



Vol 6, Nº 14 (Junio/junho 2013)

## O EFEITO DO EMPREENDEDORISMO NA ATIVIDADE TURÍSTICA NA AMAZÔNIA: A GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA NO SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS

**Paulo Augusto Ramalho de Souza**

Professor da Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT  
Doutorando em administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul- USCS  
[paramalho@gmail.com](mailto:paramalho@gmail.com)

**Maria do Carmo Romeiro**

Professora da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS  
Doutora em Administração pela Universidade de São Paulo – USP  
[mromeiro@uscs.edu.br](mailto:mromeiro@uscs.edu.br)

**Edrey Victor Alfaia de Castro**

Graduado em Administração pela Universidade Federal do Amazonas UFAM

### RESUMO

A atividade turística é tida como importante fonte de desenvolvimento regional em virtude de seus aspectos econômicos e socioambientais. Com base nessas características, este estudo objetivou entender o efeito da prática empreendedora no setor de Alimentos e Bebidas na geração de empregos no setor turístico em Parintins na Amazônia. Para tal, foi realizada pesquisa qualitativa descritiva com o intuito de se aprofundar nas questões relacionadas ao setor, com aplicação de 10 questionários semiestruturados a empreendedores locais e seus colaboradores. A pesquisa evidenciou suas práticas gerenciais e mecanismos de atuação para com a indústria turística. Por fim, torna-se válido ressaltar as contribuições deste estudo para com o desenvolvimento local, apresentando a realidade do setor A&B e suas potencialidades.

**Palavras-chave:** Turismo, Empreendedorismo, Emprego, Geração de Renda, Amazônia,

THE EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP IN TOURIST ACTIVITY IN THE AMAZÔNIA: A GENERATION OF EMPLOYMENT AND INCOME IN THE FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY  
ABSTRACT

The tourism industry is considered an important source of regional development because of its economic, social and environmental. Based on these characteristics, this study aimed to understand the effect of entrepreneurial practices in Food and Beverage sector in generating employment in the tourism sector in Parintins in the Amazon. To this end, descriptive qualitative study was undertaken with the intention of delving into the issues related to the sector, with

application of 10 semi-structured questionnaires to local entrepreneurs and their employees. The research showed their managerial practices and mechanisms of action towards the tourism industry. Finally, it is worth noting the contributions of this study to the development site, presenting the reality of A & B sector and its potential.

**Keywords:** Tourism, Entrepreneurship, Employment, Income Generation, Amazon

## INTRODUÇÃO

A palavra “turismo” surgiu no século XIX, porém, a atividade estende suas raízes pela história. Certas formas de turismo existem desde as mais antigas civilizações, mas foi a partir do século XX, e mais precisamente após a Segunda Guerra Mundial, que ele evoluiu, como consequência dos aspectos relacionados à produtividade empresarial, ao poder de compra das pessoas e ao bem-estar resultante da restauração da paz no mundo (FOURASTIÉ, 1979). Nesse período, o turismo se restringia apenas a uma parcela da população a qual tinha disponibilidade de tempo e de dinheiro para usufruí-lo.

A maioria das pessoas dos países desenvolvidos, e uma parcela significativa dos países em desenvolvimento, tem se utilizado dessa prática constantemente. Desse modo, o turismo já não passa a ser uma prerrogativa apenas de alguns cidadãos privilegiados, sua existência é aceita e constitui parte integrante do estilo de vida para um número crescente de pessoas de todo o mundo apresentando-se sob as mais variadas formas.

Segundo Ignarra (2003), o fenômeno turístico está relacionado com as viagens, à visita a um local diverso do da residência das pessoas, assim em termos históricos, como já mencionados, ele teve início quando o homem deixou de ser sedentário e passou a viajar principalmente motivado pela necessidade de comércio com outros povos. É aceitável, portanto, admitir que o turismo de negócio antecedeu o de lazer.

A expansão econômica motivou as grandes viagens exploratórias dos povos antigos, que buscavam conhecer novas terras para sua ocupação e posterior exploração. Dessa maneira, o turismo de aventura data de milênios antes de Cristo. A motivação religiosa, não sendo diferente, foi responsável por viagens na Idade Média por intermédio das Cruzadas. O turismo religioso, de igual modo, data de muitos tempos atrás. O turismo de saúde também não é um fenômeno recente, pois no Império Romano eram comuns as viagens para visitas as termas. O turismo ligado a prática de esportes já era registrado na civilização helênica, com a realização dos jogos olímpicos. Observa-se, dessa maneira, que o hábito de viajar para outras localidades por inúmeros motivos é um fenômeno antigo na história da humanidade.

Assim, o crescimento da demanda e, conseqüentemente, da oferta turística, e as facilidades para viagens tornaram o mundo inteiro acessível aos viajantes ávidos por novas experiências em regiões com recursos naturais e culturais consideráveis. Vale ressaltar, que esse processo de construção da prática do turismo no mundo, foi não somente devido a sua crescente importância no contexto socioeconômico mundial, mas também, é devido a vários fatores, como os incentivos e investimentos governamentais e privados no setor, a evolução dos meios de transporte e de comunicação, o aumento da longevidade, entre outros.

É nessa perspectiva que se analisa o mercado, pois o mesmo segundo Beni (1998) constitui um sistema de informação que permite a milhares de agentes econômicos, produtores e consumidores, até certo ponto isolados entre si, tomar decisões necessárias para que a sociedade toda possa alcançar as três eficiências – atributiva, produtiva e distributiva. A eficiência atributiva está relacionada com a decisão do que produzir com quantidade e qualidade; a produtiva, de como produzir; e a distributiva, de quem consumir.

Segundo Andrade (2011), o desenvolvimento do mercado turístico proporcionado pela melhoria dos meios de transportes, facilitou o deslocamento de um grande contingente de pessoas em âmbito nacional e internacional de maneira rápida e efetiva, além do desenvolvimento das tecnologias de informação, através da Internet, que caracteriza-se como um elemento imprescindível na divulgação e comercialização de serviços turísticos.

A sustentabilidade no turismo pode ser definida como a capacidade de maximização e otimização da distribuição dos benefícios do desenvolvimento econômico, situação em que os

serviços oferecidos respeitam as condições de segurança e garantem a conservação, manutenção, restauração e melhoria dos recursos naturais (BENI, 2002).

É visando à sustentabilidade do turismo, mas precisamente a sustentabilidade dos empregos gerados pela prática turística que se faz necessário de acordo com Drucker (1986), uma sociedade empreendedora, na qual a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos. Corroborando com o mesmo pensamento, Souza e Anjos (2012) afirma que os empreendimentos são os grandes responsáveis pelo desenvolvimento econômico, sendo capazes de modificar a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos ou serviços, pela concepção de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Para tanto, a sustentabilidade dos empreendimentos e, por conseguinte, a dos empregos precisam ser traçados em um plano estratégico e contínuo.

A prática do empreendedorismo aliado ao turismo pode gerar riqueza, trabalho e melhoria da qualidade de vida da população local. Assim, no município de Parintins, onde o turismo movimentou milhões de reais devido a Festa Folclórica dos Bois Garantido e Caprichoso, o espírito empreendedor foi despertado nos agentes locais e atraindo conseqüentemente atenção de investidores (SICTUR, 2009). É com base nessas premissas que se busca verificar e diagnosticar como o empreendedorismo pode, em parceria com o turismo, organizar e auxiliar os empreendimentos de A&B – alimentos e bebidas, existentes no Município de Parintins a se auto-sustentar e sustentar os empregos que por ele são disponibilizados a população local. Sendo esse, o questionamento a ser respondido por esse trabalho. Para tal, esta pesquisa teve por objetivo analisar como a prática empreendedora no setor de Alimentos e Bebidas, contribui para uma melhor geração de emprego e renda da população local.

#### METODOLOGIA

Quanto aos fins, a pesquisa será descritiva, que de acordo com Vergara (2010) expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno podendo estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Esta característica se dá em virtude da pesquisa objetivar entender a dinâmica dos empreendimentos locais voltados para o setor de Alimentos e Bebidas.

A pesquisa terá uma abordagem qualitativa, a qual foram analisadas questões particulares à subjetividade e caracterização dos estabelecimentos, pois se trata de uma realidade que não pode simplesmente ser quantificada frente às relações de trabalho do setor local, com um universo de significados, crenças, valores que correspondem a um conjunto profundo de relações, de processos e fenômenos que não podem ser reduzidos, apenas, em variáveis (OLIVEIRA, 2001).

