



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Graduação em Administração – GADM

**O BREJO EM REVISTA: Como Promover os Encantos do Brejo
Paraibano Através de uma Publicação Impressa.**

MARCELO FÉLIX LOPES

João Pessoa / PB

Abril / 2024

MARCELO FÉLIX LOPES

**O BREJO EM REVISTA: Como Promover os Encantos do Brejo
Paraibano Através de uma Publicação Impressa**

Trabalho apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA), da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Orientador: Prof. Jorge de Oliveira Gomes, MSc

João Pessoa / PB

Abril / 2024

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

L864b Lopes, Marcelo Felix.

O Brejo EM REVISTA: como promover os encantos do Brejo Paraibano através de uma publicação impressa / Marcelo Felix Lopes. - João Pessoa, 2024.
72 f. : il.

Orientação: Jorge de Oliveira Gomes.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo regional. 2. Editoração. 3. Turismo regional. 4. Brejo Paraibano. I. Gomes, Jorge de Oliveira. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 005

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho apresentado à Banca Examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração.

Aluno: Marcelo Félix Lopes


Trabalho: O BREJO EM REVISTA: Como Promover os Encantos do Brejo Paraibano Através de uma Publicação Impressa.

Área de Pesquisa: Editoração. Turismo. Empreendedorismo Regional.


Tipo de trabalho: Monografia.

Data da aprovação: 26 de ABRIL de 2024.

Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
 **JORGE DE OLIVEIRA GOMES**
Data: 06/05/2024 10:15:47-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professor Jorge de Oliveira Gomes, MSc - Orientador

Documento assinado digitalmente
 **FABIO WALTER**
Data: 06/05/2024 13:10:31-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professor Fabio Walter, Dr - Examinador



Professor Carlos André Macêdo Cavalcanti, Dr - Examinador

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus incontáveis colegas de sala, todos e todas, com quem estive lado a lado, ao longo de minha caminhada como Discente na UFPB, ao meu grupo de estudos “*PODC*”, Valdenice Melo, Gianina Grisi e Johannes Pessoa, minha irmã Isabel Matias, aos meus gurus Valdir Kuroski e Fábio Bueno e demais colegas da “ADM Turma Show - 2013.1”. Minha gratidão pelo companheirismo, atenção e carinho.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida e por permitir que eu chegasse até aqui, dando-me sabedoria, discernimento e perseverança para superar os desafios dessa caminhada.

Ao meu Orientador, Jorge de Oliveira Gomes, pelo apoio desde o início deste trabalho, no desenvolvimento do tema escolhido e no acompanhamento de todo o processo de elaboração do trabalho aqui apresentado.

A todo o Corpo Docente do Departamento de Administração da UFPB, que muito contribuiu para minha formação acadêmica, em especial aos professores Katia Ayres, Nelsio Abreu e Helen Gonçalves, que me proporcionaram ensinamentos que levarei para sempre em minha vida profissional e pessoal.

Ao amigo Walcides Ferreira Muniz, por me provocar à não desistir do meu curso, aos meus colegas de trabalho na ANID e ao companheiro de trabalho Rivaildo Santos, pelo suporte e apoio moral de sempre, no dia a dia da SECULT Alagoa Grande/PB.

A minha irmã Socorro, seu esposo e filhos, pela acolhida e cuidado ao longo de todo o curso. A certeza do abrigo e do conforto ao final de cada dia de aula, foi essencial no processo. Obrigado por tudo, minha irmã querida.

A minha esposa Giovânia, pela compreensão das muitas noite de ausências, às minhas filhas, Maria Elisabeth e Maria Eduarda, por me servirem de inspiração à jamais desistir do meu curso, ao meu filho Renato, por quem busco ter a vontade de ser melhor a cada dia e ao meu neto, Antony Mickael, orgulho de toda a nossa família.

Ao meu pai, Seu Doca (*in memorian*) por todo esforço em dar-me a educação de base que precisei para estar hoje aqui. À minha irmã Vilma, por ensinar-me à ler e escrever, e a minha mãe, Dona Bibiu, por sempre cuidar de mim, de perto ou de longe, estando presente em todos os momentos de minha vida.

*“Nossa maior fraqueza está em desistir. A maneira mais certa de ter sucesso é sempre tentar mais uma vez.”
(Thomas Edison)*

RESUMO

LOPES, Marcelo Félix. **O BREJO EM REVISTA: Como Promover os Encantos do Brejo Paraibano Através de uma Publicação Impressa.** Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Administração. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, PB, 2024. (69 páginas).

O Brejo Paraibano é um dos mais belos destinos turísticos do Estado da Paraíba. O presente trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade da elaboração e produção de uma publicação impressa, em formato revista, colorida, com 98 páginas, mostrando em seu conteúdo alguns destaques da região do Brejo Paraibano, compreendido pelos municípios de Alagoa Grande, Alagoa Nova, Areia, Bananeiras, Borborema, Matinhas, Pilões e Serraria, explorando seus encantos, belezas naturais, sua rica cultura e culinárias, eventos, festas religiosas, personalidades históricas e potencialidades de turismo de aventura, religioso, numa região de temperatura muito agradável. Para tanto, foram feitas análises e estudos quanto à necessidade e importância de uma publicação impressa abordando essa temática. Também foram feitas entrevistas com Secretários de Turismo e cultura dos quatro primeiros municípios acima citados, sendo coletadas informações relevantes e todas as oportunidades que a região oferece, enquanto vetor do turismo de base local. A partir da análise das diversas ofertas ao visitante, bem como do perfil dos potenciais clientes (turistas e consumidores locais e regionais), apresentamos neste trabalho as estratégias para a diagramação e editoração da publicação “O Brejo EM REVISTA”, que será distribuída nos municípios que compõem o trabalho, bem como em pontos de interesse turístico espalhados por todo o Estado da Paraíba e também enviadas à alguns estados vizinhos, para agências de viagens e guias de turismos, no formato impresso, e a versão digital irá para os sites dos municípios, dos canais de divulgação estaduais, nacionais e internacionais. A iniciativa desse trabalho baseou-se em uma bem sucedida experiência anterior, intitulada “Alagoa Grande EM REVISTA”, produzida e lançada em 2015 por este Discente, por ocasião das comemorações dos 150 anos de Emancipação Política do referido município. Com uma tiragem de três mil exemplares, distribuídos gratuitamente, a publicação teve alcance e repercussão além da expectativa inicial do projeto. No projeto atual foi feito um Estudo de Caso dessa revista e expandimos a área de pesquisa e trabalho para os oito municípios que compõem a Região do Brejo da Paraíba, enquanto Área Geográfica delimitada no mapa do Estado. Mesmo considerando o desafio de conceber uma revista impressa, que é um produto pouco usual nos dias atuais, foi possível constatar a viabilidade do negócio e a clara demonstração de que há mercado de parceiros e de consumidores para este projeto. Os contatos feitos com alguns dos parceiros anunciantes, que garantirão o investimento necessário para a execução da publicação, de forma satisfatória, mostrando ser exequível o projeto aqui apresentado.

Palavras-chave: turismo; editoração; empreendedorismo regional.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Capa da publicação O BREJO EM REVISTA	15
Figura 2 – Capa da publicação Alagoa Grande EM REVISTA	21
Figura 3 – Mapa das mesorregiões da Paraíba	22
Figura 4 – Mapa do Brejo Paraibano	23
Figura 5 – Pórtico de entrada da cidade (Alagoa Grande/PB)	34
Figura 6 – Bandeira do município de Alagoa Grande	34
Figura 7 – Pórtico de entrada da cidade (Alagoa Nova/PB)	36
Figura 8 – Bandeira do município de Alagoa Nova	37
Figura 9 – Casario histórico no centro da cidade (Areia/PB)	38
Figura 10 – Bandeira do município de Areia	38
Figura 11 – Igreja Matriz (Bananeiras/PB)	39
Figura 12 – Bandeira do município de Bananeiras	40
Figura 13 – Praça da Igreja Matriz (Borborema/PB)	41
Figura 14 – Bandeira do município de Borborema	41
Figura 15 – Mural de boas-vindas na praça (Matinhas/PB)	42
Figura 16 – Bandeira do município de Matinhas	43
Figura 17 – Igreja Matriz (Pilões/PB)	44
Figura 18 – Bandeira do município de Pilões	44
Figura 19 – Igreja Matriz (Serraria/PB)	45
Figura 20 – Bandeira do município de Serraria	46
Figura 21 – Registro da entrega dos exemplares (Professora Katia Ayres)	59
Figura 22 – Registro da entrega dos exemplares (Senador Cassio Cunha Lima)	59
Figura 23 – Registro da entrega dos exemplares (Rômulo Gouveia - <i>in memoriam</i>)	59
Figura 24 – Registro da entrega dos exemplares (Bruno Cunha Lima)	60
Figura 25 – Registro da entrega dos exemplares (Ruth Avelino - PBTUR)	60
Figura 26 – Registro da entrega dos exemplares (Deputado Jean Willys)	61
Figura 27 – Registro da entrega dos exemplares (Professores da Rede Pública)	61
Figura 28 – Registro da entrega dos exemplares (Professores da Rede Privada)	61
Figura 29 – Anunciante da revista (SEBRAE)	62
Figura 30 – Anunciante da revista (Rede Paraíba de Supermercados)	62
Figura 31 – Anunciante da revista (Frango Bom Todo)	62
Figura 32 – Anunciante da revista (Infortel Solar)	63
Figura 33 – Anunciante da revista (Proxima Telecom)	63
Figura 34 – Anunciante da revista (Cachaça Volúpia)	63
Figura 35 – Anunciante da revista (Hotel Triunfo)	64
Figura 36 – Anunciante da revista (Estação Bananeiras)	64
Figura 37 – Anunciante da revista (Armazém Paraíba)	64
Figura 38 – Análise da previsão de receitas e despesas	65
Figura 39 – Capa da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA	66
Figura 40 – Sumário da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA	67
Figura 41 – Editorial da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA	68
Figura 42 – Anunciante da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA	69

SUMÁRIO

1: INTRODUÇÃO	12
1.1 Contextualização do tema.....	14
1.2 Pergunta de pesquisa	14
1.2.1 Situação problema	14
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo Geral	14
1.3.2 Objetivos Específicos	15
1.4 Justificativa	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 Turismo	18
2.2 As revistas e a mídia impressa	18
2.3 Empreendedorismo	19
2.4 Plano de Negócios	20
2.5 O turismo nos pequenos municípios	20
2.6 Negócios editoriais	20
3 METODOLOGIA	22
3.1 Pesquisa	22
3.2 Coleta de Dados	22
3.3 A Busca por Informações	22
4 RESULTADOS	24
4.1 Estudo de um Caso de Sucesso	24
4.2 O Brejo Paraibano	26
4.2.1 A História do Brejo Paraibano	26
4.2.2 O Turismo Como Vetor Econômico	27
4.2.3 O Brejo Paraibano e Seus Encantos	28
4.2.4 Entrevistas com os Gestores Municipais de Turismo	28
4.2.4.1 Gestor de Turismo de Alagoa Grande	29
4.2.4.2 Gestor de Turismo de Alagoa Nova	29
4.2.4.3 Gestor de Turismo de Areia	30
4.2.4.4 Gestora de Turismo de Bananeiras	30
4.3 O Empreendedor	30
4.4 Plano de Negócios da Empresa Turismo Publicações Regionais do Nordeste	31
4.4.1 Descrição do negócio	31
4.4.1.1 Missão.....	32
4.4.1.2 Visão	32
4.4.1.3 Valores	32
4.4.1.4 Oportunidade de Mercado	32
4.4.1.5 Equipe de Trabalho	32
4.4.2 Produtos e Serviços	33
4.4.2.1 Descrição Detalhada	33
4.4.2.2 Propriedade Intelectual	33
4.4.3 Mercado e Análise da Concorrência	33
4.4.3.1 Análise do Mercado	33

4.4.3.2 Análise da Concorrência	34
4.4.4 Plano de Marketing e Vendas	34
4.4.4.1 Estratégia de Marketing	34
4.4.4.2 Estratégia de Vendas	34
4.4.4.3 Projeções de Vendas	35
4.4.5 Plano Operacional	35
4.4.5.1 Localização e Instalações	35
4.4.6 Plano Financeiro	35
4.4.6.1 Demonstrações Financeiras	35
4.4.6.2 Necessidade de Financiamento	36
4.4.7 Considerações Finais sobre o Projeto	36
4.4.7.1 Destaques do Negócio	36
4.4.7.2 Conclusão	36
4.5 Os Municípios do Brejo Paraibano	36
4.5.1 Alagoa Grande	36
4.5.2 Alagoa Nova	38
4.5.3 Areia	41
4.5.4 Bananeiras	42
4.5.5 Borborema	44
4.5.6 Matinhas	45
4.5.7 Pilões	47
4.5.8 Serraria	48
4.6 Parceiros e Investidores	50
5 NOTAS CONCLUSIVAS	51
5.1 Introdução	51
5.2 Alcance dos Objetivos Específicos e Geral	51
5.3 Limitações para a Execução do TCC	51
5.4 Trabalhos Futuros	52
REFERÊNCIAS	53
ANEXOS	56
APÊNDICES	71

1 INTRODUÇÃO

O turismo é um importante vetor da economia para diversas regiões do Brasil, muitas delas, reunidas num único pacote de destino turístico. A atividade do turismo tem o turista como principal protagonista (Beni, 2012). Portanto, faz-se necessário buscar formas de atrair e encantar o turista cada vez mais, promovendo o aquecimento da economia e a geração de renda.

Este trabalho busca demonstrar a viabilidade de uma publicação, através de um detalhado estudo, incluindo um Plano de Negócios, fruto de um planejamento que envolve todas as etapas para a execução da mesma, desde a pesquisa de interesse do mercado, a captação de recursos com os anunciantes, a seleção do conteúdo à ser mostrado na revista, até a sua editoração, impressão, lançamento, distribuição, e se desdobrando com o desenvolvimento de um site apresentando uma versão digital da revista, mais dinâmica, já incluído no orçamento.

O Plano de Negócio é um documento utilizado para planejar um empreendimento ou unidade de negócios, em estágio inicial ou não, com o propósito de definir e delinear sua estratégia de atuação para o futuro (Dornelas, 2011). Sendo assim, o Plano de Negócios é a mais indicada ferramenta de planejamento a ser usada pelo empreendedor para apontar a viabilidade de um negócio. Através de um Plano de Negócios é possível definir estratégias de atuação no mercado em que a empresa esteja inserida, buscando alcançar melhores resultados no empreendimento. Um Plano de Negócios também transmite credibilidade na proposta apresentada, para os casos em que sejam necessário investimento externo ou anunciantes, como é o caso deste trabalho.

“O BREJO EM REVISTA” será uma publicação impressa, colorida, em formato revista, com 98 páginas de conteúdo, que mostrará ao leitor toda a grandiosidade do Brejo da Paraíba, uma região encantadora e, turisticamente, muito atrativa no estado, destacando suas potencialidades, belezas naturais e arquitetônicas, sua gastronomia peculiar, sua rica cultura, sua história e seus muitos outros encantos. Através de suas páginas, o leitor poderá conhecer tudo que Brejo Paraibano tem de mais encantador, informativo, divertido e belo.

A iniciativa segue a mesma linha de outro projeto que foi bem sucedido, lançado por este autor mim, em comemoração aos 150 anos de emancipação política do município que é sua terra natal. A publicação “Alagoa Grande EM REVISTA” (2015), foi um grande sucesso. Na oportunidade, foram distribuídas gratuitamente três mil exemplares da referida revista, alcançando leitores além das fronteiras da referida cidade. A revista está presente até mesmo na Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro.

Buscando alcançar os objetivos propostos por este trabalho e verificar assim a viabilidade do projeto, foram feitas pesquisas de mercado para captar potenciais anunciantes, bem como várias entrevistas com os gestores de turismo das cidades de Alagoa Grande, Alagoa Nova, Areia e Bananeiras, municípios que compõem a região do Brejo Paraibano, juntamente com Borborema, Matinhas, Pilões e Serraria. A pesquisa pode ser classificada como exploratória e descritiva, com uma abordagem qualitativa. Através de um estudo bibliográfico e de levantamento de dados, buscando identificar cada um dos principais fatores envolvidos, de forma que pudessem demonstrar a viabilidade da execução da publicação, que além do formato impresso, também estará disponível num website recursivo, com acesso gratuito, alcançando assim também, outros públicos consumidores.

A proposta foi criar um produto que encante pelo seu conteúdo e dessa forma, consiga alcançar o público de uma forma diferente do que hoje é ofertado no formato digital. Já a partir da capa, o leitor irá sentir-se estimulado a conhecer o Brejo Paraibano, através do conteúdo da publicação, que com ampla variedade de matérias e belas imagens, encantarão os visitantes. As informações serão trazidas de forma fidedignas, através de pesquisas e fotos *in loco*, o que certamente passará credibilidade à publicação, criando assim uma conexão entre leitor, os municípios e a região, anunciantes e todo o *trade* turístico.

