faz o pagamento através do digital né? Eu digo que sou apaixonada pelo digital. <i>Facilitou muito</i>. Facilitou, com certeza.</p> <p><b>E.7.13</b> - 100%. Eu penso mais como divulgação mesmo. Divulgação geral. <i>Então, divulgando, o pessoal tende a vir mais, né, pra região. E eu vi que, assim, eu vi, eu dei uma olhadinha no Instagram de vocês, aí, assim, peguei o contato e falei contigo no WhatsApp. Eu vi que o Instagram é muito bem, muito bem administrado, assim, Muito bem. tem umas publicações de bastante qualidade. É muito, muito bom.</i> Tentando melhorar. Não está no nível ainda, mas vai chegar.</p>	<p>como resultado a geração de interesse desses indivíduos. Essas ações realizadas na internet fazendo uso das ferramentas disponíveis, tem como efeito aumentar a demanda da empresa, em razão disso as plataformas de comunicação, especialmente as redes sociais utilizadas para divulgação da imagem da empresa, são ótimas aliadas no processo de interação com os usuários. A internet de modo geral, auxilia os empreendimentos por diversos fatores, seja a partir de vendas online, capacitação dos funcionários online, consultoria online e até mesmo ferramentas de trabalho como o Trello, refletem no melhoramento dos serviços.</p> <p>O envolvimento e apoio do setor público para com o turismo local é algo deve ser frequentemente estimulado, pois unido ao Governo da Paraíba e em particular a Secretaria do Turismo de cada cidade, grandes possibilidades podem ser viabilizadas como a criação de mais eventos e rotas turísticas, com o objetivo de trazer mais visibilidade para o Brejo Paraibano.</p>
--	---	--