O universo da amostra foi delimitado para aplicação de 10 questionários a 10 estabelecimentos na área de A&B, já que se trata de um estudo realizado com estabelecimentos que fazem parte da indústria do turismo. Os questionários foram divididos em 03 blocos tais como: Caracterização dos Agentes, A Atividade Turística e o Empreendedorismo no Setor A&B.

Vale ressaltar que os dados coletados foram analisados levando em conta o contexto socioeconômico a qual se submetem os envolvidos na questão, ressaltando-se a utilização de meios que mais se aproximassem com a realidade de modo que se detivessem elementos realmente indicadores da conjuntura total da questão neste abordada (VERGARA, 2009). Os dados foram analisados de forma qualitativa através da técnica de análise de conteúdo, sendo os mesmos organizados em etapas. O cruzamento das variáveis conhecidas com as os principais fatores de influência para que se tivesse uma precisão satisfatória no resultado da investigação.

#### DIMENSÕES ECONÔMICAS E MULTIPLICADORES DO TURISMO

O turismo é constituído por um conjunto de prestadores de serviços que possuem grande impacto na economia mundial e, conseqüentemente, local. É um complexo de serviços e produtos fornecidos para satisfazer a procura dos consumidores, das empresas e do setor público no que respeita a viagens dentro e fora do país. Está amplamente descentralizado e interligado com a economia devido à mobilidade e à variedade das necessidades dos turistas e devido ao fato de os produtos e serviços relacionados com o turismo serem comprados antes, durante e até após a viagem.

O turismo transformou-se em uma indústria, já que se trata de uma combinação de atividades, serviços de transporte, instalações, lojas diversas, serviços de alimentação e hospedagem, equipamentos de lazer e outros que atenda ao turista (consumidor) quando está fora da sua residência habitual (PETROCCI, 1998).

Além da relevante participação no PIB, o turismo é grande gerador de empregos, segundo o WTTC - Conselho Mundial de Viagens e Turismo/World Travel and Tourism Council (2008), o setor de turismo emprega diretamente cerca de 234 milhões de pessoas no mundo e em 2007 manifestou um crescimento de 4,2% em suas atividades. É hoje uma indústria que movimenta em torno de 720 milhões de turistas ao redor do mundo, o equivalente à cifra de US\$ 4,5 trilhões, e é responsável por 192 milhões de empregos gerados no mundo, que representa cerca de 10% da força de trabalho mundial (WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL, 2008).

No Brasil, a indústria do turismo movimentou, em 2008, cerca de R\$ 132 bilhões – o equivalente a 6,2% do PIB nacional. Também foi responsável por 5,9% (5,5 milhões) do total de empregos – 1 a cada 17 postos de trabalho criados – exercendo uma alta de 5,5% em relação a 2007. Ainda de acordo com WTTC (2008), o Brasil ocupa hoje o 14º lugar no ranking de maior economia turística e apresenta um dos maiores potenciais mundiais de crescimento.

O efeito multiplicador da atividade turística é uma consequência positiva para o desenvolvimento local e/ou regional, uma vez que não é apenas o núcleo receptor que se beneficia. Qualquer cidade pode se beneficiar do turismo mesmo não tendo a presença do turista no município. Basta que o município, que não tenha a presença do turista, seja fornecedor de bens que serão consumidos pelos turistas, como produtos artesanais, industriais, agrícolas, alimentícios, mão-de-obra, etc.

Essa atividade tem sua importância voltada para algumas características particulares. Devido o produto turístico ser constituído por um conjunto enorme de diferentes serviços, o mesmo possui um grande número de fornecedores onde é em razão desses fornecedores e da intensiva utilização da mão-de-obra que o turismo possui um fator de multiplicação de renda muito elevado. Segundo Ignarra (2003) no setor turístico são utilizados os seguintes multiplicadores econômicos:

- Multiplicador de Renda: representa as variações da renda interna em decorrência da variação dos gastos dos turistas;
- Multiplicador do Emprego: mostra as variações do número de empregos conforme a variação dos gastos dos turistas;
- Multiplicador do Produto: apresenta as variações do produto de acordo com a variação dos gastos dos turistas;
- Multiplicador de Importações: apresenta o valor agregado das importações de bens e serviços em decorrência da variação dos gastos dos turistas;
- Multiplicador de Impostos: representa o montante ampliado de receitas do governo em razão da variação dos gastos dos turistas.

Ainda segundo o autor, em estudo desenvolvido pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo (Fipe-USP), calculou-se um multiplicador de 1,8 para o turismo das regiões Norte e Nordeste do Brasil. Isto significa dizer que R\$ 100,00 gastos por um turista naquelas regiões acabam se transformando em R\$ 180,00 pela circulação desses recursos na economia. Esse multiplicador está relacionado com a propensão a importar da localidade que, quanto maior for, menor será o multiplicador de renda.

Perante o efeito multiplicador da atividade turística, concluímos que esta pode representar uma excelente alternativa para o desenvolvimento local e/ou regional de maneira a preservar a identidade local, conservar os patrimônios (natural e cultural) e dinamizar a economia das cidades. Lembrando, que para que uma localidade seja turística não basta possuir atrativos. É necessário que a localidade além de atrativos, disponha de um amálgama de serviços de acesso e infra-estrutura. Sendo assim, alguns municípios precisam se contentar em fornecer subsídios para que atividade ocorra na região.

O turismo por sua característica de unir todos os segmentos econômicos é multiplicador de empresas, em especial as micro, pequenas e médias, tornando-se um campo favorável para o empreendedorismo, possibilitando a abertura de negócios nas características e habilidades do empreendedor.

Empreendedorismo como diferencial na indústria do turismo.

“Tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja uma função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo. O empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é fator de inovação tecnológica e crescimento econômico” (DOLABELA, 1999, p. 30).

De acordo com a citação supra pode-se verificar a importância do empreendedorismo como fator fundamental para o desenvolvimento de uma localidade. As aplicações do empreendedorismo em conjunto com a atividade do turismo apresentam grandes resultados para as iniciativas públicas e privadas. O setor passa a crescer mais rápido, sendo os empreendedores os principais agentes da mudança econômica, pois são eles que geram, disseminam e aplicam as inovações. Os empreendedores ao identificarem as potenciais oportunidades de negócios e assumirem os riscos de investimentos, expandem as fronteiras das atividades econômicas. Mesmo que muitos não tenham sucesso, é a sua existência que faz com que uma sociedade tenha constante geração de novos produtos e serviços.

O trabalho integrado entre o turismo e empreendedorismo busca soluções de desenvolvimento e cria novas propostas para a atividade turística. Utilizando das escolas, organizações, comunidades, como atores de envolvimento, estimulam o espírito empreendedor e possibilita o desenvolvimento sustentável de habilidades empreendedoras e empresariais no ramo do turismo.

Em sua gênese, o empreendedorismo pode ser considerado uma revolução silenciosa que marcará o século XXI tão quanto a Revolução Industrial marcou o século XX. Isso se deve a transformações nos processos ocorridos no mundo, ou seja, com o advento da globalização o que provocou mudanças na economia, nos meios de produção e serviços surgindo assim, novas oportunidades de negócios. Diferenciando do pensamento empírico do passado onde o conhecimento não era formal.

Segundo Dornelas (2008, p. 22) o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de idéias em oportunidades com o intuito de estabelecer negócios de sucesso. Empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa é quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo [...] (HISRISH, 1986). Assim, a definição de empreendedor apresentada tem como base Schumpeter (1949) que diz “o empreendedor é aquele que quebra a ordem corrente e inova, criando mercado com uma oportunidade identificada.

A partir da década de 1980, começaram a surgir pesquisas enfocando o empreendedorismo e a geração de empregos. Anteriormente o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitado, em função do ambiente político e econômico nada propício do país (DORNELAS, 2001).

Apesar de não se igualar às grandes potências industriais, o Brasil alcançou um nível de desenvolvimento industrial considerável, podendo caracterizá-lo como um país industrializado. O número de empresas brasileiras "e outras organizações ativas formais" cresceu 2,7% em 2007 em comparação com o ano anterior, com a criação de 115 mil novos negócios, segundo IBGE (2009). Em 2007, segundo o levantamento, havia 4,4 milhões de empresas no Brasil, que empregavam 42,6 milhões de pessoas.