A região analisada neste estudo é a região do Brejo Paraibano, situada na mesorregião do Agreste Paraibano, formado por um conjunto de oito municípios, a saber: Alagoa Grande, Alagoa Nova, Areia, Bananeiras, Borborema, Matinhas, Pilões e Serraria. São municípios com características semelhantes, em especial pela história, o clima, o solo e seus aspectos culturais. Sob o ponto de vista populacional dos municípios, varia de pouco mais de 4 mil habitantes (no caso de Borborema) até pouco mais de 26 mil habitantes, que é o caso de Alagoa Grande que é o município mais populoso dessa região geográfica.

O Brejo Paraibano caracteriza-se por áreas de terras altas e úmidas, possui um relevo elevado, com encostas íngremes e também com terrenos planos. As chuvas nesta região são mais frequentes nos meses de maio, junho e julho. Possui temperatura média em torno de 25°C e nos meses de inverno, pode chegar a atingir mais amenas, em torno dos 18°C ou até mais baixa, principalmente nos municípios de Areia, Pilões e Serraria. Possui solo fértil, propício para o cultivos das mais diversas tipos de nossa flora, o que também favorece o turismo gastronômico, muito forte na região.

1.1 Contextualização do tema

O presente estudo aborda o turismo como vetor de desenvolvimento regional, sua importância para um grupo de municípios de uma mesma região no interior paraibano, suas riquezas culturais e atrativos turísticos, bem como o impacto que a publicação impressa “O BREJO EM REVISTA” traria para a referida região, enfatizando a sua viabilidade, os riscos envolvidos no negócio, o mercado consumidor, público-alvo, potenciais anunciantes, detalhamento financeiro e demais fatores que possam atestar a viabilidade do negócio.

1.2 Pergunta de pesquisa

Como dar maior visibilidade a um grupo de pequenos municípios, com características semelhantes e grande potencial para turismo cultural, religioso e de aventura, agrupados em uma mesma região geográfica, localizada no interior do Nordeste do Brasil?

1.2.1 Situação problema

Como ocorre nas demais regiões do país, as pequenas cidades geralmente são engolidas pela forte e massiva mídia produzidas e veiculadas nos grandes centros. Entretanto, essas cidades, mesmo sendo pequenas, possuem grande potencial turístico, cultural, histórico e ecológico, fatores importantes quando falamos de atração e visitação à um destino. É preciso promover um destino, possibilitando que o mesmo seja capaz de encantar os futuros visitantes e com isso, possa influir de forma transformadora na geração de emprego e renda, além de fomentar a economia criativa e a sustentabilidade em nível local. Essas cidades, quando agrupadas em uma região geográfica, como é o caso do Brejo Paraibano, potencializam as suas forças, enquanto destino turístico e assim, têm mais condições de compor projetos e programas integrados, podendo trabalhar de forma conjunta, unindo as forças apresentando alternativas que favoreçam toda a região.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade técnica e financeira da publicação impressa intitulada “O BREJO EM REVISTA”.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Fazer um estudo de campo (fotos e visitação) sobre o mercado atual do turismo histórico e cultural na região do Brejo Paraibano, e entrevistando os atuais gestores municipais da área do turismo;
- b) Realizar um *benchmarking* sobre a região do Brejo Paraibano e sobre o mercado de turismo e publicações focando em grupos de pequenas cidades;
- c) Realizar pesquisa sobre as cidades do Brejo Paraibano: história, símbolos cívicos, suas principais datas comemorativas, personalidades, personagens, calendários de eventos, festas religiosas e o seu potencial econômico e turístico.
- d) Elaborar as etapas de um Plano de Negócios para a publicação de uma revista impressa (com distribuição gratuita), e que também terá uma apresentação no formato digital (site);
- e) Levantar os custos envolvidos com a pesquisa (coletas de informações), diagramação, publicação, e do aporte financeiro (captação de recursos), necessários à realização do projeto;
- f) Analisar a viabilidade e o potencial retorno financeiro do negócio.

1.4 Justificativa

Uma recente matéria no site da PBTUR (Fecomercio, 2024) apontou que o turismo na Paraíba registrou um grande crescimento no início de 2024. Os dados foram levantados pelo Conselho de Turismo da Fecomercio-SP, com base em dados do IBGE, que avaliou o crescimento do turismo em todas as unidades federativas durante janeiro de 2024. Nesse levantamento, a Paraíba ocupa a primeira colocação no Nordeste e o sétimo lugar no país na lista dos estados que apresentaram maior crescimento no faturamento no início deste ano, tendo a capital paraibana, João Pessoa, aparecendo como uma das cidades brasileiras mais procuradas por turistas estrangeiros, em especial advindos dos Estados Unidos, Portugal e França. A ampliação de novos atrativos turísticos, novos voos e no número de hospedagem contribuem para esse resultado.

Dentre todas as regiões turísticas da Paraíba, o Brejo Paraibano vem ganhando destaque regional, nacional e até internacional, graças aos seus inúmeros atrativos, em especial a sua rica cultura, com destaque para seu povo, suas cores, seus ritmos e seus sabores.

Apesar disso, o Brejo Paraibano ainda não tem a mesma divulgação de outras regiões paraibanas (como o litoral e o cariri, por exemplo) e isso faz com que o número de visitantes na região não seja ainda o que poderia ser.

Uma publicação como “O Brejo EM REVISTA” vem preencher parte dessa lacuna de divulgação, permitindo que o leitor deseje conhecer não apenas um, mas todos os municípios que compõem a região, gerando renda e movimentando a economia local. Mesmo com o avanço e o alcance da internet e das Redes Sociais nos dias atuais, há espaço para a mídia impressa, capaz de prender a atenção do leitor e revelar experiências diferentes das que as telas oferecem.

Os gestores do Brejo paraibano consultados para este trabalho acadêmico, afirmaram de forma unânime, que a proposta deverá ser bem aceita no mercado, que atualmente não dispõe de nada equivalente. A proposta atenderá em especial os anunciantes, que terão mais um canal para divulgar suas marcas, produtos e serviços.

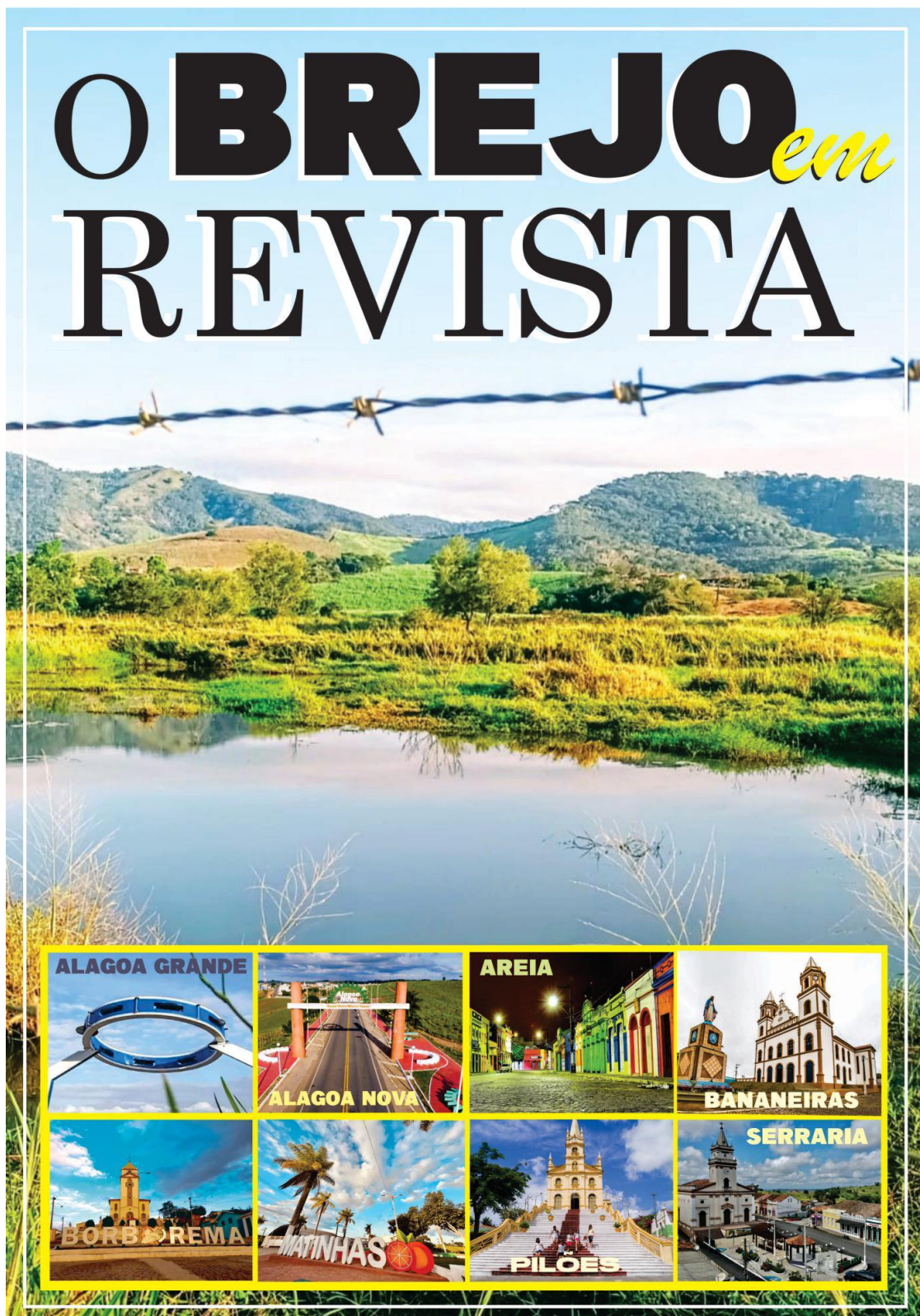


Figura 1 – Capa da publicação “O BREJO EM REVISTA”
Fonte: trabalho atual.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo

Segundo Serpa (2019), o turismo é um fenômeno que está em constante desenvolvimento. E é necessário estar atento à essa dinâmica, para que seja possível colher frutos do turismo, enquanto fator importante para o desenvolvimento econômico de uma região. E são vários os segmentos do turismo que podemos explorar, como o religioso, de negócios, de aventura, de esportes radicais, social, cultural, gastronômico, entre outros.

Beni (2012) revela que têm surgido novas demandas associadas ao turismo, que sofrem influência dos novos padrões e valores de nossa sociedade.

O turismo também sempre fará parte do sistema socioeconômico, com importantes aproximações dos elos natural e cultural, promovendo mudanças no campo do complexo fenômeno do setor.

Nesse contexto, é preciso aproveitar economicamente as inúmeras possibilidades que o turismo oferece, como atrair receitas para uma região, fruto da procura dos visitantes por novas experiências. Esses visitantes estão em constantes viagens, em busca de novas experiências. E o Brejo Paraibano tem muito à oferecer. Funari (2019) diz que os bens culturais podem constituir-se em importantes elementos de atração turística e, porque não, de conscientização social.

Um grande vetor de viagens turísticas, em um país tão urbanizado como o Brasil, são as fugas da vida urbana, em direção aos parques ou ao retiro rural. De um lado, a natureza preservada com suas características próprias nos grandes parques permite que o turista entre em contato e reflita sobre o meio ambiente, com forças indomadas e apenas parcialmente controladas pelo homem. Trata-se de uma experiência cultural notável para o indivíduo acostumado com uma natureza ausente, ou totalmente submetida aos desígnios humanos.

2.2 As revistas e a mídia impressa

A escolha pelo tema e o formato deste trabalho deve-se a uma experiência anterior, a publicação “Alagoa Grande EM REVISTA”, produzida por mim em 2015. Mesmo sabendo da atual situação que enfrenta o segmento das revistas impressas no país, decidi que esse seria o tema de meu Trabalho de Conclusão de Curso e futuramente, uma oportunidade de um negócio.

Algumas publicações impressas já foram referência no Brasil. As revistas “VEJA” e a “ISTO É” eram aguardadas com grande expectativa pelos leitores do país inteiro, pois elas traziam, semanalmente, as principais notícias do Brasil e do mundo.

A realidade hoje é outra, bem diferente. A pandemia da COVID-19, foi um fator que enclausurou os leitores, afastando-os das gráficas e editoras e ao mesmo tempo os aproximou dos conteúdos digitais. Assim, as revistas impressas têm se tornado cada vez menos presente na vida dos brasileiros. E o cenário futuro é bastante pessimista. A revista tornou-se um produto caro (comparando-se com o conteúdo digital), volumoso, de vida útil limitada e de pouca sustentabilidade, por usar a celulose como principal matéria-prima.

Entretanto, apesar dos recursos da digitalização terem transformado a forma como as informações chegam às pessoas, ainda assim, a revista impressa tem a capacidade de encantar o leitor. Segundo Azubel (2013), “revistas cobrem funções sociais que estão além e aquém do reportar. Podemos caracterizá-las por recrear, trazer análise, reflexão e experiência de leitura.”

Revistas são veículos amplificadores, capazes de confirmar, explicar e aprofundar histórias já veiculadas por mídias mais imediatas. Em função da periodicidade, têm mais tempo para elaborar a pauta, chegar e analisar informações, explorar diferentes ângulos, aprofundar o tema e ajustar o foco ao leitor. (Azubel, 2013, p. 259)

Dados do último Censo Brasil de Editores de Jornais e Revistas, através de uma pesquisa realizada pela Fran6 Análise de Mercado e encomendada pela Associação Nacional de Jornais (ANJ) e da Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner), mostrou que a região Nordeste conta com 278 editoras de jornais e revistas, o que representa 22,02% do total no país.

2.3 Empreendedorismo

Poderíamos definir empreendedorismo como a capacidade de criar novas iniciativas de negócios, à partir de ideias e projetos já existentes, aproveitando uma oportunidade no mercado, modificando-os, ampliando-os ou melhorando essa proposta já existente, seja de bens ou serviços.

De acordo com Bessant (2019), hoje em dia, estamos mais preocupados com criar valor, seja ele comercial ou social, mas a habilidade fundamental continua a ser a de encontrar, explorar e resolver problemas e mistérios, e é aí que entra a criatividade. Assim, precisamos descobrir como podemos usar nosso entendimento crescente sobre o processo criativo para fortalecer nossa capacidade de inovar em diversos contextos diferentes.

Não importa se somos empreendedores solitários abrindo uma nova empresa ou membros de uma equipe cuja missão é ajudar a organização a pensar diferente, o principal recurso de que precisamos é algo que já temos: a criatividade. O desafio está em encontrar maneiras de mobilizá-la e aplicá-la, e ser capaz de repetir o feito.

2.4 Plano de Negócios

O desenvolvimento econômico de uma região ou até de um país está ligado diretamente à capacidade de empreender de seu povo. Sejam iniciativas isoladas ou em grupo. E em qualquer atividade que precisemos executar, a palavra-chave é o planejamento, pois sem planejamento, pois esse fator permite enxergar de forma clara o que se pretende alcançar.

Segundo Lenzi (2009), para chegar ao sucesso é necessário planejar: o momento certo de planejar, evitando tomar decisões erradas no momento certo ou decisões certas no momento errado, usando as ferramentas mais adequadas para se organizar. E o Plano de Negócios tem essa finalidade, pois dará um melhor suporte durante a execução do negócio, permitindo avaliar todas as ações que estiverem sendo realizadas e se as escolhas feitas foram as mais acertadas.

2.5 O turismo nos pequenos municípios

A atividade do turismo vem ganhando bastante destaque nos últimos anos. E não apenas nos grandes centros e destinos consolidados. Hoje, é comum vermos alguns pequenos municípios formando “regiões turísticas” (ou destinos turísticos) e atraindo visitantes durante todo o ano. Vários autores tem destacado esse novo cenário, que ocorre em todas as regiões do país. Conforme explica Franklin (2020), o turismo também pode ser visto como uma atividade econômica e devido às projeções econômicas da atividade turística, os locais, principalmente municípios de menor porte, passaram a se interessar em realizar investimentos no turismo para tentar alavancar sua economia.

É necessário compreender que cidades, sobretudo as cidades pequenas, não teriam condições de competir com as cidades com turismo consolidado de forma individual. Logo, a regionalização seria uma forma de municípios próximos elencarem, em seus territórios, atrativos turísticos e pudessem oferecê-los aos visitantes de suas regiões. Com isso, haveria a soma de montante financeiro para investir no turismo e a divisão de tarefas para lidar com todo o apoio que o turismo necessita para despontar em determinada localidade. (Franklin, 2020, p. 173)

2.6 Negócios editoriais

A mídia impressa é um dos mais conhecidos e comuns meios de comunicação existentes. Quem nunca viu e principalmente quem nunca leu um anúncio nesse tipo de material. As revistas de conteúdo estão nessa categoria, com grande alcance, mesmo esse mercado estando em queda, atualmente.

É tão importante quanto a mídia digital e é possível afirmar que ainda há espaço para a mídia impressa, nesse caso específico, para a revista, que apesar do avanço da mídia digital, a mídia impressa é um recurso da publicidade que consegue manter-se no mercado, dada a sua qualidade, popularidade, alcance e especialmente por sua confiabilidade.