No Amazonas, o empreendedor, ao mesmo tempo em que é fruto do desenvolvimento econômico social é também contribuinte deste desenvolvimento. A busca de soluções para a potencialização do empreendedorismo cria a necessidade de pontes entre as empresas, instituições de ensino e pesquisa, organizações governamentais e comunidades, e entre estes e o mercado, objetivando estimular o espírito empreendedor e revitalizar atitudes e comportamentos necessários para desencadear negócios viáveis e inovadores, por meio de um modelo de desenvolvimento regional-sustentável. No Estado, os principais incentivadores do empreendedorismo são o SEBRAE e AFEAM atraindo os pequenos projetos em desenvolvimento para alavancar a economia.

É nesse contexto que surge o empreendedorismo como diferencial na indústria do turismo, pois a atividade do turismo é vista como oportunidade de negócio. Tal situação no

obriga a pensar como devemos agir para fazer este negócio ter lucratividade e ao mesmo tempo sustentabilidade sociocultural e ambiental de forma duradoura. A cada dia cresce o número de empresas turísticas em vários municípios do Brasil, identificados como potenciais turísticos. Para que essas empresas possam proporcionar qualidade de vida, geração de renda, riquezas e trabalho para as comunidades surge o empreendedorismo como uma das soluções.

Uma forma de identificar maneiras de desempenhar o empreendedorismo no turismo é a identificação de oportunidades. Segundo Dornelas (2008) saber se uma oportunidade realmente é tentadora não é fácil, pois nela estão envolvidos vários fatores, entre eles o conhecimento do assunto ou ramo de atividade em que a oportunidade está inserida, seu mercado, os diferenciais competitivos do produto/serviço para empresas etc. O empreendedor deve avaliar a oportunidade que tem em mãos para evitar despender tempo e recursos em uma idéia que talvez não agregue tanto valor ao negócio nascente ou já criado.

O empreendedorismo no turismo aparece, atualmente, de um lado como um caminho contra o desemprego no setor e, por outro lado, o mercado tem se tornado competitivo e o consumidor, cada vez mais exigente, vem obrigando a uma profissionalização que antes não existia. O profissional do turismo, mais que qualquer outro, pelos setores em que trabalha, precisa ser ético, responsável, engajado e buscar a sustentabilidade nas suas ações, sempre com visões empreendedoras. É através deste profissional de valor que a indústria turística poderá obter alcançar a competitividade no setor.

“(...) competitividade do turismo é a capacidade dos agentes de interferir nas atividades do turismo de interferir em um país, região ou zona turística, para atingir suas metas acima da média do setor de uma forma sustentada e sustentável, o que pode ser alcançado por concessões lucrativamente financiadas acima da média do setor, e por ganhos sociais e ambientais como consequência de intervenções de organizações e instituições públicas, além de obter a máxima satisfação do turista. Assim, o objetivo último da competitividade é atender da melhor forma possível às expectativas de todos os agentes que participam na atividade de turismo” (Silva, 2004, p. 374).

Por tanto, o turismo empreendedor é capaz de turbinar tudo aquilo que a própria atividade econômica oferece. Assim, na busca por talentos empreendedores e pelo despertar do empreendedorismo nas pessoas por meio das capacitações poderá diminuir consideravelmente os problemas sociais e econômicos do país, onde todos terão uma chance de ter seu trabalho e renda.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

O Amazonas possui uma diversidade de segmentos do turismo, tais como Turismo de Base Comunitária, Ecoturismo, Turismo Arqueológico, Turismo de Aventura, Etnoturismo, Turismo Rural na Agricultura Familiar – TRAF, Turismo Cultural, Turismo Religioso, Turismo de Eventos entre outros, através do Programa de Regionalização do Turismo, dividiram o Estado em Pólos Turísticos, abordando em cada um, os municípios integrantes e os seus respectivos segmentos do turismo desenvolvidos no pólo, como demonstra o Quadro 4 – Pólos Turísticos do Estado do Amazonas (ANDRADE, 2011):

Quadro 4 - Pólos Turísticos do Estado do Amazonas

Nome dos Pólos	Turísticos	Municípios Integrantes Segmento do Turismo
Pólo Rio Negro e Solimões	Barcelos*, Autazes, Careiro, Careiro da Várzea, Coari, Iranduba, Manacapuru, Manaquiri, Novo Airão e Tefé.	Turismo de Pesca; Observação de Peixe Ornamental; Turismo Arqueológico; Turismo de Festas Populares; Observação de Pássaros; Turismo de Festas Populares; Turismo Náutico e TRAF.
Pólo Manaus/ Encontro das Águas	Manaus*	Turismo de Natureza; Ecoturismo; Turismo Náutico; Turismo Arqueológico; Turismo de Aventura; Pesca Esportiva; Turismo Religioso; Turismo de Eventos; Turismo Cultural; Gastronômico.
Pólo Saterê/ Tucandeira	Parintins*, Nhamundá, Barreirinha, Boa Vista do Ramos e Maués	Turismo Cultural, Turismo de Eventos; Histórico, Turismo Religioso e TRAF.

\*Município-sede do Pólo Turístico.

Fonte: Andrade (2011)

Assim, pode-se perceber a importância que Parintins possui como município-sede do Pólo Turístico Saterê/ Tucandeira e indutor do turismo regional, valorizando o turismo histórico, turismo cultural, de eventos e o turismo regional de agricultura familiar, aproveitando as potencialidades da atividade como um atrativo turístico.

O município de Parintins é composto aproximadamente por 68.066 hab. na área urbana e 38.000 hab. na área rural, fazendo um total de 106.066 habitantes (IBGE, 2010). Parintins está situada à margem direita do Rio Amazonas, na micro-região 7 do médio Amazonas, distante 390 Km em linha reta e 420 Km por via Fluvial da cidade de Manaus, latitude sul 2°39'10" e longitude oeste de 56°45'25", com uma altitude de 27 metros em relação ao nível do mar e uma área municipal de 5.952.333 Km<sup>2</sup>, conforme resolução nº 05 de 10 de outubro de 2002 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (ANDRADE, 2011). Nesse contexto se configura como a segunda maior cidade do Estado e um dos pontos turísticos mais importantes da Amazônia (SAUNIER, 2003). Trata-se de um dos principais Patrimônios Culturais e Festivais da América Latina devido ao Festival Folclórico de Parintins.

Durante a pesquisa foi constatado que os estabelecimentos de A&B em Parintins compõe-se, em sua maioria, de bares, lanchonetes e churrascaria. É com base nesses setores que o trabalho foi realizado. A veracidade dos resultados analisados foi baseada no questionário aplicado em cada estabelecimento, os quais foram respondidos pelos próprios proprietários durante a análise. Entretanto, os dados obtidos na entrevista foram constatados ou não com as observações realizadas nas visitas feitas pelo pesquisador aos estabelecimentos.

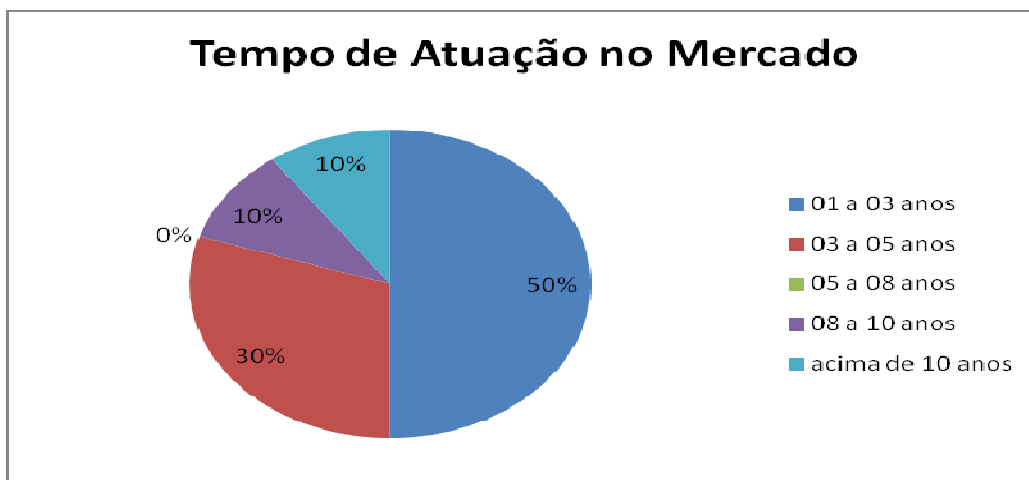


Gráfico 01: Tempo de Atuação no mercado  
Fonte: Pesquisa de Campo.

Os estabelecimentos caracterizam-se por empreendimentos familiares e estruturas organizacionais verticalizadas, com todas as ações centradas na figura do proprietário. Em relação às contribuições ou objetivos que os estabelecimentos desenvolvem para o turismo em Parintins consiste na geração de emprego, expansão do setor gastronômico regional, a prestação de serviços de alimentação. Dos 10 empreendimentos onde foi realizada a pesquisa, verificou-se que 05 deles atuam no mercado de 01 a 03 anos totalizando 50%, enquanto que 03 deles atuam no mercado de 03 a 05 anos totalizando 30%. Verificou-se também que apenas 01 estabelecimento atua no mercado de 08 a 10 anos e 01 estabelecimento atua acima de 10 anos no mercado, totalizando cada um 10% do total da amostra.

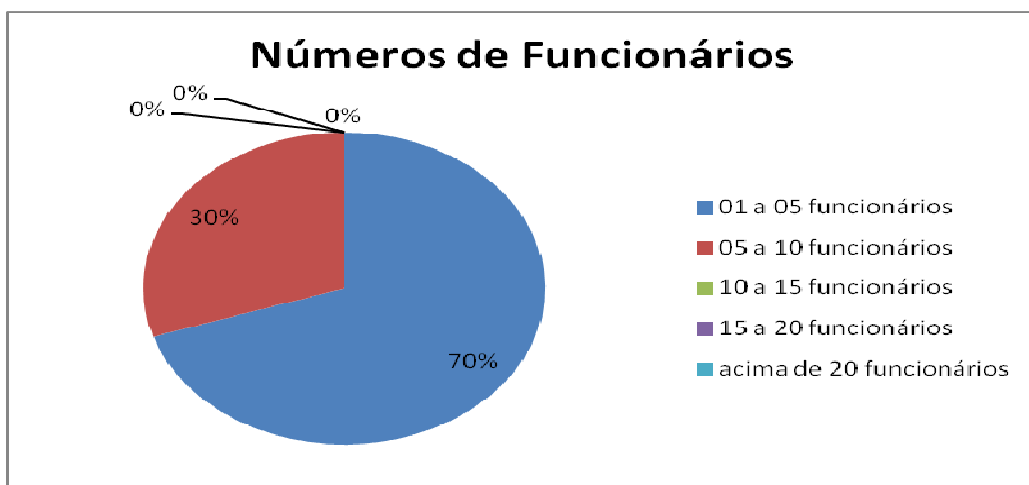


Gráfico 02: Números de Funcionários  
Fonte: Pesquisa de Campo.

Com relação ao número de funcionários, 07 estabelecimentos possuem de 01 a 05 funcionários totalizando 70% da amostra enquanto que apenas 03 deles, possuem de 05 a 10 funcionários, 30%. Em todos os estabelecimentos pesquisados a predominância sexual é o feminino pelo fato de melhor atender a clientela e atrair maior público.

Os estabelecimentos que disponibilizam serviços de A&B pesquisadas não possuem recursos humanos qualificados na área de turismo e, em sua maioria, não participam de cursos profissionalizantes. Isso demonstra certa falta de iniciativa dos empresários e colaboradores para o aperfeiçoamento e atualização profissional. Com a participação nesses cursos, algumas inovações organizacionais poderiam ocorrer, tais como: melhorias no atendimento ao cliente,



conhecimentos de uma língua estrangeira, o valor que o cliente tem para o empreendimento, o rompimento de visões tradicionalistas de gestão, entre outras.

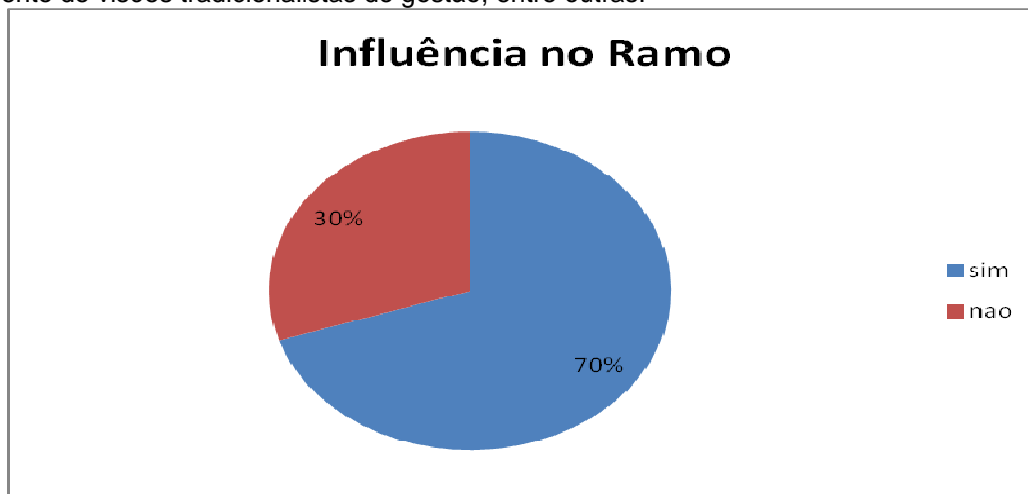


Gráfico 03: Influência no Ramo

Fonte: Pesquisa de Campo.

Como pode-se verificar, dos estabelecimentos pesquisados, 07 deles, dizem-se ter influência no ramo (70%), isso pelo fato de possuírem clientes considerados fiéis aos produtos e sentirem-se bem com o tipo de atendimento que lhes é oferecido. 03 deles, dizem-se não ter tanta influência (30%). No entanto, se formos verificar melhor, a influência no ramo não somente diz respeito a essas qualidades, mas como os estabelecimentos podem influenciar na vida econômica da cidade, através de reivindicações de melhorias na infra-estrutura, nas políticas públicas adotadas e etc.

Os estabelecimentos pesquisados não utilizam nenhuma norma específica para atuar no mercado. Apenas possuem o alvará de funcionamento que lhe é dado pela prefeitura da cidade e são fiscalizados pela vigilância sanitária a qual valida suas práticas.

Com relação às políticas governamentais, a maioria dos estabelecimentos avaliou como positiva a atuação do governo federal em função de vários fatores, tais como: a Política Nacional do Turismo que vem sendo implementada desde 2003, a partir da reorganização institucional federal que fez surgir o Ministério do Turismo, responsável pela estruturação do Programa de Regionalização do Turismo - PRT. Em contrapartida, a minoria afirma que o governo federal ainda é muito ausente no que diz respeito à elevada carga tributária nos serviços turísticos.

Da mesma forma, é interessante percebermos que a maioria considera grande a atuação do governo estadual na promoção das políticas de desenvolvimento do turismo, através das pesquisas de demanda turística nos pólos turísticos que tem como objetivo fornecer um panorama preliminar do perfil da visitação na região. Além disso, foi relatado o forte apoio que a esfera estadual proporciona a alguns eventos turísticos da cidade. Por outro lado, alguns afirmaram que o governo estadual apresenta pouca atuação no cenário turístico regional.

A esfera municipal é considerada de pouca atuação na promoção de políticas de desenvolvimento do turismo, em função das necessidades de melhorias da infra-estrutura turística, ausência de revitalização dos patrimônios históricos do município, a falta de envolvimento da prefeitura com algumas associações ligadas ao turismo, falta maior divulgação das ações de turismo local entre outras. No entanto, alguns estabelecimentos avaliaram como positiva a atuação do município, devido às pesquisas de demanda turística do Carnailha, a inserção de Parintins nos 65 destinos indutores do turismo regional, a criação do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR etc.

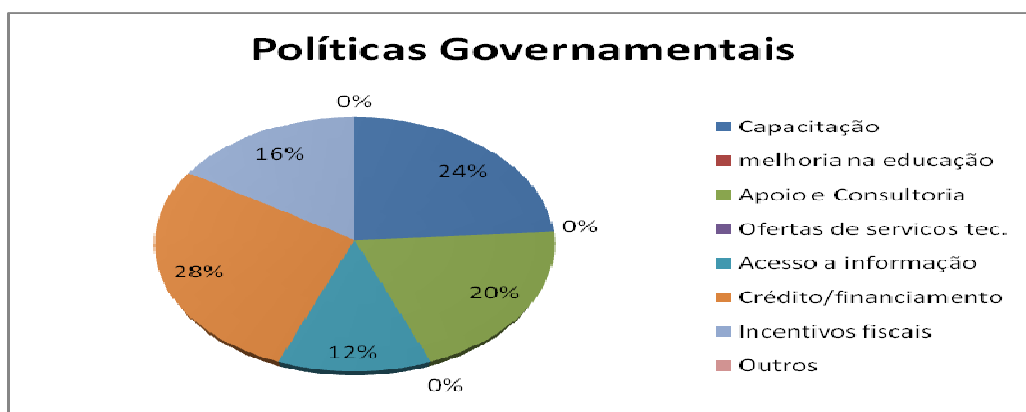


Gráfico 04: Políticas Governamentais

Fonte: Pesquisa de Campo.