O site <https://gutepropaganda.com.br>, em matéria sobre a importância da mídia impressa, trouxe informações relevantes sobre esse mercado e apontou que pesquisas recentes demonstram que sobe o número de leitores da mídia impressa e, igualmente importante, sobe também o nível de confiança nessa forma de mídia em relação à mídia digital: 60% dos entrevistados preferem ler no papel e confiam nesse suporte; 84% dos brasileiros não confiam em informações de redes sociais; 83% desconfiam de blogs.

Baseado nesses fatores elencados que fundamenta-se a proposta de lançar no mercado a publicação “O BREJO EM REVISTA”, que poderá tornar-se um excelente produto aliado ao turismo e ao desenvolvimento regional, fortalecendo a economia criativa e o pertencimento local, através da publicidade.

3. METODOLOGIA

Segundo Marconi (2022), o bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade e intuição do pesquisador, que deve agir com rigor e ser criterioso, procurando não interferir nas respostas dos entrevistados nem deixar sua personalidade influenciar as respostas. Portanto, para esta atividade, foram utilizados instrumentos da metodologia com abordagem qualitativa, de caráter exploratória, procurando levantar dados e os analisar, de forma que fosse possível comprovar a viabilidade do negócio proposto, fato pelo qual entendemos que essa seria a forma mais adequada. Através de um estudo de caso e de dados coletados pelo pesquisador junto aos gestores entrevistados, foi efetuado o trabalho ora apresentado (ANEXO 1).

3.1 A Pesquisa

Buscando demonstrar a viabilidade de investir na publicação apresentada neste projeto, foi necessário um estudo no cenário atual, de forma à compreender o necessidade e aceitação do produto, além de entender qual o diferencial competitivo deste modelo de negócio, levando em conta os investimentos necessários e as perspectiva de sustentabilidade. O caso de sucesso estudado foi a base para esse estudo, pois permitiu partir de um cenário real, com características semelhantes, aplicada em um dos municípios desta região (Alagoa Grande). A proposta atual expande a área de atuação para todo o Brejo Paraibano.

3.2 A Coleta de Dados

Os recursos utilizados para a coleta de dados foram entrevistas com os gestores das Secretarias de Turismo em quatro municípios, dentre os oito que compõem o Brejo Paraibano, a saber: Rivaildo Alves (Alagoa Grande), Jefferson Barbosa (Alagoa Nova), Rinaldo Bandeira (Areia) e Karina Leon (Bananeiras), com os quais foi aplicado um questionário semiestruturado, discursivo, contendo quinze perguntas. As respostas serviram para ratificar toda a potencialidade do Brejo Paraibano, que encantará os leitores que tiverem acesso à publicação.

3.3 A Busca por Informações

Para alcançar o melhor resultado possível e baseando-se na publicação “Alagoa Grande EM REVISTA”, produzida em 2015, foram efetuadas pesquisas nos portais oficiais de cada

município, em sites na internet, bem como em bibliotecas, além de uma seleção de imagens em cada localidade, que serão fundamentais na diagramação da revista. As imagens utilizadas nesse trabalho foram coletadas da internet, mas para a produção da publicação, será necessária a contratação de um fotógrafo profissional para captar as imagens, que serão selecionadas a partir da indicação de cada um dos gestores entrevistados.

4- RESULTADOS

4.1 Estudo de um caso de sucesso

Para realização desse trabalho (e da proposta que ele apresenta), a melhor forma foi fazer um estudo de caso de uma proposta semelhante, de forma que fosse possível fazer um melhor planejamento do projeto futuro, permitindo assim identificar alguns problemas enfrentados no projeto executado e dessa forma, buscar melhores soluções para esses problemas.

Para isso, fez-se necessário mapear os processos executados no projeto anterior, entender como cada uma das atividades foi realizada e como deu-se a interação dos processos e das pessoas, já que a proposta é a criação de uma nova publicação, agora mais abrangente, como a que foi lançada anteriormente, em 2015.

4.2. O Brejo Paraibano

A paraíba está dividida em quatro Mesorregiões, estas estão subdivididas em vinte e três Microrregiões. O Brejo Paraibano é uma microrregião que está inserida na mesorregião do Agreste, composta por oito municípios: Alagoa Grande, Alagoa Nova, Areia, Bananeiras, Borborema, Matinhas, Pilões e Serraria.

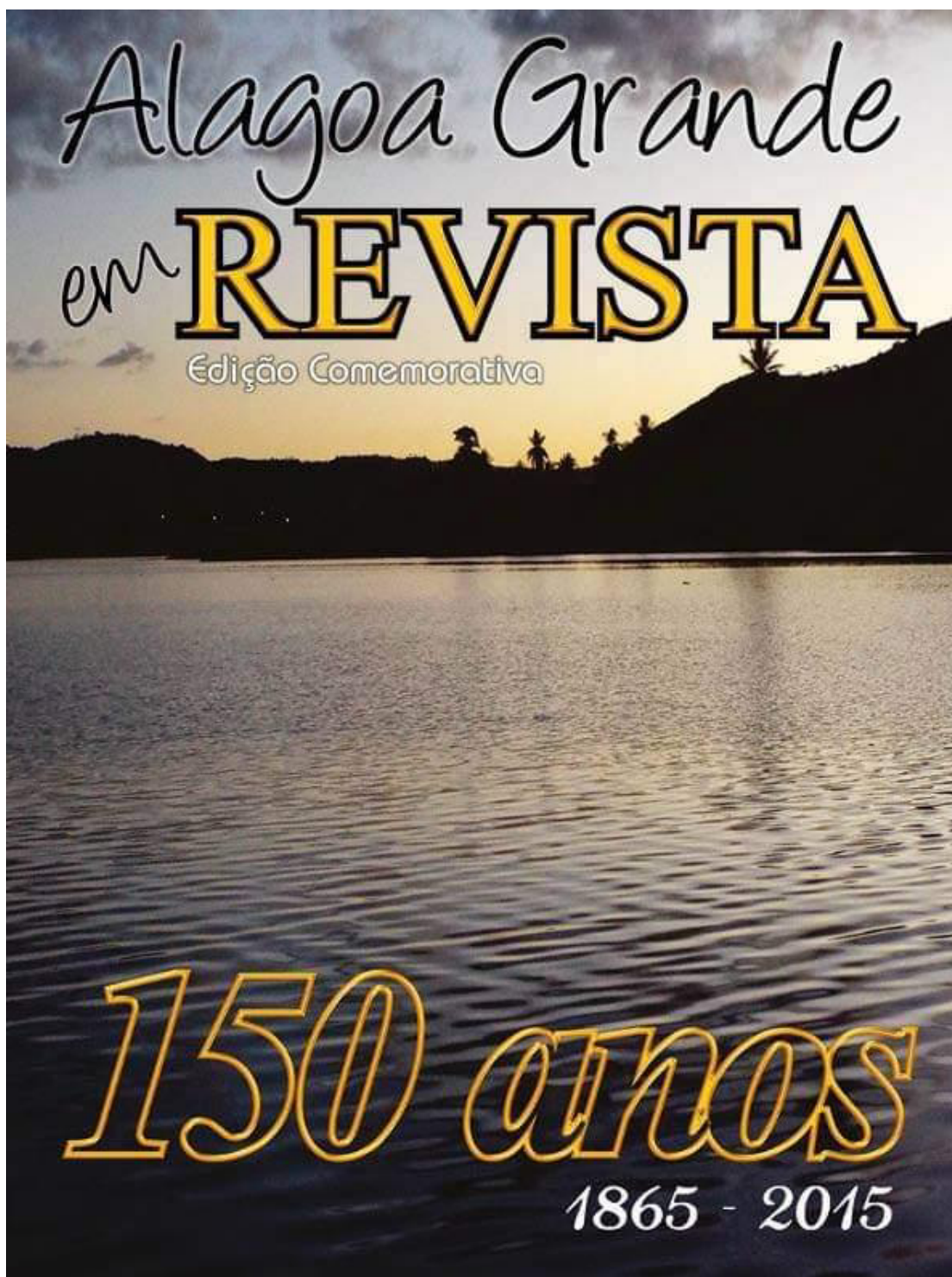


FIGURA 2 – Capa da publicação “Alagoa Grande EM REVISTA” (2015)
Fonte: trabalho atual

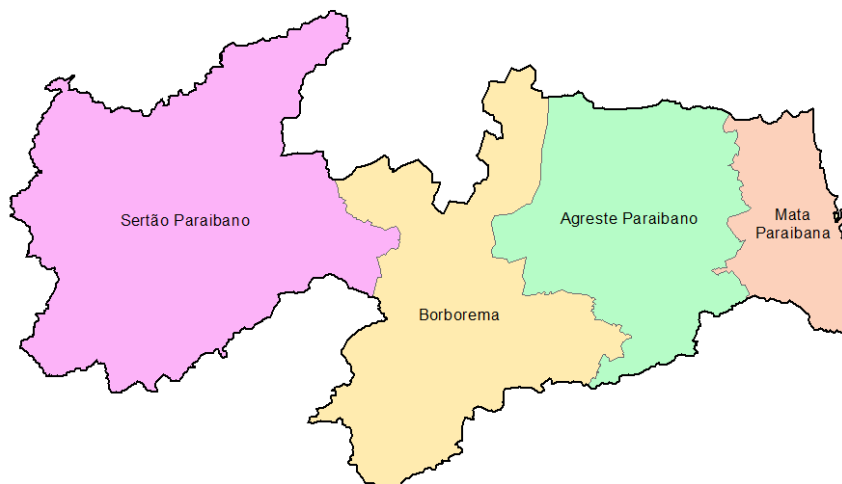


Figura 3 – Ilustração da 4 mesoregiões da Paraíba.
Fonte: <https://www.google.com/imghp> Acesso em 10 mar. 2024

4.2.1 A história do Brejo Paraibano

Em 1856, a cidade da Parahyba possuía apenas 40 lampiões, utilizando como combustível azeite e sebo. Em 1871, a ferrovia deu os primeiros passos, quando o Governo Imperial autorizou a contratação de uma companhia para construir a primeira estrada de ferro, ligando a capital a Alagoa Grande (Seabra, 2007).

Ainda conforme Seabra (2007), no início do século XX, algumas cidades do Brejo Paraibano já tinham grande importância econômica no estado, pois das poucas cidades atendidas pela linha férrea, a maioria era dessa região.

Em 1907, os trilhos integravam Itabaiana, Campina Grande, Alagoa Grande, Borborema e Bananeiras. Em 1915, o transporte rodoviário limitava-se à antiga estrada da capital a Pilar e a Alagoa Grande, em estado bastante precário. E a de Alagoa Grande a Areia, incompleta. (Seabra, 2007).

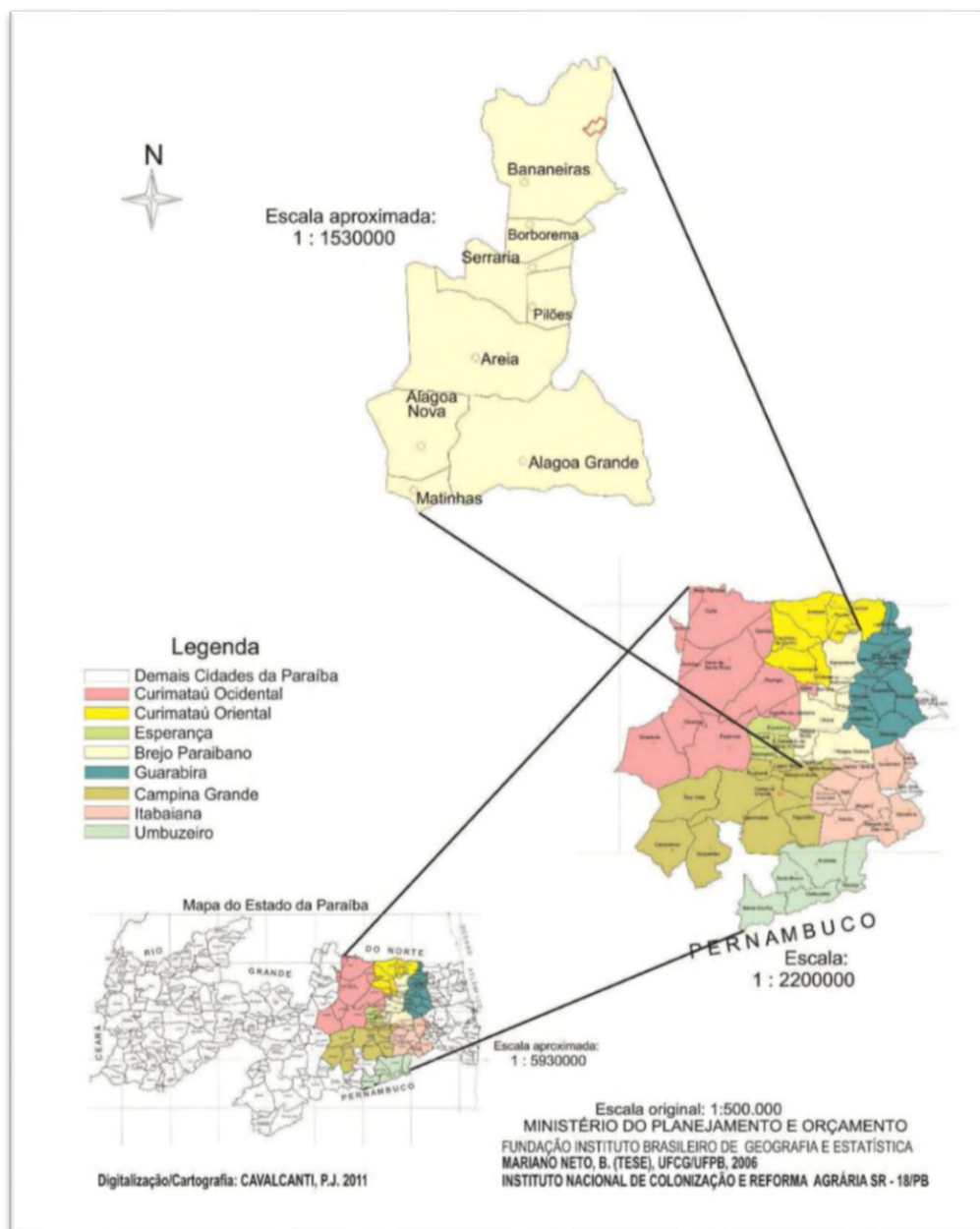


Figura 4 – Ilustração da região do Brejo, inserido no mapa da Paraíba.
 Fonte: IBGE.

4.2.2 O Turismo como vetor econômico

Na microrregião do Brejo Paraibano, a cachaça (bebida produzida através do processamento da cana-de-açúcar), é muito importante para a economia e também vem tornando-se um produto de grande relevância para o turismo. Alguns dos engenhos produtores de cachaça, como Volúpia e Triunfo, fazem parte dos roteiros turísticos do Brejo Paraibano.

Durante as visitas, são apresentados os processos de produção da cachaça e degustação. (Seabra, 2007).

4.2.3. O Brejo Paraibano e seus encantos

A Paraíba tem cada vez mais se destacado no turismo e se tornado uma das referências no Nordeste a exemplo do Ceará, Pernambuco e Alagoas. O Brejo Paraibano é uma das regiões que tem alcançado grande destaque, com oito municípios que contam com atrativos voltados principalmente ao turismo cultural, rural e criativo. A região abriga belos casarões centenários, inúmeros engenhos, uma rica gastronomia, alguns museus e excelentes opções para o visitante, inclusive para os amantes de esportes de aventura.

Existem alguns roteiros que tem aumentado o fluxo de turistas na região, entre eles os caminhos do Padre Ibiapina, Caminhos do Engenho e Caminhos do Frio.

Os destinos do Brejo Paraibano vêm cada vez mais se consolidando e se tornando exemplos de turismo criativo na Região Nordeste, com o apoio e iniciativas do SEBRAE/PB, fornecendo consultoria e treinamentos. Nota-se que os resultados têm sido bastante positivos, porque além da iniciativa do SEBRAE, existe a adesão e cooperação dos entes das regiões turísticas e destinos. Este é o exemplo do Brejo Paraibano, que através destas ações vem cada vez mais sendo destaque no turismo regional.

Uma característica comum na região são as grandes altitudes que contribuem junto a uma alta umidade para baixas temperaturas, principalmente nos meses de maio até agosto, chegando a 14°C. Este clima com aspecto europeu tem atraído investimentos imobiliários para a região, com maior presença em Bananeiras e Areia.

Cada um dos municípios que compõe a região do Brejo Paraibano possui características peculiares, muita riqueza cultural e um grande potencial para o turismo, seja ele cultural, pedagógico, gastronômico, religioso ou de aventura, o que tem contribuído bastante para o desenvolvimento econômico de toda região.

4.2.4 Entrevistas com os gestores municipais de turismo

Através de um questionário (ANEXO 1), foram consultado os gestores de turismo das cidades de Alagoa Grande, Alagoa Nova, Areia e Bananeiras, municípios que compõem a região do Brejo Paraibano, juntamente com Borborema, Matinhas, Pilões e Serraria, buscando

verificar o ponto de vista de cada um deles sobre seus municípios, enquanto atrativo turístico. O questionário também serviu para levantar potenciais anunciantes para a publicação.