Os empreendedores foram questionados sobre quais políticas governamentais que poderiam contribuir para o aumento da eficiência competitiva do estabelecimento. Assim, como mostra o gráfico 04 acima, pode-se perceber que dos estabelecimentos pesquisados 28% disseram que crédito e financiamento na área poderiam aumentar a eficiência do estabelecimento, assim como a capacitação do RH no ramo (24%). 20% disseram o que poderiam contribuir seria o apoio e consultoria, 16% seriam os incentivos fiscais e 12% o acesso à informação.

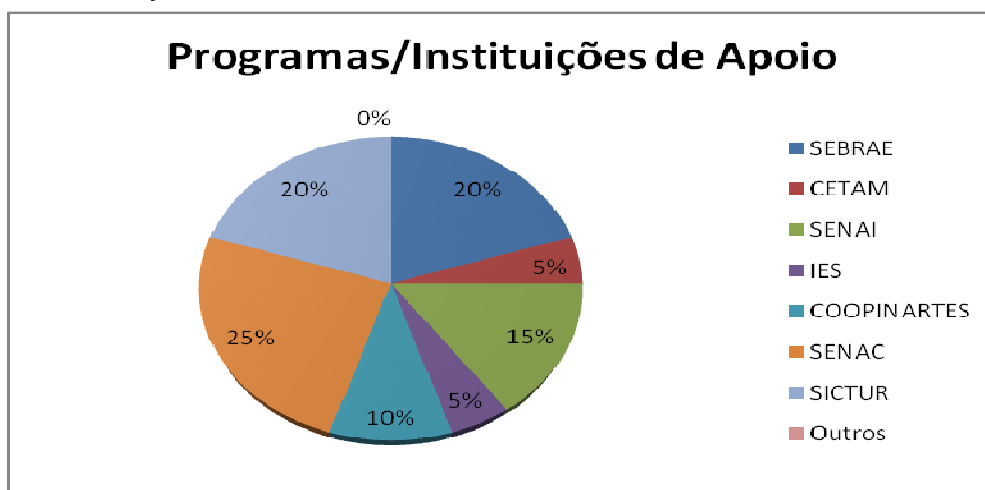


Gráfico 05: Programas/Instituições de Apoio.

Fonte: Pesquisa de Campo.

Com relação aos programas/instituições de apoio que o estabelecimento tem relacionamento/participação ou pode vir a ter, verificou-se que dos pesquisados 25% tem relacionamento ou se relacionariam com o SENAC - O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial que é uma importante instituição que atua com o objetivo de qualificar a mão-de-obra local para o mercado de trabalho. Atualmente, o SENAC Parintins oferece os principais cursos: Informática Básica em Ambiente Windows, Aplicativos Gráficos (Corel Draw, Adobe Photoshop), Inglês Básico, Desenvolvimento de Profissional p/ Supermercado, Relações Humanas, Boas Práticas na Manipulação de Alimentos, Cozinheiro Básico, Café Regional, Guia em turismo, Recepcionista em meios de hospedagem, Camareira.

Dos entrevistados, 20% têm relacionamento ou se relacionariam com o SEBRAE ou a SICTUR. O Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE é uma instituição federal, com quatro anos de atividades no município de Parintins. A instituição já contribuiu significativamente para o desenvolvimento do turismo em Parintins, com a efetiva participação das reuniões do Projeto dos 65 destinos indutores do turismo regional; a formalização dos empreendedores individuais; e a capacitação através de cursos e

consultorias. O SEBRAE é uma instituição que articula e impacta no desenvolvimento do turismo, através da legalização dos empreendimentos que comercializam produtos e prestam serviços turísticos e o envolvimento da mesma com a Embratur e Amazonastur, formalização de projetos. A Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo da Prefeitura Municipal de Parintins – SICTUR é uma instituição integrada à Administração Direta Municipal e foi criada no ano de 2001. A SICTUR é uma instituição articulada com os demais segmentos, tais como: associações, cooperativas, iniciativa privada, instituições federais e estaduais entre outras. Uma das importantes ações da SICTUR foi à criação do COMTUR – Conselho Municipal de Turismo, instituído pela Lei Municipal no 483/2010. O COMTUR é formado por representantes de instituições do poder público municipal, iniciativa privada, Instituições de Ensino Superior e Técnico, associações folclóricas e sistema S (SEBRAE, SENAI, SENAC, SESC, SESI e SENAR).

15% dos entrevistados têm relacionamento ou se relacionariam com o SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Criado em 1942, por iniciativa do empresariado do setor, o SENAI é hoje um dos mais importantes pólos nacionais de geração e difusão de conhecimento aplicado ao desenvolvimento industrial. Parte integrante do Sistema Confederação Nacional da Indústria - CNI e Federações das Indústrias dos estados -, o SENAI apóia 28 áreas industriais por meio da formação de recursos humanos e da prestação de serviços como assistência ao setor produtivo, serviços de laboratório, pesquisa aplicada e informação tecnológica. Graças à flexibilidade de sua estrutura, o SENAI é o maior complexo de educação profissional da América Latina. Diretamente ligados a um Departamento Nacional, 27 Departamentos Regionais levam seus programas, projetos e atividades a todo o território nacional, oferecendo atendimento adequado às diferentes necessidades locais e contribuindo para o fortalecimento da indústria e o desenvolvimento pleno e sustentável do País. Sua missão é promover a educação profissional e tecnológica, a inovação e a transferência de tecnologias industriais, contribuindo para elevar a competitividade da indústria brasileira.

10% dos entrevistados têm relacionamento ou se relacionariam com o COOPINARTES - Cooperativa Parintinense de Arte, Turismo, Esporte e Lazer, criada há um ano e composta por 20 cooperados. Atua com os objetivos de promover eventos e realizar projetos de turismo para as comunidades locais. A COOPINARTES está totalmente envolvida em fóruns, eventos e discussões acerca do turismo local. A instituição ainda possui recursos humanos qualificados na área de turismo e ainda participa de cursos de Guia de Turismo promovidos pelo SENAC e do curso de especialização em Turismo e Desenvolvimento Local pela UEA. Com a participação nesses cursos e eventos, algumas inovações foram visualizadas, tais como: melhoria na organização administrativa e na qualificação profissional dos cooperados.

E 5% dos entrevistados têm relacionamento ou se relacionariam com as IES ou com o CETAM. As Instituições de Ensino Superior – IES, tais como: a Universidade do Estado do Amazonas – UEA é uma instituição pública estadual recente, com 10 anos de atuação na comunidade parintinense. Possui diversos cursos nas áreas de licenciatura, direito, ciências econômicas, e principalmente, o curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e o curso de especialização em Turismo e Desenvolvimento Local, em parceria com a Escola Superior de Artes e Turismo – ESAT/ UEA, em Manaus. A instituição objetiva qualificar a mão-de-obra local e formar cidadãos críticos perante a realidade. E a Universidade Federal do Amazonas – UFAM que por sua vez, com Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia, atua desde o ano de 2007. Seus objetivos são formar cidadãos críticos e atuantes na sociedade, qualificar os recursos humanos locais e aplicar os conhecimentos teóricos na comunidade, através de pesquisa e extensão.

O CETAM - Centro de Educação Tecnológica do Amazonas é uma autarquia vinculada à Secretaria de Ciência e Tecnologia cuja missão é promover diretamente a Educação Profissional no âmbito estadual, nos níveis básico, técnico e tecnológico, como instrumento de cidadania para gerar ocupação e renda, em articulação com os programas de governo. Está presente em Manaus e nos 61 (Sessenta e um) municípios do Estado do Amazonas, inclusive no Município de Parintins. Sua missão permite atuar em diversas áreas do conhecimento, tais como: Saúde, Comunicação e Informação, Estética, Indústria, Pesca e etc., assim, procura promover diretamente a Educação Profissional no âmbito estadual, nos níveis básico, técnico e tecnológico, como instrumento de cidadania para gerar ocupação e renda, em articulação com os programas de governo. Desenvolve ações firmando parcerias com instituições de caráter público estadual e municipal, organizações não-governamentais e outras entidades.

Para se manter atualizado no mercado, os estabelecimentos pesquisados na área de A&B utilizam, de modo geral, de pesquisas próprias ou consideradas, boca-a-boca. Isso porque costumam dialogar com seus clientes, a fim de estreitar os laços e retirar informações de como melhorar o atendimento, os produtos e serviços. Uns também se utilizam de revistas especializadas na área, contatos com outras empresas e consultorias.

Com relação aos fatores que contribuem para que o estabelecimento permaneça no mercado, o gráfico 06 mostra o resultado coletado.

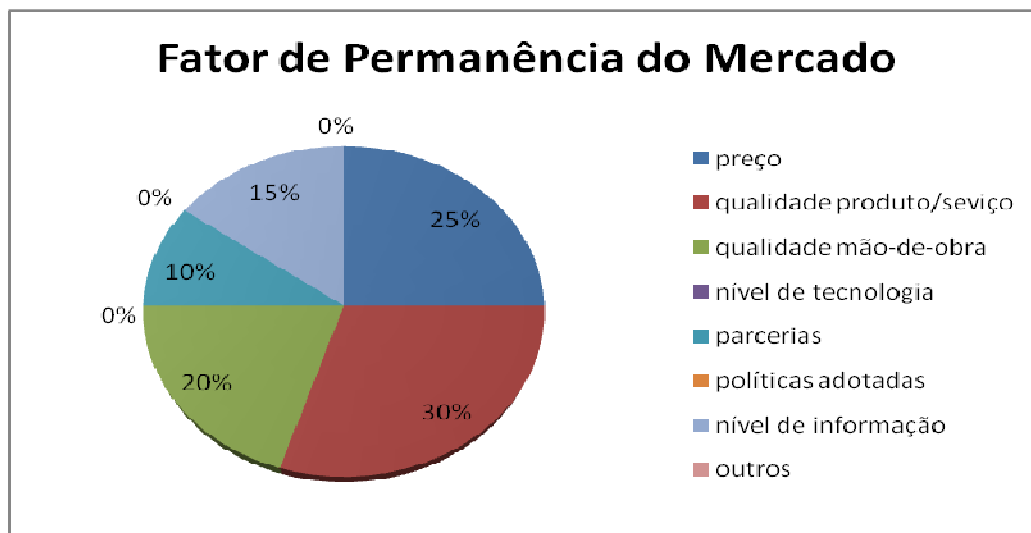


Gráfico 06: Fator de Permanência no mercado

Fonte: Pesquisa de Campo.

Assim, pode-se verificar que dos estabelecimentos pesquisados, 30% relata que sua permanência é devido a qualidade do produto/serviço que é oferecido. 25% afirmam que sua permanência é garantida pelo preço, pois é acessível a todas as classes sociais; 20% colocam a qualidade da mão-de-obra como fator de permanência, pois são orientados a atender os clientes da maneira como eles gostariam de ser atendidos, com educação, sendo atenciosos etc. 15% dizem que sua permanência é devida ao nível de informação, pois é um instrumento a qual se utilizam para ficar atualizados; e 10% colocam as parcerias como fator de permanência.

Os estabelecimentos foram questionados quanto aos seus planos para os próximos anos. Assim, pode-se verificar de modo geral, que os mesmos procurarão ampliar o negócio, transformar em um restaurante ou lanchonete bem sofisticada para atender melhor sua clientela. 01 dos estabelecimentos pesquisados relatou que futuramente, tempo capital necessário, procurará transformar seu estabelecimento em uma cozinha industrial, pois o mesmo já trabalha nos finais de semana com pronta-entrega de refeições e vê nesse ramo uma grande oportunidade de crescimento. Variedades de produtos e enfoque na agilidade da entrega a domicílio estão como planos para os próximos anos, sendo que para isso, relatam também que procurarão direcionar seus funcionários para a qualificação profissional através de cursos, pois perceberam que até o momento não haviam incentivado como deveriam e são sabedores que tempo pessoal qualificado será mais fácil de sustentar os negócios e sustentar os empregos gerados.

#### Empreendedorismo no setor A&B

A ideia de criação dos estabelecimentos foi questionada aos proprietários. Assim, pode-se verificar no gráfico 07 os resultados obtidos.

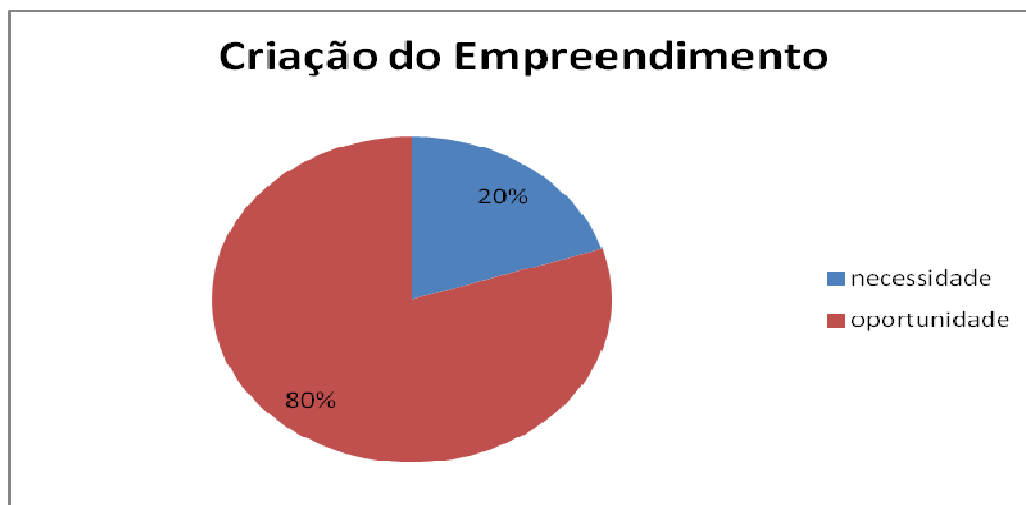


Gráfico 07: Criação do Empreendimento

Fonte: Pesquisa de Campo.

Verificou-se que nos 80% dos estabelecimentos, a ideia de criação partiu de uma oportunidade vista no mercado, o que vem confirmar o empreendedorismo de oportunidade, aquele em que o empreendedor visionário sabe aonde que chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riqueza. Já os 20% dos estabelecimentos restantes, tiveram a ideia da criação partida de uma necessidade, o que vem confirmar de igual modo o empreendedorismo por necessidade, aquele em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho.

Nos estabelecimentos pesquisados verificou-se que os mesmos para se auto-sustentar e sustentar os empregos que por eles são gerados, utilizam de práticas contábeis mesmo sem saberem ao certo como fazê-lo. Ou seja, possuem um controle financeiro baseado nas suas receitas e nas suas despesas. Alguns proprietários chegaram até afirmar que em períodos de festas quando a demanda é muito grande, eles chegam até a perder o controle de vendas, ou seja, o que cada cliente está consumindo. Isso por falta de mão-de-obra que os auxiliem nos estabelecimentos. Para isso, perguntam do cliente o que cada um consumiu e contam com a palavra do cliente para poder fazer a soma dos produtos. Eles reconhecem que é um sistema falho e que precisam administrar melhor seu fluxo de caixa pra poder não se surpreenderem mais tarde com os resultados. Em outros estabelecimentos para sustentar os empregos existentes, os proprietários adotam o pagamento na diária ou semanalmente, sendo que são feitas as anotações de cada funcionário com relação a todo o pedido de adiantamento ou quando os mesmos utilizam produtos do estabelecimento.

Com relação ao mercado atendido, todos os estabelecimentos são unânimes ao dizerem que o mercado atendido é o local. No entanto, ressaltam que devido a grandiosidade da Festa dos Bois Garantido e Caprichoso, assim como até mesmo o Carnaval, todos chegam atender turistas vindo de outras cidades, estados e países; o que torna o atendimento acessível a qualquer tipo de cliente, inclusive estrangeiros, como relatam os proprietários.

As limitações para atender mais clientes foram questionadas. O gráfico 08 apresenta os resultados obtidos.