4.2.4.1 Gestor de Turismo de Alagoa Grande

Rivaildo Alves dos Santos, Secretário Adjunto da Cultura e Turismo de Alagoa Grande. Guia de Turismo (MTUR) e agente de viagens. Ele disse que o município tem investido em obras de infraestrutura, revitalização e manutenção dos equipamentos e atrativos turísticos. Esses investimentos dão conforto e mais segurança para nossos visitantes e turistas, podendo aumentar o fluxo num futuro próximo. O calendário de eventos do município tem como destaques: Festa da Boa Viagem (01 de Fevereiro), Carnaval, Festejos Juninos (23 e 24 de junho), Festa de Emancipação Política (26 de julho) e a Rota Cultural Caminhos do frio (26 de agosto a 02 de setembro). O turismo no município tem predominância pelo pedagógico, casais, turista de aventura e ecoturista turista bate e volta (indivíduos em viagens rápidas) Turista solo e turista que busca uma experiência gastronômica. Locais de visitação: Teatro Santa Ign ez, Memorial Jackson do Pandeiro, Igreja Matriz Nossa Senhora da Boa Viagem, Lagoa do Pa , Quilombo Caiana dos Crioulos, Museu Casa de Margarida, Sítio Histórico e Engenhos Gregório e Lagoa Verde. Ele também afirma que o município precisa de capacita es, sinaliza o turística, melhoria da acessibilidade aos atrativos e equipamentos turísticos e informou que o município tem ampla participa o em eventos e feiras. Os potenciais anunciantes citados por ele foram: Grupo André Amaral, Grupo Triunfo, Destilaria Volúpia, Avícola Sérgio Alves, Grupo Cest o e Cachaça Paraíba.

4.2.4.2 Gestor de Turismo de Alagoa Nova

Jefferson Barbosa Lira, 36 anos, formado em Comunica o Social pela Universidade Estadual da Paraíba, Pós-gradua o em Comunica o e Marketing pela FMU, atualmente ocupa a fun o de Secretário de Cultura, Turismo e Juventude de Alagoa Nova. Ativista cultural, desde os meus 15 anos tenho vivência na comunica o e cultura, participando de grupos culturais da cidade. Ele afirma que o turismo rural, a gastronomia local, bem como o paisagem com serras e planaltos propícios para ecoturismo, são o que diferencia o seu município dos demais, na região do Brejo Paraibano. Disse também que a economia criativa está em pleno desenvolvimento, atraindo investidores e visitantes, que vêm em busca do turismo de aventura, gastronômico e turismo rural e cultural. Destaca os investimentos em estradas, moradias e

empreendimentos, além das parcerias com entidades privadas para recuperação de locais públicos e turísticos, apoio às associações de turismo, projeto para atração de turismo com realizações de eventos locais durante todo o ano. Os principais locais de visitação em seu município são: Cachoeira da Boa Vista, Engenho Olho D'água em ruínas, Barragem de Nova Camará, Caldeirões, Serra da Boa Vista, Igreja Matriz de Santa Ana, Biblioteca Analice Caldas e o Grupo de Pifano local. Ele citou as Empresas Hortaliças Sempre Verde, Água Santa Vitória, Cachaça Caninha do Brejo, Pimentel Gás e Destilaria Macaíba como potenciais anunciantes para a publicação “O Brejo EM REVISTA”.

4.2.4.3 Gestor de Turismo de Areia

Rinaldo Bandeira da Silva Costa, atualmente Secretário de Turismo e Cultura na cidade de Areia, é Formado em Geografia pela Universidade Estadual da Paraíba, com especialização em Geografia do Nordeste, Turismologia, Professor desde os 24 anos de idade, ele destaca no seu município, a sua rica história com manifestações culturais fortes que atravessam gerações, além do turismo cultural Turismo de experiências Turismo rural. Para ele, os principais pontos turísticos de Areia são: Teatro Minerva, Casa Pedro Américo, Casarão Solar José Rufino, Praça Pedro Américo, Pórtico de entrada da cidade, Engenho Triunfo, a Rota das Flores e a Galeria a céu aberto da Chã de jardim. Disse que Areia está posicionada em destaque dentre os principais destinos turísticos da Paraíba, mas que ainda precisa de melhoria da infraestrutura turística e dos espaços conhecidos como pontos turísticos, além de informações de fácil acesso sobre o destino.

4.2.4.4 Gestora de Turismo de Bananeiras

Karina de Leon Amado, Secretaria de Turismo de Bananeiras, Empresária no ramo de hotelaria, formada em hotelaria e gastronomia, destacou a hospitalidade de seu povo e que a cidade possui bons equipamentos de hospedagem, bons restaurantes e boa infraestrutura. Disse que o turismo envolve uma grande cadeia de pessoas e segmentos, como motoboy, setor de construção (pedreiros, pintores) diaristas, jardineiros. Classifica o turismo como principal fonte de renda do seu município e que o São João, o Natal Luz, a Páscoa, o Carnaval e o Caminhos do Frio são os grandes destaques para o turismo do município.

4.3. O Empreendedor

A Turismo Publicações Regionais do Nordeste nasce com o propósito de contribuir com o avanço do Brejo Paraibano, enquanto região turística, tendo como Diretor Administrativo Marcelo Félix Lopes, 51 anos, concluinte do Curso de Administração na Universidade Federal da Paraíba. Atual Secretário de Cultura e Turismo de Alagoa Grande/PB, já atuou em diversos segmentos, do varejo ao setor de Telecomunicações, sendo sócio do Provedor de Internet “Avexado.Com”, fundado em 2005, com sede em Alagoa Grande e área de atuação em 13 cidades da Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte.

Produtor Cultural e atuante na área do associativismo, exercendo por dois mandatos o cargo de Vice Presidente da CDL de sua cidade e também Secretário Tesoureiro da Associação Nacional para Inclusão Digital – ANID, com sede em João Pessoa/PB, desde 2008, onde exerceu as funções de Chefe do Setor de Relacionamento com Associados, Diretor de Projetos e Encarregado do Setor de Infraestrutura. Também foi ex-professor de Informática e Programador de Sistemas de Gestão Empresarial, até 2013, quando decidiu buscar uma formação de nível superior, como sempre desejou desde a infância.

Sua experiência na Câmara de Dirigentes Lojistas de Alagoa Grande – CDL, trouxe uma maior proximidade com o SEBRAE, através do qual já fez diversos cursos de capacitação, entre eles o EMPRETEC e o Curso de Desenvolvimento Territorial, com foco no Brejo Paraibano, época em que pôde entender e conhecer melhor as principais necessidades desta região.

Em 2015, ocasião do aniversário de 150 anos de emancipação política de sua terra natal, após uma atividade proposta na disciplina de Administração de Marketing I, decidiu desenvolver o projeto “Alagoa Grande EM REVISTA”, sua grande realização profissional e pessoal.

O presente projeto ora aqui apresentado é uma grande oportunidade de colocar em prática os diversos aprendizados nas salas de aulas da UFPB, durante este curso. Por todo o exposto acima, a Empresa Turismo Publicações Regionais do Nordeste tem um Diretor com plenas condições de realizar o trabalho proposto.

4.4. Plano de Negócios da Empresa Turismo Publicações Regionais do Nordeste

4.4.1 Descrição do negócio

O projeto aqui apresentado propõe a criação da Empresa Turismo Publicações Regionais do Nordeste, que atuará no ramo de editoração, marketing e publicidade, relacionado ao turismo

regional. Trata-se de uma empresa individual, não havendo portanto a necessidade de estrutura física, como um escritório.

O seu principal produto é a produção, editoração e distribuição de uma revista, com 98 páginas, colorida, mostrando em seu conteúdo as belezas da região do Brejo Paraibano. O título da revista, “O Brejo EM REVISTA”, remete exatamente à isso.

O idealizador deste projeto é natural do Brejo Paraibano e atua na área do turismo desde 2015, o que o qualifica para a realização do referido projeto, que pode inclusive ser expandido para outras regiões da Paraíba e até mesmo da Região Nordeste.

4.4.1.1 Missão

Divulgar o Brejo Paraibano, encantando os moradores da região, leitores, turistas e promovendo bons negócios.

4.4.1.2 Visão

Estabelecer parcerias através de suas páginas, para conectar leitores, turistas, empresas e instâncias de turismo, e parceiros regionais, mostrando as belezas do Brejo Paraibano para o mundo.

4.4.1.3 Valores

Encantamento, qualidade, credibilidade, pertencimento.

4.4.1.4 Oportunidade de Mercado

Devido a identificação de total ausência do produto proposto, notou-se que o segmento escolhido possui uma carência de serviços. O público alvo que a empresa pretende atender foi identificado após o estudo de caso de uma outra iniciativa semelhante, publicada em 2015. Após esse estudo, foi definida a oportunidades de atuação no mercado.

A revista terá abrangência regional, dentro do Estado da Paraíba, com possibilidade de também ser distribuída nos Estados vizinhos do Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará, através do envio via Correios, para as Agências de Viagens dos referidos Estados, pois muitos visitantes e turistas que hoje chegam à região do Brejo Paraibano são advindos dessas localidades.

4.4.1.5 Equipe de Trabalho

Para desenvolver o projeto, serão necessários três profissionais, que serão responsáveis pela pesquisa de campo e produção do conteúdo, um fotógrafo e um designer gráfico, para a produção da publicação. A captação de anunciantes e a distribuição dos exemplares ficarão sob a responsabilidade do Diretor da Empresa, que também responderá pela administração financeira. Um profissional de contabilidade também será contratado para auxiliar no processo contábil (emissão de notas fiscais e recibos), bem como a conciliação bancária. O desenvolvimento do site web e administração das redes sociais serão terceirizadas.

4.4.2 Produtos e Serviços

4.4.2.1 Descrição detalhada

“O BREJO EM REVISTA” é uma publicação impressa, colorida, em formato revista, com 98 páginas de conteúdo, que mostra ao leitor toda a grandiosidade do Brejo da Paraíba, a região mais encantadora e turisticamente atrativa do estado, destacando suas potencialidades, belezas naturais e arquitetônicas, sua gastronomia peculiar, sua rica cultura, sua história e seus muitos outros encantos. É um produto único, não tendo portanto nenhum paralelo na região até o momento.

4.4.2.2 Propriedade Intelectual

Haverá a necessidade de fazer o registro da marca “O Brejo EM REVISTA” junto ao INPI, bem como a registro de um domínio na internet, através do qual será desenvolvido o site web responsivo, que terá o mesmo conteúdo da revista impressa. Nesse portal, será possível solicitar um exemplar físico da revista e também interagir com a Empresa desenvolvedora da publicação.

4.4.3 Mercado e análise da concorrência

4.4.3.1 Análise do mercado

O Brejo Paraibano vem tornando-se um dos destinos preferidos de quem visita a Paraíba e são esses visitantes que terão, através da revista, motivos para conhecer e permanecer nos destinos turísticos que compõem a região que será mostrada na publicação, o que permitirá fazer negócios com os anunciantes da mesma.

Apesar de não haver quantitativos estatísticos sobre os turistas que visitam a região do Brejo Paraibano, algo que poderá ser apresentado na publicação “O Brejo EM REVISTA”, sabe-se que há um movimento contínuo de visitantes em todas as cidades, durante todo o ano.

As cidades desta região com maior fluxo de turistas são Areia e Bananeiras, sendo que a primeira recebe turistas praticamente durante todos os dias da semana e a segunda, tem maior concentração nos finais de semana. Já Alagoa Grande, por conta de seus atrativos culturais, como o Memorial Jackson do Pandeiro, o Theatro Santa Ignêz e o Museu Casa Margarida Maria Alves, tem um fluxo razoável de visitantes, no entanto, poucos desses permanecem na cidade. As demais cidades, recebem um número menor de turistas, exceção feita quando há nessas localidades algum evento religioso, romaria, festa do(a) padroeiro(a) ou durante as festas alusivas à sua emancipação política.

4.4.3.2 Análise da concorrência

A publicação “O Brejo EM REVISTA” é um produto único, portanto não encontrará concorrentes nas mesmas características no mercado em que será distribuída. Ainda assim, conforme apresentado neste trabalho, há alguns fatores que poderão agir como concorrentes, como o baixo interesse pela leitura e a facilidade de encontrar conteúdos similares na internet. Mas nenhum desses pontos deverão ter impacto na produção, distribuição e aceitação da referida publicação.

4.4.4 Plano de marketing e vendas

4.4.4.1 Estratégia de marketing

Para alcançar o público-alvo, assim como foi feito no caso utilizado como modelo, a publicação será distribuída em pontos estratégicos, seja pelo fluxo de visitação, no caso das agências de viagens, aeroportos e terminais de passageiros, seja pelo tempo de permanência no estabelecimento, como restaurantes, cafés, pousadas e hotéis. Além disso, os perfis nas diversas redes sociais, serão utilizados como canais de marketing da publicação, mensagens-chave e orçamento de marketing.

4.4.4.2 Estratégia de vendas

A publicação “O Brejo EM REVISTA” terá distribuição gratuita, portanto, será no contato com os anunciantes que será feito todo o trabalho de busca, negócios e receita. Esse trabalho será feito com visitas in loco nas empresas da região, às quais serão apresentadas a proposta de anúncio. No caso de solicitação de exemplares via Correios, a empresa Turismo Publicações Regionais do Nordeste também seria responsável pelos custos das despesas de envio, já que em se tratando de publicações como livros e revistas, Os Correios oferecem opções bastante acessíveis.

4.4.4.3 Projeções de vendas

Como proposta inicial, a publicação “O Brejo EM REVISTA” será produzida em uma única tiragem de 5 mil exemplares e disponibilizará 50 cotas de anúncios, ao valor médio de R\$ 1.000,00 cada. Os anúncios terão valores diferenciados, dependendo do tamanho que ocuparão na página (página inteira, meia página ou 1/3 de página) e também o seu posicionamento (contracapa frente, contracapa verso, página de rosto, no verso ou no miolo da revista). A receita total dos anúncios para esta edição deve equivaler ao valor de R\$ 50.000,00 (ANEXO 4)

4.4.5 Plano operacional

4.4.5.1 Localização e instalações:

O endereço sede da Empresa Turismo Publicações Regionais do Nordeste será na cidade de Alagoa Grande, Paraíba, localizada na região central do Brejo Paraibano, onde também é o endereço residencial do Empreendedor e Diretor da Empresa. A sala será alugada por um período de quatro meses, na Rua 7 de Setembro, nº 45 e o já dispõe de conexão compartilhada de internet de alta velocidade, com conexão de fibra ótica. A aquisição de computadores e impressoras, para o suporte no atendimento durante todo o processo de produção e distribuição das revistas, não será necessária, visto que o Empreendedor já possui os referidos equipamentos.

4.4.6 Plano financeiro

4.4.6.1 Demonstrações financeiras

A partir de orçamentos feitos com duas gráficas de João Pessoa (Gráfica JB e Gráfica A UNIÃO), haverá a necessidade de fechar parcerias com empresas da região, de modo que seja

garantida a venda de 60% das cotas estipuladas, que corresponde ao nível de vendas necessário para cobrir todos os custos da produção e da distribuição das revistas, bem como do valor aportado para o início dos trabalhos na Empresa (visita às cidades para a coleta de fotos e matérias, contatos com anunciantes e a diagramação desta edição da publicação. (ANEXO 4).

4.4.6.2 Necessidades de financiamento

Não haverá necessidade de financiamento para iniciar o projeto. Será utilizado o capital próprio do Empreendedor e Diretor Administrativo para cobrir os custos iniciais (visitas aos municípios, pagamento dos serviços do fotógrafo e do designer gráfico), bem como os custos de registro da marca e o desenvolvimento do site). O custo mais significativo, que é o da impressão dos exemplares, será coberto pelas parcelas iniciais das cotas de anúncios, negociados com as empresas parceiras do projeto.

4.4.7 Considerações finais sobre o projeto

4.4.7.1 Destaques do Negócio

Após todo o estudo efetuado e com base no caso utilizado como exemplo nesse trabalho, o projeto da publicação “O Brejo EM REVISTA” mostra um bom potencial, pois é um produto de fácil aceitação, de clara necessidade para o mercado que ele pretende atender e tem como diferencial a aposta no desenvolvimento regional e no pertencimento de todos os envolvidos no projeto, tendo inclusive, um grande potencial de crescimento, pois a mesma ideia poderá ser levada para outras regiões, como o Cariri, o Agreste, o Sertão ou até mesmo o litoral paraibano.

4.4.7.2 Conclusão

O Turismo é a indústria sem chaminés. É a atividade que mais cresce no mundo. E uma região de tantas belezas como o Brejo Paraibano merece ser ainda divulgada. A publicação “O Brejo EM REVISTA” vai potencializar a divulgação dessas belezas, promovendo o destino, atraindo visitantes e gerando satisfação e produzindo riquezas. Esse é o nosso negócio!