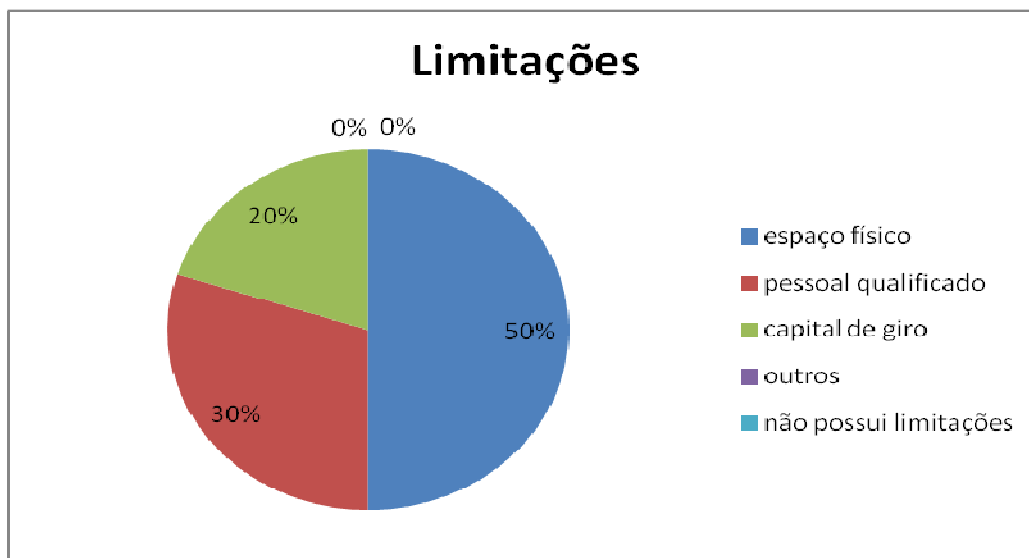


Gráfico 08: Limitações

Fonte: Pesquisa de Campo.

Das limitações destacadas acima, segundo os proprietários dos estabelecimentos, 03 foram consideradas as principais: espaço físico com 50%, pelo fato de não ser suficiente para reorganizar e estruturar melhor o estabelecimento. O ambiente onde a maioria se localiza – chamada Praça dos Bois – é um local com quadras para jogos, o que dificulta o layout dos estabelecimentos que ficam a margem das calçadas. Os estabelecimentos que ficam na parte apropriada com boxes para vendas, concordam que o espaço físico continua sendo um dos fatores que limitam o atendimento, pois da mesma forma não é suficiente para deixar os clientes mais a vontade já que a estrutura também não ajuda. 30% colocam como limite para atender mais clientes a falta de pessoal qualificado na área, já que os proprietários dizem-se ter dificuldades no recrutamento de pessoal para atuar no ramo, pois segundo os mesmos, pelo fato do trabalho ser noturno, há falta de vontade por parte das pessoas de trabalhar a noite assim, como falta de comprometimento por parte delas para com o trabalho. Os proprietários esperam de seus colaboradores nada mais do que: agilidade no atendimento, tomada de iniciativa, desempenho satisfatório, educação, dedicação, ou seja, de modo geral, eles esperam que seus colaboradores sejam proativos. E 20% ressaltam que a limitação para atender mais clientes está na falta de capital de giro, o qual serviria para alavancar o negócio.

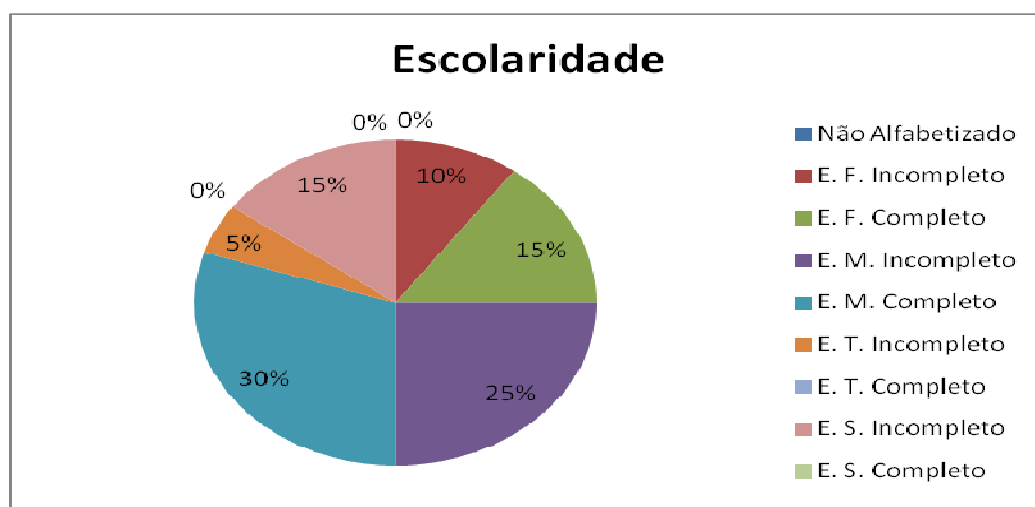


Gráfico 09: Escolaridade

Fonte: Pesquisa de Campo.

No quesito escolaridade, pode-se verificar que em sua maioria, os colaboradores que atuam no setor de A&B, possuem o Ensino Médio Completo o que corresponde a 30% do total da amostra. 25% possuem Ensino Médio Incompleto, 15% possuem Ensino Fundamental Completo, outros 15% possuem Ensino Superior Incompleto, 10% Ensino Fundamental Incompleto e 5% Ensino Técnico Incompleto. Mesmo possuindo colaboradores com esse grau de escolaridade, a falta de qualificação na área de turismo é relativamente grande. É necessário mais interesse do colaborador no que se refere à questão profissional, os mesmos devem ver no turismo uma oportunidade de crescimento e aperfeiçoamento, procurando uma melhor qualidade de vida.

Os colaboradores pesquisados atuam nos estabelecimento principalmente na área de atendimento, desse modo, são os mesmo que representam o estabelecimento, pois mantêm contato direto com o cliente. Sobre a responsabilidade dos colaboradores, também se encontra a atividade de serviços gerais, os quais realizam a limpeza do local para o dia seguinte. A administração geralmente fica a cargo do próprio dono, assim como a área financeira.

Como já mencionado, poucos colaboradores realizam capacitação para exercer suas atividades, o que vem ser uma falha do sistema de gestão. Alguns colaboradores afirmam participar das decisões que são tomadas nos estabelecimentos, no entanto, somente nas decisões de interesse geral, ou seja, quando envolve a participação dos mesmos, exemplo: horário diferenciado para cada funcionário, os dias que irão ou não abrir o estabelecimento e etc.

Com relação à faixa salarial, o gráfico 10 apresenta os resultados da pesquisa.

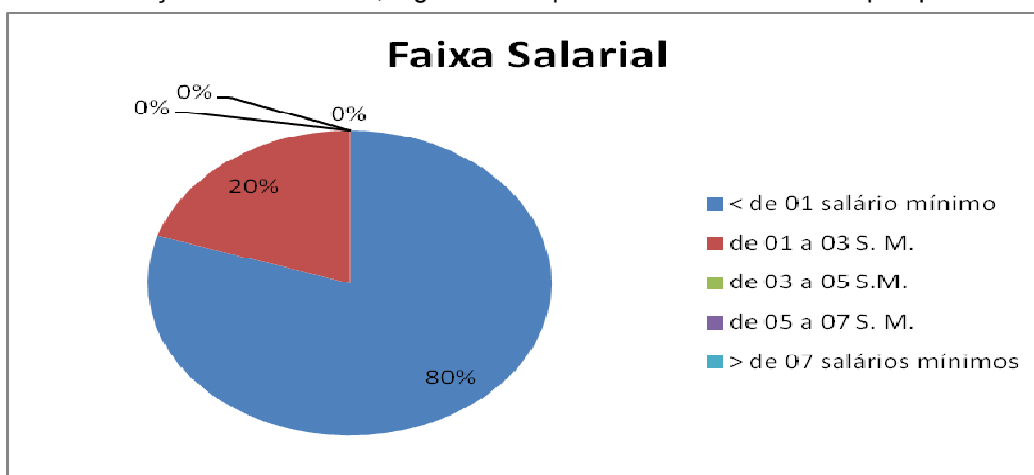


Gráfico 10: Faixa Salarial  
Fonte: Pesquisa de Campo.