4.5 OS MUNICÍPIOS DO BREJO PARAIBANO

4.5.1 Alagoa Grande

Alagoa Grande é a porta de entrada do Brejo Paraibano. Cidade natal do artista Jackson do Pandeiro, conhecido nacionalmente como o “Rei do Ritmo”, ela encanta quem a visita por suas inúmeras belezas, seu povo hospitaleiro e suas riquezas culturais. Logo na entrada da cidade, o visitante já percebe uma forte identificação com o seu mais ilustre filho, por conta de um enorme portal em forma de pandeiro, instrumento que consagrou José Gomes Filho. Alagoa Grande também é terra da líder sindical Margarida Maria Alves, do Poeta Osório Paes, do estadista Osvaldo Trigueiro de Albuquerque Mello, do cordelista Manoel D’Almeida Filho e do fotógrafo Alberto Ferreira (autor da famosa foto da “bicicleta de Pelé).

No centro histórico, destaca-se a belíssima igreja matriz e o Theatro Santa Ignêz, terceiro mais antigo do estado. É no centro histórico da cidade, onde encontramos também o Memorial Jackson do Pandeiro, que recebe visitantes do Brasil inteiro e até mesmo de outros países do mundo. O local (onde estão guardados os restos mortais do artista, nascido em 1919), guarda um vasto conteúdo de peças e registros históricos do músico.

O Museu Casa de Margarida Maria Alves é outro ponto de grande importância histórica e que merece ser visto por todos. A casa, transformada em museu em 2001, guarda fotos, livros, recortes de revistas e jornais que contam a história da sindicalista, assassinada de forma brutal, com um tiro no rosto, em 1983, na porta de sua casa. O Museu fica próximo do centro da cidade, no caminho para o Quilombo Caiana dos Crioulos, que é reconhecido pela Fundação Palmares e mantém ainda hoje muito de sua cultura tradicional.

A gastronomia é um grande atrativo para os visitantes, que podem apreciar pratos típicos em bons restaurantes, como o Banguê (no Engenho Volúpia), o Sabores do Rei, o Restaurante Rita de Chicó e o Bistrô Maria da Pá Virada, que servem comidas típicas como a galinha de capoeira, a buchada de bode e a fava, da qual a cidade é a maior produtora do Brasil.

No artesanato, possui uma grande produção de trabalhos em madeira, tecido, crochê e pinturas em tela. A cidade conta com boas opções de hospedagem e preços acessíveis.

- Site oficial: <https://alagoagrande.pb.gov.br>
- Fundação: 26 de julho de 1865
- Área total: 320,558 km²
- População: 26.062 habitantes



Figura 5 – Portal do Pandeiro, localizado na entrada da cidade, na PB-079.
Fonte: autor



Figura 6 – Bandeira do município. Fonte: site institucional do município
Fonte: Site Institucional do Município. Acesso em 10 abr. 2024

4.5.2 Alagoa Nova

Alagoa Nova é um município brasileiro do estado da Paraíba, localizado na Região Metropolitana de Esperança. De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), no ano de 2006 sua população era estimada em 19.146 habitantes. Área territorial de 122 km². A região era primitivamente habitada pelos índios bultrins, da nação cariri. Foi fundado um aldeamento, a Aldeia Velha, posteriormente chamado de Bultrin. Com a promulgação do Diretório dos Índios, em 1760 as terras indígenas do aldeamento extinto foram invadidas por fazendeiros, gerando um conflito com os indígenas, que resistiram à invasão. Os índios foram vencidos. Muitos foram escravizados. Remanescentes destes indígenas foram

viver na missão do Pilar. Os portugueses estabeleceram então fazendas na região, que foram os núcleos de novos povoados. Em 1763 o governador Francisco Xavier de Miranda Henrique concedem as terras do Olho D'Água da Prata, vizinhas ao aldeamento Bultrin a Maria Tavares Leitão e seu filho, o alferes José Abreu Tranca. Utilizando mão de obra escrava, cultivaram agricultura de subsistência e criaram gado. O excedente de farinha era vendido para o sertão, o que levou o historiador Epaminondas Câmara a denominar este período de "civilização da farinha". O distrito foi criado com a denominação de Alagoa Nova, pela lei provincial nº 6, de 22 de fevereiro de 1837 e instalado em 27 de fevereiro de 1851, subordinado ao município de Campina Grande. Foi elevado à categoria de vila com a denominação de Alagoa Nova, pela lei provincial nº 10, de 5 de setembro de 1850, desmembrado de Campina Grande, com sede no núcleo de Alagoa Nova. distrito sede. O município foi palco da Revolta do Quebra-Quilos, em 1874. Nesta ocasião, o arquivo da prefeitura foi incendiado, o que fez com que parte da história do município fosse perdida. Em 5 de junho de 1900, foi extinta a vila de Alagoa Nova. Foi novamente elevado à categoria de município com a denominação de Alagoa Nova, pela lei nº 215, de 10 de novembro de 1904. Pelo decreto-lei estadual nº 1164, de 15 de novembro de 1938, o município de Alagoa Nova passou a denominar-se Laranjeiras. Depois, o decreto-lei estadual nº 520, de 31 de dezembro de 1943 retornou o município ao nome de Alagoa Nova[5].

Alagoa Nova, cidade brejeira, fincada no agreste paraibano, distante cerca de 28 km de Campina Grande, tem sua potencialidade no turismo rural, com destaque para sua geografia de serras e matas, meio rural bastante visitado. Possui engenhos em atividade e de fogo morto, com boa produção da cachaça e rapadura. Como principais pontos turísticos, tem o Parque da Lagoa “Manoel Pereira”, Barragem de Nova Camará, Cachoeira da Boa Vista, o Portal Pedro Moreno Gondim, todos estes podendo ser visitados e forma isolada ou em caminhos para trilhas.

Na gastronomia como case de sucesso, o município possui os restaurantes rurais que participam da Rota dos Sabores, produto que surgiu no ano de 2021, fortalecendo uma parceria entre a o setor de turismo e os empresários locais. com a ida de artesãos e produtores aos estabelecimentos durante todo um mês, tendo ao final a consolidação de marcas que participaram deste produto.

No calendário municipal de eventos tem em fevereiro o retiro de carnaval, em março o desafio de Mountain Bike, no mês de abril a encenação da Paixão de Cristo e a Festa do Produtor Rural, no mês de julho a Padroeira do Município “Festa de Santa Ana”, em agosto a Rota Caminhos do Frio, em setembro Motocross e Emancipação Política da cidade, outubro, a

Semana da Leitura e finalizando os eventos em dezembro o Natal na Praça. O forte da cidade é o turismo rural, tendo diversas correntes como o turismo de aventura na cachoeira, trilhas, passeios ciclísticos, trilhas de moto, enduro 4x4 e o turismo gastronômico.

Bons lugares para comer são o restaurante Dona Berna ou o restaurante Pesque e Pague São João – São Tomé. Já para se hospedar a dica é a Pousada e Restaurante Quinta do Sabiá ou a Pousada Do Cavalcante.

- Site oficial: <https://alagoanova.pb.gov.br>
- Fundação: 10 de novembro de 1904
- Área: 122.254 km²
- População: 21.013 habitantes

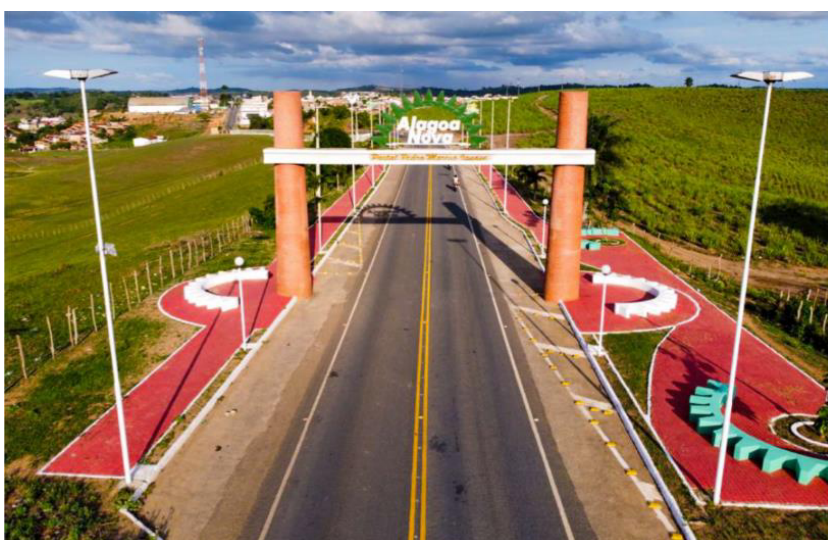


Figura 7: portal de entrada da cidade.

Fonte: Site Institucional do Município. Acesso em 10 abr. 2024

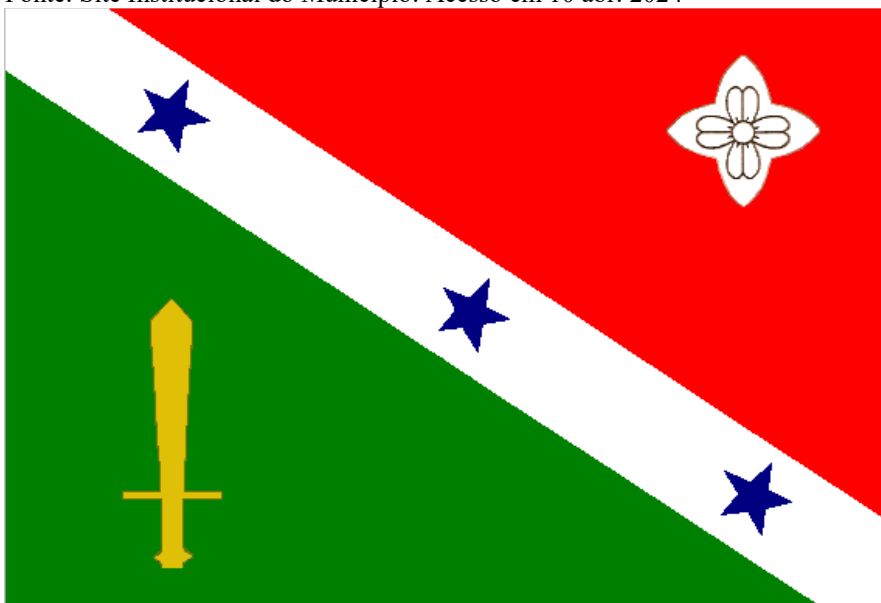


Figura 8 – Bandeira do município.

Fonte: Site Institucional do Município (acessado em abril de 2024)

4.5.3 Areia

Areia abre suas janelas coloniais para as serras locais e escancara portas de engenhos centenários para visitantes que queiram conhecer a produção de cachaça e rapadura artesanais. Em Areia, o Roteiro Caminho dos Engenhos permite vivenciar a história da Civilização do Açúcar. O charme da arquitetura do passado lembra aos visitantes que Areia foi o centro da cultura paraibana no passado. A arquitetura dos casarões seculares, os engenhos artesanais de cana-de-açúcar, a rica cultura da região, a gastronomia local e a vegetação exuberante são os destaques desse charmoso roteiro.

Areia contém cerca de 28 engenhos que permitem reviver a história da Civilização do Açúcar. Capital Paraibana da Cachaça. Tombada pelo IPHAN. Uma viagem na histórica cidade de Areia leva aos tempos dos engenhos de cana de açúcar, permitindo ao visitante degustar produtos feitos na hora, e participar da produção. Vale a pena conhecer os engenhos produtivos de cachaça e rapadura, experimentar a gastronomia regional, vivenciar trilhas ecológicas, contemplar e conhecer a história do ciclo do açúcar presente nos museus e no casario histórico da cidade brejeira que estão inseridas nos Caminhos dos Engenhos do Roteiro Integrado Civilização do Açúcar.

Areia também faz parte da Rota Cultural Caminhos do Frio, localizada a aproximadamente 120 km da Capital e a 45 km de Campina Grande. Localizada na Mesorregião do Agreste e na Microrregião do Brejo, no píncaro da Serra da Borborema a 618 m de altitude.

Sugestões de hospedagem são o Hotel Fazenda Triunfo, a Casa do Lago e a Pousada Aconchegart. Já para comer alguns locais indicados são os restaurantes Azul Histórico, Vó Maria, Bambu Brasil, A Casa do Doce, Vaca Brava e a Talha.

- Site oficial: <https://areia.pb.gov.br/>
- Fundação: 18 de maio de 1846
- Área total: 269,13 km²
- População: 22.633 habitantes



Figura 9 – Casario antigo, na avenida principal da cidade. Tombada pelo IPHAN
Fonte: Site Institucional do Município. Acesso em 10 abr. 2024



Figura 10 – Bandeira do município.
Fonte: Site Institucional do Município. Acesso em 10 abr. 2024

4.5.4 Bananeiras

Bananeiras é uma cidade no interior da Paraíba com grandes patrimônios históricos, belezas naturais e clima frio Serrano. Aqui o turista procura turismo rural, boa gastronomia e excelentes hospedagens de alto padrão.

O turismo na cidade de Bananeiras se consolidou devido à chegada de grandes condomínios de alto padrão, trazendo uma população flutuante que gera sustentabilidade aos equipamentos turísticos durante todo o ano. Essa demanda faz com que todas as pessoas que

trabalham na área turística busquem se profissionalizar para atender a exigência do público de alto luxo.

Bananeiras está se tornando não só um ponto turístico, mas um destino turístico já consolidado nacionalmente.

- Site oficial: <https://bananeiras.pb.gov.br>
- Fundação: 16 de outubro de 1879
- Área total: 257,981 km²
- População: 23.134 habitantes



Figura 11 – Igreja Matriz Nossa Senhora do Livramento.
Fonte: Portal Destino Brejo. Acesso em 10 abr. 2024



Figura 12 – Bandeira do município.

Fonte: Site Institucional do Município. Acesso em 10 abr. 2024

4.5.5 Borborema

A ocupação das terras onde hoje se localiza o município iniciou-se em 1912 com a aquisição de terras pelo advogado José Amâncio Ramalho, vindo da cidade vizinha de Araruna – PB. Ramalho construiu um açude e depois uma hidrelétrica que forneceu iluminação às cidades de Pilões, Serraria, Solânea, Bananeiras e a própria Borborema até 1962.

Na década de 20, foi construída a igreja de Nossa Senhora do Carmo. José Amâncio Ramalho, muito empreendedor, teve a preocupação de contratar um engenheiro para planejar a cidade. Com isso, as ruas são todas largas e com mão e contra-mão completamente separadas por canteiros de árvores, e as ruas são feitas em blocos todas com saídas distintas. Logo após a vontade de emancipar-se tomou conta dos grandes homens da vila que recebeu dentre outros nomes: Camucá, Borborema, Boa Vista e por fim Borborema.

Como todo os destinos da Região predomina o Turismo Rural e cultural. Um bom local para se hospedar é a pousada Nossa Senhora de Lourdes. Para comer, o Restaurante e Bar do Roncador é muito procurado.

- Site oficial: <https://borborema.pb.gov.br>
- Fundação: 18 de maio de 1959
- Área: 25.984 km²
- População: 4.214 habitantes



Figura 13 – Praça da Matriz Nossa Senhora do Carmo
Fonte: Site Destino Brejo. Acesso em 10 abr. 2024



Figura 14 – Bandeira do município.
Fonte: site institucional do município (acessado em abril de 2024)

4.5.6 Matinhas

Conhecida pela temperatura, Matinhas está localizada na Microrregião do Brejo Paraibano, distante 135 Km da capital João Pessoa e 24km de Campina Grande. As cachoeiras

do Pinga e do Altar, os laranjais, a cultura religiosa e a gastronomia presentes na zona rural atraem visitantes de todos os cantos o ano inteiro. O Município ficou conhecido nacionalmente por realizar eventos de grande porte como a Festa da Laranja/Festival Nacional da Tangerina, Rota Cultural Caminhos do Frio, Festa de Padroeiro e São João.

A cidade dispõe no momento de hospedagens alternativas (há empreendimento para ser inaugurado até o final deste ano – Pousada Rural).

O restaurante Beto do Peixe, localizado no Sítio Juá, fica há 1km da cidade e é o estabelecimento que mais atrai turistas o ano todo à cidade. Já no restaurante Rural do Inácio Camilo, localizado do Sítio Juá de Baixo, oferece comida regional.

- Site oficial: <https://matinhas.pb.gov.br>
- Fundação: 29 de abril de 1994
- Área: 38.123 km²
- População: 4.571 habitantes



Figura 15 – Praça na entrada da cidade
Fonte: Site Destino Brejo. Acesso em 10 abr. 2024

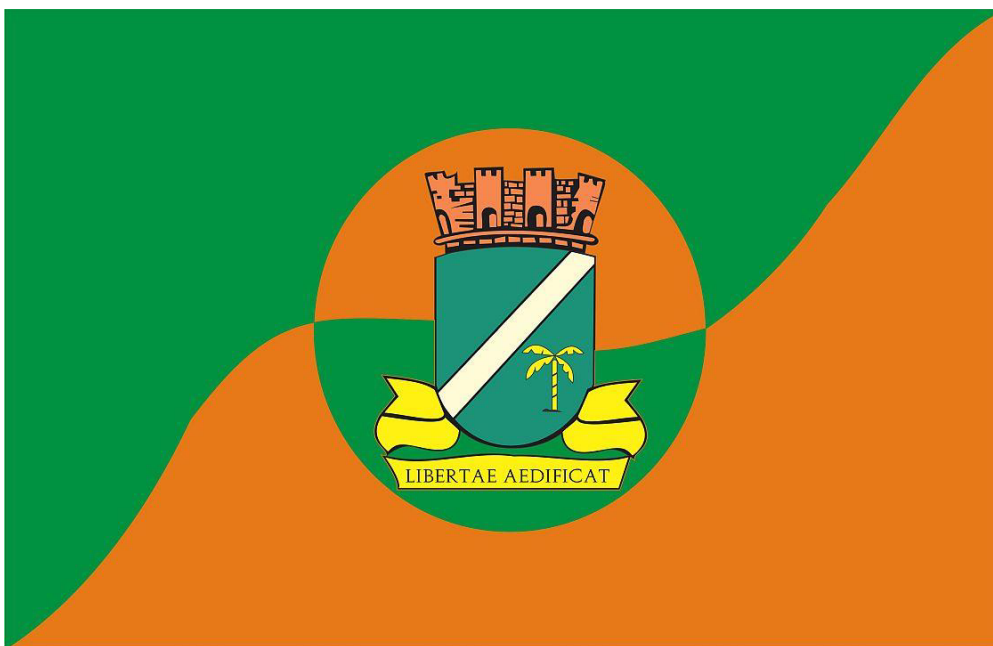


Figura 16 – Bandeira do município.

Fonte: Site Institucional do Município. Acesso em 10 abr. 2024

4.5.7 Pilões

O município de Pilões é conhecida como a cidade das flores, também é bastante pelo turismo criativo em seus roteiros. Com maior potencial turístico rural e de aventura, tem a Cachoeira de Ouricuri e a Cachoeira da Manga, além da Pedra do Cruzeiro, com altura de mais de 200m, destino dos amantes do rapel, pois é oferecido o maior do Estado da Paraíba.

Ainda no meio rural, tem a Cooperativa de Floricultores da Paraíba – Cofep, a Fábrica de Cocada e o Memorial Casa de Farinha. Chegando na cidade, pode-se visitar o Museu de Arqueologia de Pilões, o primeiro do segmento no Estado da Paraíba e o terceiro do país, que foi inaugurado em 2023.

Na gastronomia rural, destacam-se os restaurantes Café na Varanda, Rancho da Serra e o Targino's Sítio, além da Pizzaria Rural Ery Massas. Na cidade há ainda o Restaurante Beira Rio. O município conta com oito pousadas, entre elas estão a Pousada Casa Grande, na Praça João Pessoa, a Pousada Fazenda Pinturas e a Pousada Rural Santa Rita.

- Site oficial: <https://piloes.pb.gov.br>
- Fundação: 20 de agosto de 1953
- Área total: 64,447 km²
- População: 6.815 habitantes



Figura 17 – Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus
Fonte: Site Destino Brejo. Acesso em 10 abr. 2024



Figura 18 – Bandeira do município.
Fonte: site institucional do município. Acesso em 10 abr. 2024

4.5.8 Serraria

Moradores e historiadores revelam que serraria ganhou destaque como tal a partir de 1851. O povoado localizado no alto de uma serra era conhecido como Espinhaço do Brejo, sendo o caminho para as pessoas que vinham do Sertão e que tinham como destinos Guarabira ou Mamanguape. O povoado teria surgido a partir da instalação de uma serralheria por Manoel Birindiba que, posteriormente, daria nome ao lugarejo de maneira adaptada.

O estabelecimento teria sido destruído e em seu lugar, erguida a igreja matriz do Sagrado Coração de Jesus, no coração da cidade. Naquele mesmo ano é construída por Firmiano Fernandes a capela de Nossa Senhora da Boa Morte, favorecendo o desenvolvimento do povoado. Serraria se destacou pelo plantio de cana de açúcar, agave, fumo e café, chegando a exportar agave para Europa. Já registrou o funcionamento de 42 engenhos até a década de 1980, produzindo rapadura e cachaça.

A Cidade de Serraria, rica em belezas naturais, está sempre preparada pra receber todas as pessoas que ali chegam para desfrutar das maravilhas e conhecer através dos engenhos arquitetônicos sua história, culinária regional e um clima natural do Brejo Paraibano.

Alguns estabelecimentos indicados na localidade são a Taberna Bar, o Mirante 360° e a Pousada tia Cicera.

- Site oficial: <https://serraria.pb.gov.br>
- Fundação: 4 de dezembro de 1883
- Área: 84.81 km²
- População: 4.885 habitantes



Figura 19 – Igreja Matriz Sagrado Coração de Jesus
Fonte: Site Destino Brejo. Acesso em 10 abr. 2024



Figura 20 – Bandeira do município.

Fonte: site institucional do município. Acesso em 10 abr. 2024

4.6 Parceiros e Investidores

A publicação “O BREJO EM REVISTA” se mostra uma oportunidade diferenciada para as Empresas da região do Brejo divulgarem as suas marcas e seus produtos, pois poderão alcançar um público específico e aumentar o reconhecimento da marca. Anunciar em uma revista tem vantagens, como a possibilidade de segmentação, o que vai permitir que essas empresas alcancem pessoas que realmente de interessam por seus produtos ou serviços, podendo inclusive aumentar a eficácia de uma campanha para gerar bons negócios.

As revistas possuem um alto nível de credibilidade, o que contribui para aumentar a confiança do público numa determinada marca, seja para uma empresa nova, uma empresa consolidada ou mesmo uma empresa que deseje entrar em um novo mercado. Isso porque as revistas impressas tem alta qualidade de produção, tornando os anúncios atraentes e fazendo com que o anunciante se destaque dos seus concorrentes.

Algumas empresas foram abordadas e demonstraram interesse em anunciar na publicação “O BREJO EM REVISTA”, quando a publicação for realizada. Apesar de ter um tempo de resposta maior que outros tipos de publicidade (como o marketing on line, por exemplo), os empresários acharam a proposta interessante (ANEXO 3).

5. NOTAS CONCLUSIVAS

5.1 Introdução

As micro e pequenas empresas têm fundamental importância na economia do país, dada a sua capacidade de desenvolver novos negócios. Porém, qualquer que seja o negócio a ser desenvolvido, o futuro empresário precisa fazer um planejamento e principalmente elaborar um Plano de Negócios, de forma que possa minimizar os riscos que certamente surgirão no empreendimento. Este foi um dos propósitos desse trabalho ao mostrar a importância dessa ferramenta.

5.2 Alcance dos Objetivos Específicos e Geral

Ao concluir este trabalho, verifica-se que o estudo apresentado demonstra que é possível atingir os objetivos elencados, dado o conhecimento teórico e prático do Empreendedor na atividade proposta. Essa familiaridade com o negócio já torna-se explícita a partir da missão, visão e valores da Empresa Turismo Publicações Regionais do Nordeste. O estudo também deixa claro que a sua estrutura organizacional está em consonância com a proposta do Plano de Negócios. O Estudo de Caso utilizado estabelece confiança nos resultados a serem alcançados, indicados no Plano de Negócios do capítulo quatro, e que a publicação “O Brejo EM REVISTA” é viável financeiramente, com risco moderado e boa expectativa de rentabilidade, dado o interesse do mercado por um produto proposto no estudo.

5.3 Limitações para a execução do TCC

Houve limitações de tempo e disponibilidade de informações para a concepção do projeto “O Brejo EM REVISTA”. Mas, consideramos como principal material de estudo um produto elaborado pelo autor, em 2015 (Apêndice 1). No entanto, como o produto proposto é pouco comum no mercado local, torna-se difícil uma avaliação prévia do impacto da publicação no mercado de turismo dos municípios, mas a estimativa é bastante otimista, pois a Região está passando por ajustes nos Planos de Desenvolvimento dos Municípios devido à crescente movimentação imobiliária ofertando lotes em Condomínios Residenciais. Para este trabalho, nós desenvolvemos um modelo de Plano de Negócios adaptado a esta realidade, pois não encontramos outro semelhante que pudesse ser aplicado no projeto apresentado neste trabalho.

O resultado demonstra boa rentabilidade e os parceiros em níveis governamentais e comerciais tem se mostrado bastante animados e otimistas com esta proposta.

5.4 Trabalhos Futuros

A expectativa do autor é de transformar esse projeto em um produto e lança-lo no mercado, tal qual ocorreu em 2015. Naquela oportunidade, uma simples atividade de sala de aula, na Disciplina Administração de Marketing I foi transformada na maior realização pessoal e profissional do autor. Será um projeto de grande relevância para a região do Brejo Paraibano.

Esse trabalho se torna pioneiro nesta área para o Curso de Graduação em Administração, pois apresentamos uma proposta que interliga as dimensões da Academia (UFPB), Setor Público (Prefeituras Municipais, Desenvolvimento Regional e Estadual), e iniciativa Privada, fortalecendo o comercio, as estruturas culturais (Museus, Casas de Shows com músicas e apresentações Regionais). Cada instância contribuindo com o que tem de melhor. E tudo isso se reverte em benefícios para a população que passa a dispor de uma ferramenta que fortalece a Geração de Emprego e Renda através de produtos locais.

Esse é um bom projeto para a Universidade se inserir, pois, ao fomentar o Desenvolvimento Sustentável Regional no Brejo Paraibano, gera uma série de benefícios e, ao realizar esse tipo de Projeto Pioneiro, pois o mesmo pode se tornar um Modelo Teórico ao demonstrar potencial para ser replicado em outras microrregiões da Paraíba e de outros estados, também se trata de um conjunto de ações e iniciativas decoloniais, pois fortalece as populações locais e atrai turistas do mundo todo. Essa Indústria Sem Chaminé, sem fumaça, sem poluição, é altamente benéfica para o Brejo, para a Paraíba e para o Brasil. Breve os turistas também estarão visitando os vários Quilombos da região, participando in loco de atividades, bem como o Museu de Antropologia de Pilões, o único dessa categoria na Paraíba. O Brejo tem surpresas, pra além das estruturas: as pessoas são simpáticas, receptivas, alegres e trabalhadoras.

REFERÊNCIAS

ALAGOA GRANDE. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Alagoa_Grande> Acesso em 11 Mar. 2024

ALAGOA GRANDE, **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Alagoa_Grande> Acesso em 10 Abr. 2024

ALAGOA NOVA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Alagoa_Nova> Acesso em 11 Mar. 2024

ALAGOA NOVA, **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <<https://alagoanova.pb.gov.br/>> Acesso em 10 Abr. 2024

AREIA. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Areia_\(Paraíba\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Areia_(Paraíba))> Acesso em 11 Mar. 2024

AREIA, **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <<https://areia.pb.gov.br/>> Acesso em 10 Abr. 2024

AZUBEL, Larissa Lauffer Reinhardt. **Jornalismo de revista: um olhar complexo**. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/58942> Acesso em 11 Mar. 2024

BANANEIRAS. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Bananeiras>> Acesso em 11 Mar. 2024

BANANEIRAS, **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <<https://www.bananeiras.pb.gov.br/>> Acesso em 10 Abr. 2024

BENI, Mario Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters** – Barueri, SP: Manole, 2012.

BESSANT, John. **Inovação e empreendedorismo [recurso eletrônico]** / John Bessant, Joe Tidd ; tradução: Francisco Araújo da Costa.–3. ed.–Porto Alegre: Bookman, 2019.

BIAGIO, Luiz Arnaldo. **Como elaborar o Plano de Negócios**. Barueri, São Paulo: Manole, 2013

BORBOREMA. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Borborema_\(Paraíba\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Borborema_(Paraíba))> Acesso em 11 Mar. 2024

BORBOREMA, **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <<https://borborema.pb.gov.br/>> Acesso em 10 Abr. 2024

BREJO PARAIBANO, **Micro Região do**. Disponível em: <<https://www.cidade-brasil.com.br/microrregiao-do-brejo-paraibano.html>> Acesso em 26 Ago. 2023

CORDEIRO, Renata de Sousa. **Os caminhos do frio no desenvolvimento do Brejo Paraibano**; Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2014. Disponível em: <http://tede.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/tede/2131> acesso em 26 Ago. 2023

DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de Negócios: seu guia definitivo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FRANKLIN, Arthur Zanuti; Stephan, Ítalo Itamar Caixeiro; Reis, Luiz Fernando. **O Turismo em Pequenas Cidades de Minas Gerais**. 2020

FUNARI, Pedro Paulo; Pinsky, Jaime. **Turismo e patrimônio cultural** – 5. ed.– São Paulo: Contexto, 2019.

GALVÃO, Suênia de Fátima Silva, et. al. **Caminhos do Frio – Rota Cultural: o Planejamento Estratégico e as Políticas Públicas no Desenvolvimento da Região do Brejo Paraibano**. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/Abr.Caminhos%20do%20Frio%20-%20Rota%20Cultural%20o%20Planejamento%20Estrategico%20e%20as%20Politicass.pdf> Acesso em 26 Ago. 2023

GUTE PROPAGANDA. **A importância da mídia impressa**, Disponível em: <https://gutepropaganda.com.br/a-importancia-da-midia-impressa/>> Acesso em 26 Ago. 2023

HUERTAS, Carolina. **Transformação e desafios: qual o futuro das revistas?** Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/transformacao-e-desafios-qual-o-futuro-das-revistas>> Acesso em 26 Ago. 2023

LENZI, Fernando César. **A nova Geração de Empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios** – São Paulo/SP: Editora Atlas S/A, 2009.

MATINHAS. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Matinhas>> Acesso em 11 Mar. 2024

MATINHAS, **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <https://matinhas.pb.gov.br/>> Acesso em 10 Abr. 2024

MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos – 8. ed. – Barueri/SP: Atlas, 2022.

PBTUR, Assessoria de Imprensa. **Turismo paraibano cresce 5,4% e Estado é o primeiro do Nordeste no ranking do faturamento, aponta Fecomercio-SP**. Disponível em: <https://www.pbtur.pb.gov.br/2024/Abr.04/turismo-paraibano-cresce-54-e-estado-e-o-primeiro-do-nordeste-no-ranking-do-faturamento-aponta-fecomercio-sp/>> Acesso em 02 Abr. 2024

PILÕES. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Pilões_\(Paraíba\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Pilões_(Paraíba))> Acesso em 11 Mar. 2024

PILÕES, Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://piloes.pb.gov.br/>> Acesso em 10 Abr. 2024

PRINTER, Grupo. **Publicações impressas ainda são relevantes.** Disponível em: <<https://www.grupoprinter.com.br/blog/vale-a-pena-produzir-publicacoes-impressas/>> Acesso em 26 Ago. 2023

QUAL VIAGEM. **Brejo Paraibano: destino encanta com atrações em diversos município.** Disponível em: <https://www.qualviagem.com.br/brejo-paraibano-destino-encanta-com-atracoes-em-diversos-municipios/> Acesso em 26 Ago. 2023

RODRIGUES, Leandro Paiva do Monte. **A formação territorial do Brejo paraibano e a luta pela terra: o caso do assentamento Nossa Senhora de Fátima. 2012. 212 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.**

SARKAR, Soumodip. **Empreendedorismo e Inovação.** Lisboa, Portugal: Escolar Editora, 2007.

SEABRA, Giovanni. **Paraíba.** João Pessoa, PB. Editora da UFPB, 2014.

SERRARIA, Prefeitura Municipal. Disponível em: <<https://serraria.pb.gov.br/>> Acesso em 10 Abr. 2024

SERRARIA. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Serraria_\(Paraíba\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Serraria_(Paraíba))> Acesso em 11 Mar. 2024

SERPA, Esmeralda Macedo...[et al]. **Turismo, patrimônio e regionalização - São Paulo: Érica, 2019.**

ANEXOS

ANEXO 1 - RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO (Secretários de Turismo)

1. Nome do município

Alagoa Grande

2. O que diferencia o seu município dos demais municípios da região do Brejo Paraibano?

O que nos diferencia é a forma como recebemos quem nos visita, mostrando nossas potencialidades e evidenciando nossa cultura, nossa gente e nossos atrativos.

3. O que o TURISMO representa hoje para o seu município, enquanto vetor de desenvolvimento econômico?

Representa um relevante desenvolvimento, englobando uma quantidade de atividades, de lazer e de serviços bastante significativas.

4. Quais produtos turísticos o seu município promove?

Rota caminhos dos engenhos, Rota 079

5. Quais as principais festas e eventos realizados? Quais as datas?

Festa da Boa Viagem (01 de Fevereiro) Carnaval , Festejos Juninos (23 e 24 de junho) Emancipação Política (26 de julho) Rota Cultural Caminhões do frio (26 de agosto a 02 de setembro)

6. Qual o perfil do turista que visita hoje o seu município?

Pedagógico, casais, turista de aventura e ecoturista turista bate e volta (indivíduos em viagens rápidas) Turista solo e turista que busca uma experiência gastronômica.

7. Como o município vê hoje o seu posicionamento no mercado paraibano, enquanto destino turístico?

Temos um olhar ainda modesto em relação ao posicionamento no mercado no nosso Estado, onde poderíamos explorar de forma mais efetiva nossas potencialidades.

8. O município utiliza alguma ferramenta de marketing para a sua promoção no mercado turístico? Se sim, quais são elas?

Sim. Redes sociais, feiras e eventos.

9. O município participa de feiras de turismo, para promover o destino e atrair visitantes de outras regiões?

Sim, como exemplo temos a Expo Turismo PB e Rural Tur

10. Existem medidores de desempenho que possam, de forma periódica, avaliar o aumento ou queda no número de visitantes no município?