Verificou-se que dos entrevistados, a faixa salarial da maioria, ou seja, dos 80% é menor que um salário mínimo, isso pelo fato de ser o primeiro “emprego” deles e não possuem, logo de início, conhecimento necessário para atuar no ramo. Assim, são orientados a ficar no atendimento do estabelecimento, anotando os pedidos e entregando os produtos aos clientes. O restante, ou seja, 20% dos entrevistados, dizem-se receber de 01 a 03 salários mínimos, pelo fato de serem os mais antigos colaboradores do estabelecimento e saberem como funcionam as atividades dentro do setor. São orientados, pelos proprietários, a repassar o conhecimento que tem na área a fim de ajudar o estabelecimento a se manter no mercado. De igual modo, a maioria dos colaboradores diz ser satisfeito com a faixa salarial que recebem. Afirmam que apesar da renda que recebem não dê pra viver como queriam, com ela conseguem se sustentar a nível básico. No geral, sentem-se satisfeito com as atividades que desempenham no estabelecimento. Os colaboradores não possuem carteira de trabalho assinada, assim não gozam dos direitos que a CLT os dá.

Para a maioria dos colaboradores, o principal valor que a atividade turística agrega a sua vida profissional é apenas o conhecimento no ramo em que atuam. Segundo eles, a atividade turística no município apresenta oportunidade para a criação de novos empregos, no entanto, eles são sabedores que para ocupar esses novos empregos precisa-se de pessoal

treinado, qualificado, de modo geral, com um currículo cheio de cursos profissionalizantes. Os colaboradores sabem que precisam constantemente buscar a qualificação profissional visando melhor qualidade de vida.

Foi questionado como era o relacionamento de um colaborador para com o outro dentro do ambiente de trabalho, a fim de saber até que ponto o relacionamento entre eles interferia na vida pessoal do colaborador. A resposta esse questionamento foi considerada satisfatória, pois segundo os entrevistados no ambiente de trabalho todos os participantes trabalham por um bem comum: a satisfação do cliente, a melhoria da imagem do estabelecimento perante o cliente, a sustentabilidade do negócio e, por consequência, a sustentabilidade dos próprios empregos. Assim, há uma maior segurança no ambiente de trabalho.

Em tempos de grande movimentação turística na cidade, para alguns colaboradores a jornada de trabalho aumenta, para outros não. Isso pelo fato, de um estabelecimento não funcionar na mesma quantidade de horas que o outro. A exemplo, um dos estabelecimentos pesquisados, iniciava sua jornada de trabalho às 18:00 horas e finalizava normalmente às 00:00 horas; enquanto o outro iniciava sua jornada às 18:00 horas e finalizava às 04:30 ou até mesmo às 06:00 horas, dependendo da demanda. Vale ressaltar que, a jornada de trabalho aumenta de acordo com as festas que acontecem na cidade, principalmente Carnaval e Festa dos Bois Garantido e Caprichoso, tudo depende também do Calendário de Eventos do Município. O salário normalmente segue a tendência do aumento da movimentação turística, ou seja, pode aumentar nesse período.

Assim, discutimos nos resultados da pesquisa a sustentabilidade dos empregos gerados pelo Turismo na cidade de Parintins/AM, numa perspectiva empreendedora, tomando como objetos de estudo os empreendimentos de A&B – Alimentos e Bebidas. Caracterizamos o Turismo na cidade de Parintins/AM, tomando como base a geração de emprego no setor de A&B, analisamos como a prática empreendedora nesse setor pode contribuir para uma melhor geração de emprego e renda da população local e verificamos a competitividade dos empregos gerados por esse setor na cidade de Parintins/AM.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Parintins caracteriza-se como a segunda maior cidade do Estado do Amazonas e com atrativos turísticos relevantes para a Amazônia, eventos culturais como o Festival Folclórico dos bois-bumbás e suas belezas naturais conferem a região um aspecto único que é demandado por turistas de todo o mundo.

Por meio da pesquisa pode-se evidenciar que o desenvolvimento da Indústria Turística em Parintins está em ascensão. Entretanto, para que o fluxo turístico no município possa fluir, é necessário que a demanda, atrativos turísticos, recursos turísticos, produtos turísticos, serviços turísticos, infra-estrutura básica e serviços urbanos de apoio ao turista se desenvolvam de maneira constante.

A pesquisa realizada apresentou a importância do turismo como fator econômico local, nele o setor de Alimentos e Bebidas tipicamente desenvolvido por empreendedores locais, tem relevante potencial para geração de emprego e renda em virtude de suas características e da expressiva demanda turística na região.

Tomando como base o perfil dos empreendedores do setor A&B identificou-se que sua entrada em permanência na atividade se deu, na maioria dos casos, em virtude de poucas barreiras a entrada do que de uma oportunidade identificada pelo empreendedor.

A presença do empreendedorismo em empresas, sociedades e grupos é um importante fator que fomenta inovações, tornando os seus atores mais aptos para competir num mercado com mudanças tão rápidas e contínuas. Pode-se verificar, por meio das pesquisas, que a prática empreendedora em muitos estabelecimentos é incipiente, nos estabelecimentos a figura do proprietário gerente é mais forte que a do empreendedor do negócio. Não há um foco para inovações no setor e não há uma visão de como o empreendedorismo pode contribuir para uma melhor geração de emprego e renda da população local.

Frente a este cenário, programas de qualificação e treinamento em instituições de fomento presentes na região (Universidades, Instituições de Treinamento, SEBRAE) e políticas de incentivo desenvolvidas pelo Estado poderiam auxiliar no desenvolvimento do setor, dada sua relevante importância para geração de emprego e renda.



Algumas dificuldades foram encontradas para a realização deste estudo, principalmente no que diz respeito à fontes de dados ligadas ao setor A&B e não existência de bases de dados regionais ligadas com foco na microempreendedores individuais.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Francisco **Alcicley Vasconcelos. Diagnóstico e Caracterização dos Players do Arranjo Produtivo Local – APL Turístico de Parintins/ AM.** 75 f. Monografia do Curso de Administração em Gestão Organizacional, Universidade Federal do Amazonas, Parintins, 2011.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo.** 7. ed. São Paulo: Senac, 2002.

\_\_\_\_\_. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: SENAC, 1998.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: A Metodologia de Ensino que ajuda a Transformar Conhecimento em Riqueza.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípio.** São Paulo: Pioneira, 1986.

EMBRATUR. Empresa Brasileira de Turismo. **Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo.** Brasília: Embratur, 1994.

\_\_\_\_\_. **Programa de Marketing.** Brasília: Embratur, 1992.

FOURASTIÉ, Jean. **Les trente glorieuses ou la révolution invisible de 1946 a 1975.** Paris, Foyoral, 1979.

IBGE. **Cidades.** Disponível em: <[www.ibgw.com.br](http://www.ibgw.com.br)>. Acessado em: 9 nov. 2012.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: Cidades.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em 21 nov. 2012.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo/** Luiz Renato Ignarra. - 2 ed. rev. E ampl. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

McINTOSH, Robert e GUPTA, Shashikant. **Turismo – planeación, administración y perspectivas.** Cidade do México: Limusa Noriega Editores, 1993.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: relatório Brasil 2009/Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (organizador) – Brasília: 2009.**

OLIVEIRA, Luiz Silvio de. **Tratado de Metodologia Científica: Projetos de Pesquisa, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses.** 2 ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Desenvolvimento de Turismo sustentável: manual para organizadores locais.** Brasília: Embratur, 1995.

\_\_\_\_\_. **Turismo Internacional: uma perspectiva Global.** Porto Alegre: Bookmann, 2003.

\_\_\_\_\_. **Guía para administraciones locales:** desarrollo turístico sostenible. Madrid: Organización Mundial do Turismo, 1999, p. 114.

PETROCCI, Mário. **Turismo, planejamento e gestão.** São Paulo: Futura, 1998.

SAUNIER, Tonzinho. **Parintins:** memória dos acontecimentos históricos. Manaus: Valer, 2003.

SICTUR. **Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo:** Relatório do Festival Folclórico 2009.

SILVA, Jorge Antonio Santos. **Turismo, crescimento e desenvolvimento:** uma análise urbano-regional baseada em cluster. Tese apresentada ao curso de Doutorado em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. ECA/USP, São Paulo, 2004.

SOUZA, Paulo Augusto Ramalho de; ANJOS, Yolane Wladia Silva . **O Desenvolvimento dos Empreendimentos Turísticos da Região de Parintins no Amazonas:** uma abordagem relacionada ao estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. TURyDES (Málaga), v. 05, p. 01-17, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 12. ed. – São Paulo, 2010.

WORLD TOURISM ORGANIZATION – WTO. **Securité alimentare et tourisme/food and safety and tourism.** Madri: WTO, 1991.

WTTC - WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **The 2008 travel & tourism economic research.** Disponível em: <[www.wttc.org](http://www.wttc.org)>. Acesso em: 24 set.2012.