Não

11. Quais investimentos estão sendo feito hoje no seu município e o que eles podem contribuir para o aumento de fluxo turístico no futuro?

O município tem investido em obras de infraestrutura, revitalização e manutenção dos equipamentos e atrativos turísticos. Esses investimentos dão conforto e mais segurança para nossos visitantes e turistas, podendo aumentar o fluxo num futuro próximo.

12. Que ações estão sendo pensadas a curto, médio e a longo prazo (na área do turismo e desenvolvimento regional), para o seu município?

Capacitações, sinalização turística, melhoria da acessibilidade aos atrativos e equipamentos turísticos. Participação em eventos e feiras, ampliar as ações do COMTUR,

13. Quais as 5 maiores empresas instaladas em seu município (de qualquer segmento)?

Grupo André Amaral, Grupo Triunfo, Destilaria Volúpia , Avícola Sérgio Alves , Grupo Cestão

14. Quais as 8 maravilhas do seu município?

Teatro Santa Ignêz, Memorial Jackson do Pandeiro, Igreja Matriz Nossa Senhora da Boa Viagem, Lagoa do Paó, Quilombo Caiana dos Crioulos, Museu Casa de Margarida, Sítio Histórico e Engenhos Gregório e Lagoa Verde

15. Fale um pouco sobre você (nome, formação, ocupação atual) e sobre sua relação com o seu município (projetos pessoais e coletivos).

Sou Rivaildo Alves dos Santos, guia de turismo (MTUR) agente de viagens e secretário adjunto da Cultura e Turismo de Alagoa Grande. Atualmente desenvolvo um projeto coletivo de cinema Itinerante , paralelamente com minhas atividades de guiamento e receptivo de turistas na cidade.

1. Nome do município

Alagoa Nova

2. O que diferencia o seu município dos demais municípios da região do Brejo Paraibano?

O turismo rural , a gastronomia local , bem como o paisagem com serras e planaltos propícios para ecoturismo

3. O que o TURISMO representa hoje para o seu município, enquanto vetor de desenvolvimento econômico?

Economia criativa em desenvolvimento, atração de investimentos e divulgação das belezas naturais.

4. Quais produtos turísticos o seu município promove?

Turismo de aventura, Turismo gastronômico e turismo rural e cultural.

5. Quais as principais festas e eventos realizados? Quais as datas?

Festa do Produtor Rural , São João , Caminhos do Frio, Festas e apoios culturais .

6. Qual o perfil do turista que visita hoje o seu município?

Visitantes que ficam entre 2 a 5 dias, moradores do estado da Paraíba Pernambuco e Rio Grande do Norte, renda de até 3 salários mínimos, geralmente famílias.

7. Como o município vê hoje o seu posicionamento no mercado paraibano, enquanto destino turístico?

Em desenvolvimento ,uma vez que durante anos a cidade ficou isolada sem estrada para outros destinos. Atualmente os investimentos em estradas, moradias e empreendimentos vêm gerando expectativas positivas

8. O município utiliza alguma ferramenta de marketing para a sua promoção no mercado turístico? Se sim, quais são elas?

Participação em feiras, workshops , divulgação em perfis, vídeos e chamadas .

9. O município participa de feiras de turismo, para promover o destino e atrair visitantes de outras regiões?

ExpoTurismo, feira de agropecuária do Brejo , seminários da região, Rural Tur.

10. Existem medidores de desempenho que possam, de forma periódica, avaliar o aumento ou queda no número de visitantes no município?

Não

11. Quais investimentos estão sendo feito hoje no seu município e o que eles podem contribuir para o aumento de fluxo turístico no futuro?

Pavimentação de acesso a Cachoeira, a sítios, pavimentação de estradas dos restaurantes rurais, planejamento de museu e biblioteca e manutenção de pontos turísticos .

12. Que ações estão sendo pensadas a curto, médio e a longo prazo (na área do turismo e desenvolvimento regional), para o seu município?

Parceria com entidades privadas para recuperação de locais públicos e turísticos, apoio às associações de turismo, projeto para atração de turismo com realizações de eventos locais durante todo o ano.

13. Quais as 5 maiores empresas instaladas em seu município (de qualquer segmento)?

Hortaliças Sempre Verde , Água Santa Vitória Cachaça Caminha do Brejo , Pimentel Gás e Destilaria Macaíba

14. Quais as 8 maravilhas do seu município?

Cachoeira da Boa Vista , Engenho Olho D'água em ruínas , Barragem de Nova Camará, Caldeirões, Serra da Boa Vista , Igreja Matriz de Santa Ana, Biblioteca Analice Caldas, Grupo de Pifano

15. Fale um pouco sobre você (nome, formação, ocupação atual) e sobre sua relação com o seu município (projetos pessoais e coletivos).

Meu nome é Jefferson Barbosa Lira , 36 anos , formado em comunicação social pela Universidade Estadual da Paraíba , pós-graduação em Comunicação e Marketing pela FMU, atualmente ocupo a função de Secretário de Cultura ,Turismo e Juventude de Alagoa Nova. Ativista cultural, desde os meus 15 anos tenho vivência na comunicação e cultura ,participando de grupos culturais da cidade, trabalhando em gestões na parte de mídia e eventos, bem como representante do município em conferências de Cultura. Minha ligação fortalece quando da minha ida a Secretaria para gerir a Cultura e Turismo da cidade em um desafio de resgate de tradições e estar conectado ao novo , as inovações da juventude que também integra a secretaria

1. Nome do município

Areia

2. O que diferencia o seu município dos demais municípios da região do Brejo Paraibano?

Sua rica história com manifestações culturais fortes que atravessam gerações

3. O que o TURISMO representa hoje para o seu município, enquanto vetor de desenvolvimento econômico?

Areia apresenta os engenhos com as cachaças mais premiadas do Nordeste. Vetor de desenvolvimento, geração de emprego e renda ao qual evidencia Areia ao mais importante destino turístico do Brejo Paraibano.

4. Quais produtos turísticos o seu município promove?

Turismo cultural Turismo de experiências Turismo rural

5. Quais as principais festas e eventos realizados? Quais as datas?

Festa de Emancipação política 18 de maio São João Raiz 20 a 24 de junho Abertura da rota turística e cultural Caminhos do Frio 01 a 7 de julho Festival de música do Sesc 26 de maio a 1 de junho Natal Reluz durante o mês de dezembro

6. Qual o perfil do turista que visita hoje o seu município?

A maioria dos Turistas estão inseridos nas classes C e D

7. Como o município vê hoje o seu posicionamento no mercado paraibano, enquanto destino turístico?

Areia está posicionada em destaque dentre os destinos da Paraíba

8. O município utiliza alguma ferramenta de marketing para a sua promoção no mercado turístico? Se sim, quais são elas?

Não

9. O município participa de feiras de turismo, para promover o destino e atrair visitantes de outras regiões?

Sim

10. Existem medidores de desempenho que possam, de forma periódica, avaliar o aumento ou queda no número de visitantes no município?

Não

11. Quais investimentos estão sendo feitos hoje no seu município e o que eles podem contribuir para o aumento de fluxo turístico no futuro?

Melhoria da Infra estrutura turística e dos espaços conhecidos como pontos turísticos além de informações de fácil acesso sobre o destino.

12. Que ações estão sendo pensadas a curto, médio e a longo prazo (na área do turismo e desenvolvimento regional), para o seu município?

Ações de cunho informativo que possam chegar ao maior de número de pessoas possível através do e-book promocional do destino Areia e utilização de rede social com profissionais que conheçam as variadas formas de alcance neste meio de comunicação.

13. Quais as 5 maiores empresas instaladas em seu município (de qualquer segmento)?

Cachaças Matuta, Triunfo e Ipueira

14. Quais as 8 maravilhas do seu município?

Teatro Minerva Casa Pedro Américo Casarão solar José Rufino Praça Pedro Américo Pórtico de entrada da cidade Engenho Triunfo Rota das Flores Galeria a céu aberto da Chã de jardim

15. Fale um pouco sobre você (nome, formação, ocupação atual) e sobre sua relação com o seu município (projetos pessoais e coletivos).

Rinaldo Bandeira da Silva Costa Formado em Geografia pela Universidade Estadual da Paraíba, com especialização em Geografia do Nordeste, turismologia, Professor desde os 24 anos de idade, atualmente Secretário de Turismo e Cultura na cidade de Areia. Sou areiense apaixonado e vivo esta cidade desde minha infância com seus problemas e soluções. Meu projeto pessoal é transformar nossa cidade em um destino turístico sustentável e que una poder público, empresários e instituições em prol do desenvolvimento deste setor.

1. Nome do município

Bananeiras

2. O que diferencia o seu município dos demais municípios da região do Brejo Paraibano?

Nosso povo é hospitaleiro , não existe cidade turísticas sem equipamentos de hospedagem e bons restaurantes , boa infraestrutura do municípios e patrimônios culturais

3. O que o TURISMO representa hoje para o seu município, enquanto vetor de desenvolvimento econômico?

Tudo , maior fonte de renda , motoboy , setor de construção (pedreiros , pintores)diaristas , jardineiros ... isso tudo faz parte indiretamente do turismo.

4. Quais produtos turísticos o seu município promove?

Hotelaria Passeios rurais Restaurantes rurais Equipamentos tomabados pelo patrimônio histórico Belezas naturais (cachoeiras, lajedos).

5. Quais as principais festas e eventos realizados? Quais as datas?

São João Natal luz Páscoa Carnaval Caminhos do frio

6. Qual o perfil do turista que visita hoje o seu município?

Classe A 70% o restante B

7. Como o município vê hoje o seu posicionamento no mercado paraibano, enquanto destino turístico?

Como principal fonte de renda

8. O município utiliza alguma ferramenta de marketing para a sua promoção no mercado turístico? Se sim, quais são elas?

Temos o site da prefeitura e o marketing intriguado com os equipamentos privados.

9. O município participa de feiras de turismo, para promover o destino e atrair visitantes de outras regiões?

Sim participa , inclusive feiras internacionais.

10. Existem medidores de desempenho que possam, de forma periódica, avaliar o aumento ou queda no número de visitantes no município?

Não

11. Quais investimentos estão sendo feito hoje no seu município e o que eles podem contribuir para o aumento de fluxo turístico no futuro?

Condomínios.

12. Que ações estão sendo pensadas a curto, médio e a longo prazo (na área do turismo e desenvolvimento regional), para o seu município?

Divulgar o município em feiras, outros países e fazer ações como a Páscoa que nunca aconteceu no Brejo Paraibano.

13. Quais as 5 maiores empresas instaladas em seu município (de qualquer segmento)?

Estacao bananeiras Bica dos cocos Hotel serra golf Terraço Lisboa Lajedo preto

14. Quais as 8 maravilhas do seu município?

Clima Patrimônio histórico Gastronomia Cultura Passeios de aventura

15. Fale um pouco sobre você (nome, formação, ocupação atual) e sobre sua relação com o seu município (projetos pessoais e coletivos).

Meu nome é Karina de Leon Amado, Secretaria de turismo de Bananeiras Empresária no ramo de hotelaria Formada em hotelaria e gastronomia

ANEXO 2 - REGISTROS DA PUBLICAÇÃO “Alagoa Grande EM REVISTA” (2015)



Figura 21 – Entrega das revistas.
Fonte: autor

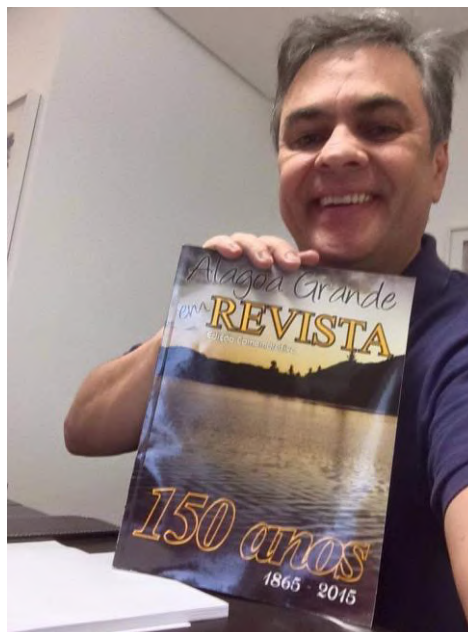


Figura 22 – Entrega das revistas.
Fonte: autor



Figura 23 – Entrega das revistas.
Fonte: autor



Figura 24 – Entrega das revistas.
Fonte: autor

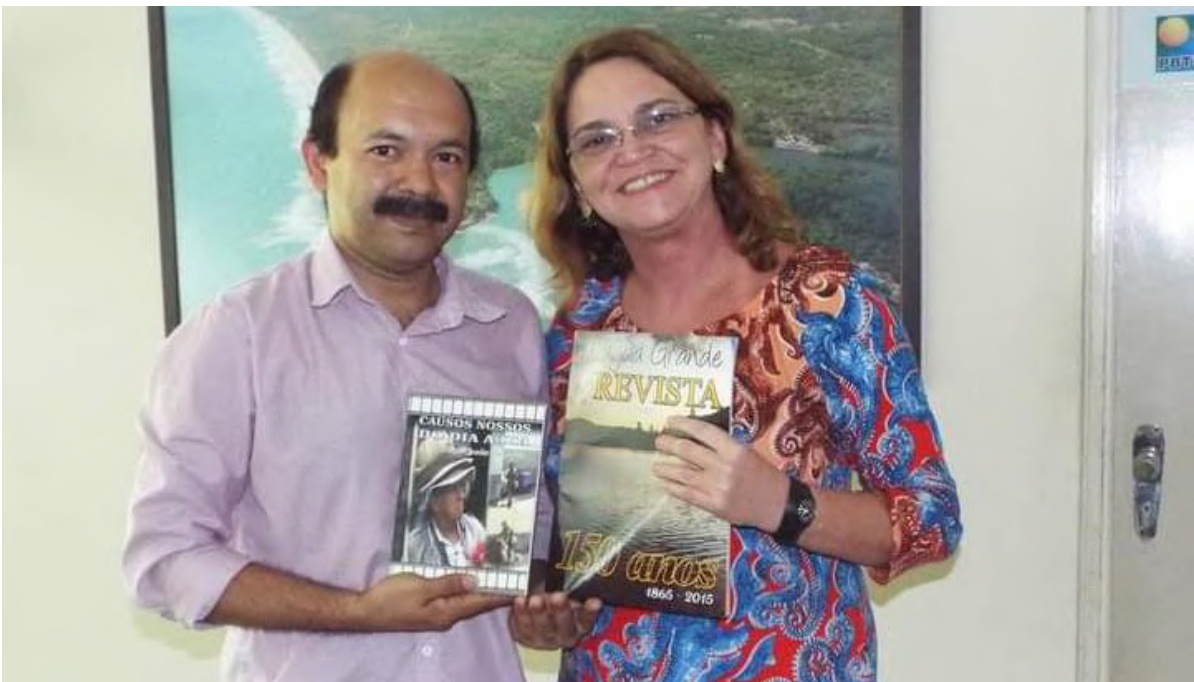


Figura 25 – Entrega das revistas.
Fonte: autor



Figura 26 – Entrega das revistas.
Fonte: autor



Figura 27 – Entrega das revistas.
Fonte: autor



Figura 28 – Entrega das revistas.
Fonte: autor

ANEXO 3 - PARCEIROS DA REVISTA ATUAL (O BREJO EM REVISTA)



Figura 29 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://hubsaude.org.br/membro/sebrae-pr> Acesso em 10 mar. 2024



Figura 30 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://redeparaibasupermercados.com.br/> Acesso em 10 mar. 2024



Figura 31 – Parceiro/Anunciante –

Fonte: <https://www.cpanel.maxmeio.com.br/> Acesso em 10 mar. 2024



Figura 32 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://www.infortelsolar.com.br/> Acesso em 10 mar. 2024



Figura 33 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://proxima.net/> (acessado em 10/mar/2024)



Figura 34 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://www.cachacavolupia.com.br/> (acessado em 10/mar/2024)



Figura 35 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://hoteltriunfo.com.br/> Acesso em 10 mar. 2024

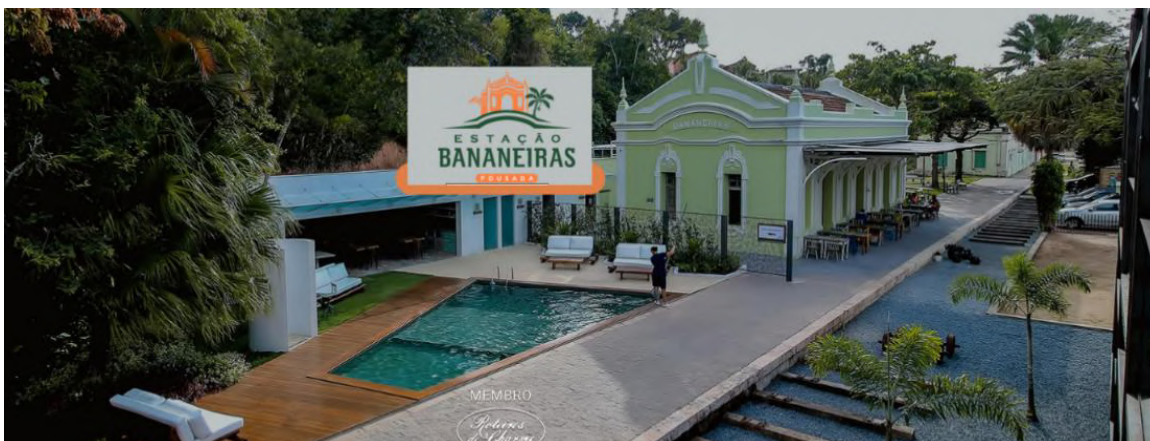


Figura 36 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://estacaobananeiras.com.br/> Acesso em 10 mar. 2024



Figura 37 – Parceiro/Anunciante

Fonte: <https://sites.armazempb.com.br/> (acessado em 10/mar/2024)

ANEXO 4 – PREVISÃO DE RECEITAS E DESPESAS

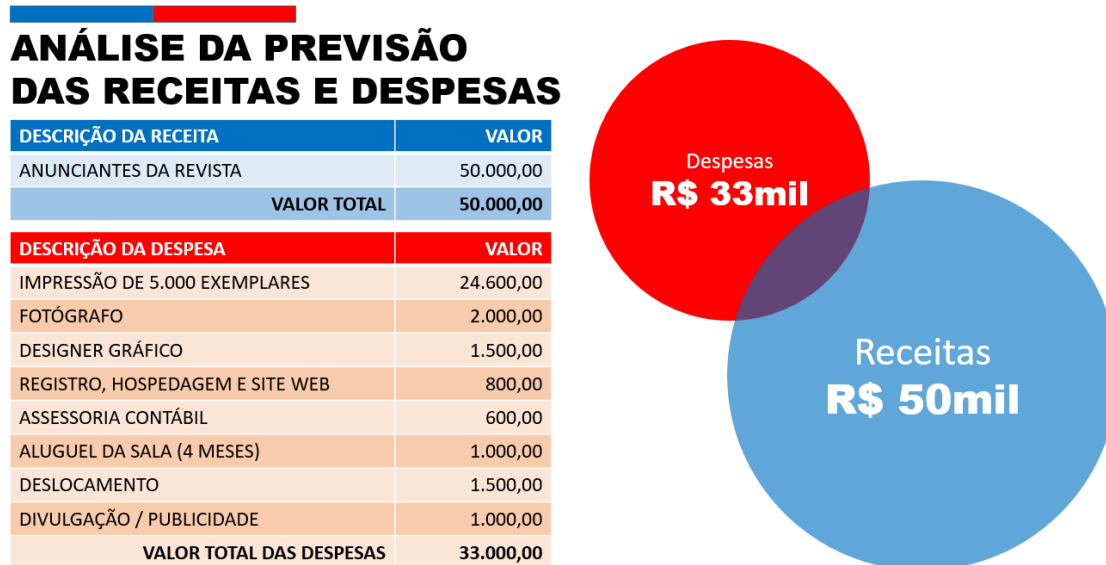


Figura 38 – Análise da previsão de receitas e despesas
Fonte: autor

APENDICES

APENDICE 1 – RECORTE DA PUBLICAÇÃO (Alagoa Grande EM REVISTA)

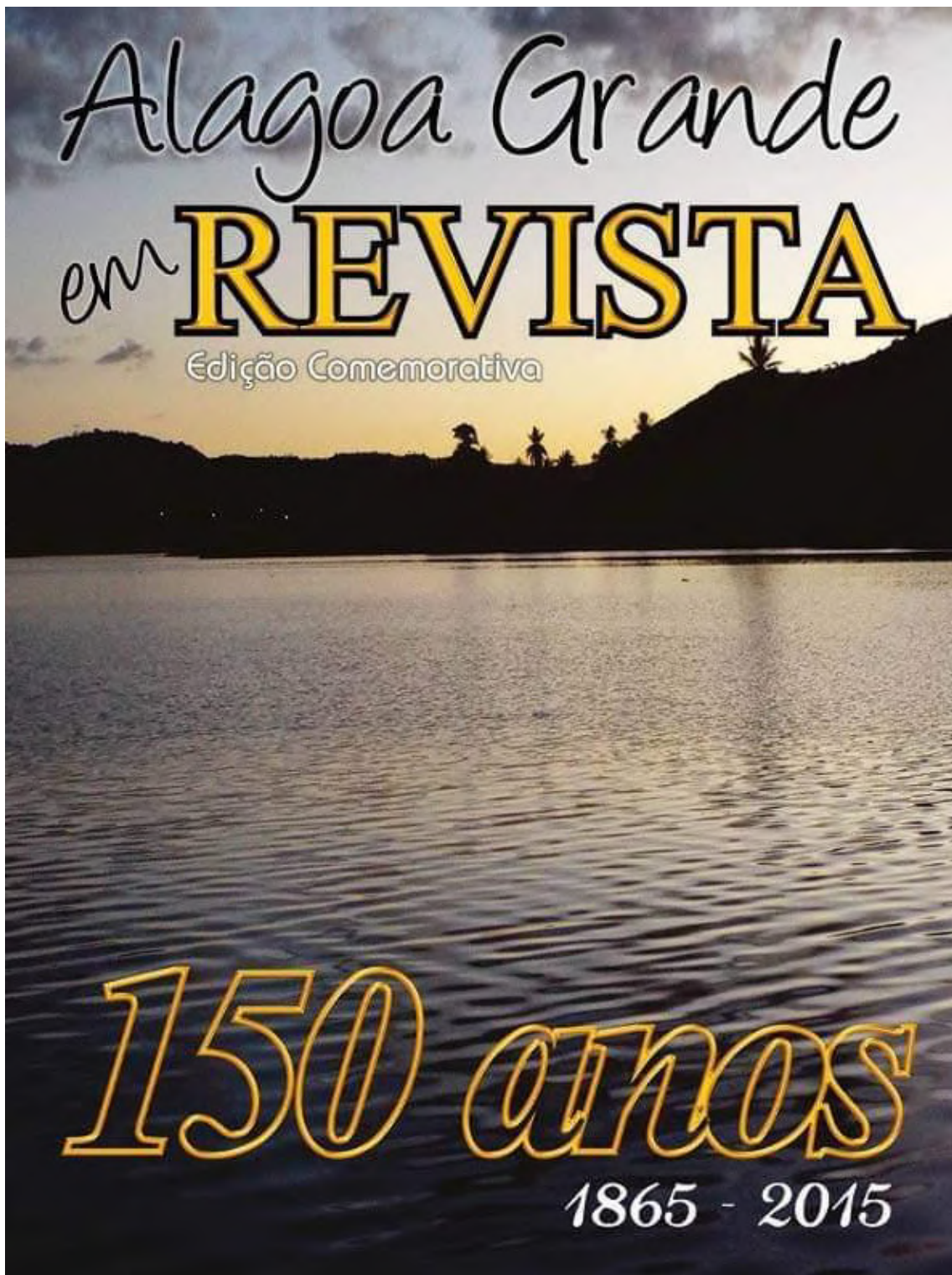


Figura 39 – Capa da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA

Fonte: autor

Sumário

03	Editorial	Marcelo Félix Lopes
04	150 anos de história	José Avelar Freire
07	Jackson do Pandeiro - O rei do ritmo	
10	Curiosidades sobre a cidade	
11	Barragem de Pitombeira	
12	Calendário de Eventos	
14	Deus na vida da família	Pe. Uelvo Miguel
16	Igreja Matriz	Valderli Evangelista
18	Lagoa do Paó	Genes Duarte Ribeiro
20	Teatro Santa Ignêz	
22	Fé e a volta de Jesus	Pastor Douglas Machado
24	Dados sobre a cidade	
26	O frágil sexo feminino	Josenilde Sobral
27	Nick Paraíba - craque na bola e na vida	
28	Oswaldo Trigueiro de Albuquerque Melo	
30	Alimentação saudável	Ana Amélia Macêdo
32	Sobre o centro histórico	Wilton Carvalho Macêdo
34	Beleza rara	Érika Meline Sousa
36	Sustentabilidade	Severino Sousa
38	Caiana dos Crioulos	Josiane Brito
39	Margarida Maria Alves	Robério Chaves
40	Cultura Popular	Bibiu do Jatobá
42	Educação nos dias de hoje	Prof. José Pereira (Zeca)
44	Os benefícios da caminhada	Prof. Auricélio (Celhinho)
45	Leonardo Adriano - Um gigante entre nós	
46	Música e educação	Edvam Lima
48	Maçonaria	Prof. José Guedes
50	Música & Poesia	
52	Religiosidade	Prof. Diocélio Bezerra
54	Taekwondo & Cidadania	Prof. Giséllo Marques
56	Clube 31	Martinho Ramalho
57	Atletas de Cristo e Eco do Quilombo (Zumbi)	
58	A cidade em fotos (ontem e hoje)	
61	Páginas de Classificados	
64	Lista de Prefeitos e Telefones úteis	

Expediente

Idealizador

Marcelo Félix Lopes
Twitter: @marcelodapapa
Facebook: marcelonota10
Email: marcelo@avexado.com
Website: <http://www.terradejackson.com.br>

Tiragem

3.000 exemplares
Distribuição Gratuita (proibida a venda)

Colaboradores

Adriana Correia
Ermeson Nóbrega
Gumercindo Aguiar (apoio técnico)
Gyl Lira e Adriana Araújo (Zumbi)
João Vieira da R. Filho
Kátia Moreira (revisão)
Luzirene Farias
Maria Eduarda Oliveira Félix
Maria Elisabeth Oliveira Félix
Paulo Wanderley (fotos)

Agradecimentos especiais

À Deus, por permitir realizar tal projeto;
À minha esposa Giovânia de Oliveira Félix;
À amiga Nalda Brito do Nascimento;
Ao amigo e irmão Joatan Moura (diagramação);

Impressão


GRÁFICA JB
Mais Qualidade No Seu Tempo
(83) 3015-7200

Paraíba - Rio Grande do Norte - Pernambuco - Alagoas



O melhor da moda
Masculino
Feminino
Infantil

A VAIDOSA CONFECÇÕES

Rua Dr. Francisco Montenegro, 370

Fone: 99162-5301

Figura 40 - Sumário da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA

Fonte: autor

EDITORIAL

Alagoa Grande está completando 150 anos.
- O que dar de presente à tão querida aniversariante, berço e casa de tantos e tantos vultos ilustres e personalidades históricas?

Bem, em sendo esta, uma ocasião especial, o presente também deve ser especial.

Eu, como cidadão alagoagrandense, decidi homenageá-la com esta publicação, intitulada “Alagoa Grande EM REVISTA”, para celebrar tão importante data.

Uma publicação que tem por objetivo mostrar as belezas de nossa cidade e a riqueza cultural de seu povo.

Eu acredito que todo cidadão pode e deve, contribuir de alguma forma para o engrandecimento da localidade onde mora. Não importa a sua posição social. Todos devemos ser “um pouco mais” que empresários, funcionários públicos, privados ou estudantes. Temos sim, o dever moral de fazer a diferença em nossa sociedade. É nisso que eu acredito. E sei que muitos em Alagoa Grande também pensam assim.

Aliás, a nossa terra sempre teve cidadãos atuantes, dinâmicos, que com seu esforço, nos deixaram escolas, clube, teatro, etc. Por que não podemos fazer o mesmo, atualmente?

Alagoa Grande também deu ao mundo, personalidades como o ex-Governador, ex-Ministro e ex-Presidente do STF Oswaldo Trigueiro de Albuquerque Melo. É de Alagoa Grande também, o músico Jackson do Pandeiro, o eterno “Rei do Ritmo”, ídolo de todos os grandes artistas da música no Brasil; além de Margarida Maria Alves, um símbolo da luta camponesa no país e no mundo.

Além destes citados, Alagoa Grande é a cidade natal de muitas outras personalidades, as quais aqui represento, através da saudação ao meu pai “Seu Doca”, da minha mãe “Dona Bibiu”, de minha esposa Giovânia, de nossos filhos Maria Elisabeth, Maria Eduarda e o caçula Renato.

A todos os conterrâneos, aqui representados, dedico esta publicação, nascida de um sonho de um simples cidadão, que é apaixonado por sua terra, que acredita no potencial de seu povo e ama a Deus sobre todas as coisas.

Parabéns, Alagoa Grande! Pelos teus 150 anos de emancipação política.

Tua história é ainda maior que teu sobrenome.



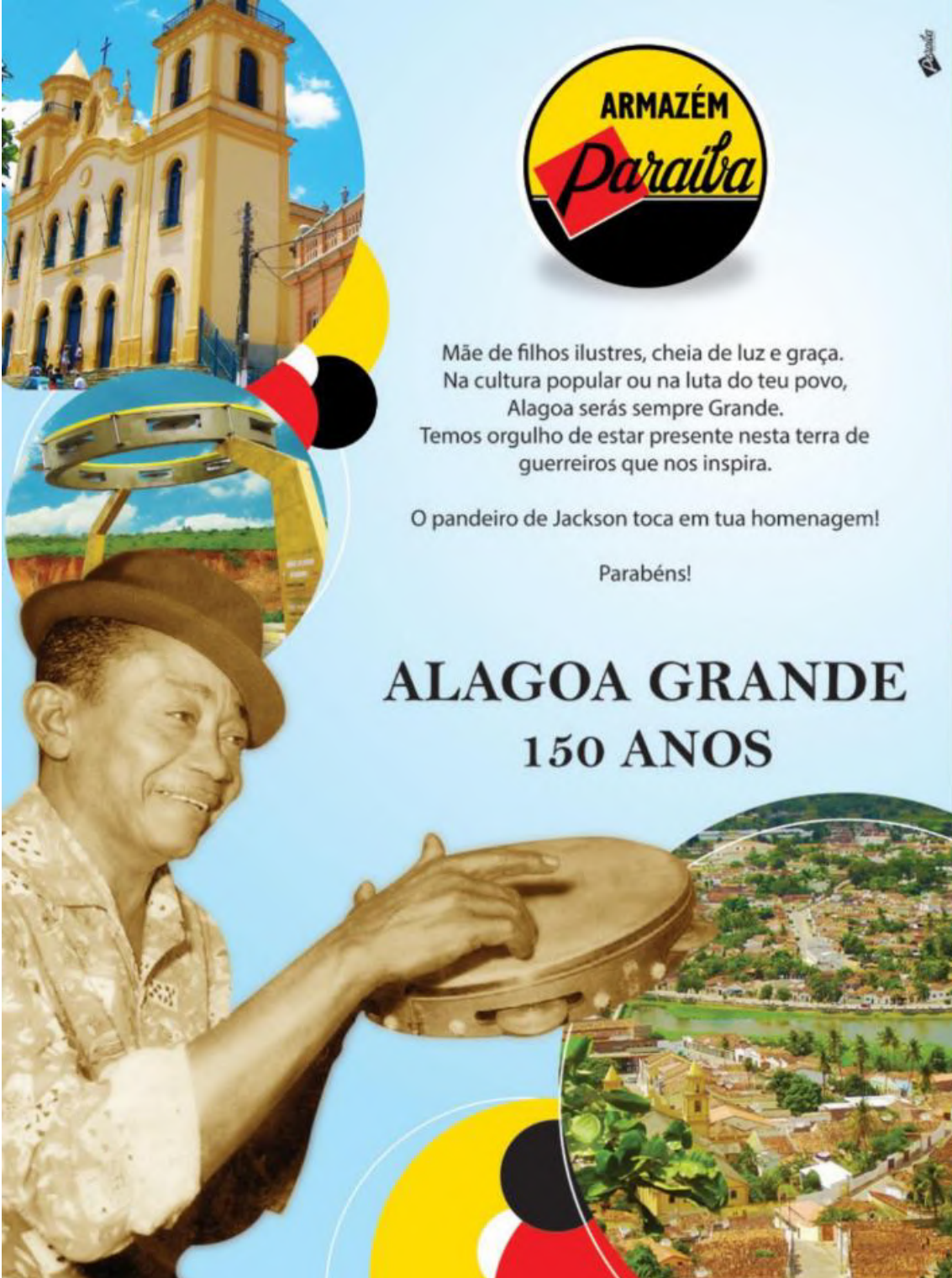
Marcelo Félix Lopes

Vice-Presidente da CDL de Alagoa Grande/PB
Graduando em Administração de Empresas, pela Universidade Federal da Paraíba.



Figura 41 - Editorial da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA

Fonte: autor



ARMAZÉM
Paraíba

Mãe de filhos ilustres, cheia de luz e graça.
Na cultura popular ou na luta do teu povo,
Alagoa serás sempre Grande.
Temos orgulho de estar presente nesta terra de
guerreiros que nos inspira.

O pandeiro de Jackson toca em tua homenagem!

Parabéns!

ALAGOA GRANDE
150 ANOS

The advertisement features a collage of images: a yellow church with blue accents, a pandeiro (a traditional Brazilian drum) with a yellow and red frame, and an aerial view of a town with a river and a bridge. The background is light blue with decorative yellow, red, and black circular elements.

Figura 42 - Anunciante da Publicação Alagoa Grande EM REVISTA
Fonte: autor