

## STARTUP DE CAMA & CAFÉ: PROPOSTA DE INOVAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM PENEDO-AL

**Aline Andrade Santos**-[aline.andsantos@hotmail.com](mailto:aline.andsantos@hotmail.com)

*Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo- Instituto Federal de Sergipe*

**José Augusto Andrade Filho**- [augustoa@gmail.com](mailto:augustoa@gmail.com)

*Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo- Instituto Federal de Sergipe*

**Resumo** — A dimensão e a influência da internet na vida do ser humano são notórias. Enquanto campo de estudo, os avanços tecnológicos fornecem uma literatura vasta e que contempla várias abordagens, sobretudo no tocante aos processos de inovação imbricados nessa nova realidade. Expõe as principais problemáticas envolvidas, como a ascensão de um modelo de sociedade tecnológica onde a importância crescente de seus dispositivos influencia, diretamente, a construção da cultura, tal como vivenciamos hoje. Propõe-se, dentro dessa temática, um novo modelo de negócio buscando a promoção do desenvolvimento do turismo no município de Penedo-AL, através da implantação de uma Startup para comercializar hospedagens do tipo cama & café, por entender que se trata de um produto inovador, capaz de promover a competitividade do destino em questão. Esta pesquisa encontra-se em fase de desenvolvimento e seguirá uma linha de elaboração e execução que começa com a revisão da literatura que norteará a pesquisa, em seguida será realizada a observação do objeto de estudo, entrevista com os sujeitos da pesquisa: os *stakeholders*, análise e tabulação dos dados coletados, interpretação e explanação acerca das implicações do estudo e, por fim, implementação do produto proposto. Espera-se, com a implementação da referida proposta, agregar valor à localidade por meio do crescimento da atividade turística que contribuirá, também, para o aquecimento da economia local.

**Palavras-chave**— Startup, inovação, cama e café, turismo.

**Abstract**— The size and influence of the internet on human life are notorious. As a field of study, technological advances provide a vast literature that contemplates various approaches, especially regarding the innovation processes embedded in this new reality. It exposes the main problems involved, such as the rise of a model of technological society where the increasing importance of its devices directly influences the construction of culture, as we experience today. Within this theme, we propose a new business model seeking to promote tourism development in the municipality of Penedo-AL, through the implementation of a Startup to commercialize bed & breakfast accommodation, understanding that this is a product. able to promote the competitiveness of the destination in question. Research in progress, will follow a line of elaboration and execution that begins with the literature review that will guide the research, then the observation of the object of study, interview with the research subjects: the *stakeholders*, analysis and tabulation of the data. collected, interpretation and explanation of the implications of the study and finally implementation of the proposed product. With the implementation of this proposal, it is expected to add value to the locality through the growth of tourist activity that will also contribute to the warming of the local economy.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo, enquanto fenômeno, conforma-se nas viagens invocadas pela necessidade do homem de viver condições diferentes do habitual, fora dos seus locais de trabalho e moradia, para consumirem bens e serviços, estabelecendo uma ruptura desse cotidiano em busca do prazer contido em novas experiências e olhares sobre cenários diferentes do que lhe é comum.

Configura-se como uma atividade comum em várias partes do mundo e foi criada para atender à necessidade de deslocamento que muitas pessoas têm, seja por vontade de conhecer lugares outros ou por fins recreativos, levando a conhecer países, cidades, locais com expressivo patrimônio-étnico-cultural e, ao mesmo tempo explorar paisagens naturais, urbanas e geográficas, existentes dentro e fora de seu próprio território (TARABOULSI, 2009).

Neste estudo, conceitos Cama & Café, inovação, economia colaborativa e Startup são abordados por entender que convergem e atuam de forma sinérgica na obtenção de resultados positivos. Como objeto de estudo escolheu-se o Centro Histórico de Penedo-AL, pressupondo-se que dialogar sobre o mesmo enquanto espaço plural, de encontros, realizações e manifestações culturais, poderá contribuir para estudos que compreendam e colabore com o processo de refuncionalização da paisagem histórico-urbana para fomentar o turismo em um ambiente que retrata a beleza de um período da história brasileira.

No que diz respeito às proposições como elementos essenciais para o turismo, este trabalho traz a referida área de estudo como componente central e tem como objetivo principal analisar os elementos que compõem o espaço turístico do Centro Histórico de Penedo/AL e suas funcionalidades como fonte de transformações social, política e cultural.

A partir dessas premissas, as seguintes questões foram propostas a fim de nortear o estudo: é possível que a implementação de um modelo alternativo de hospedagem possa contribuir para o aquecimento da economia do município de Penedo-AL? O que pensam alguns representantes da comunidade acerca da proposta? A implementação desse modelo de negócio é exequível?

Essas questões conduziram ao objetivo geral de: Criar um modelo de negócio para a comercialização de meios de hospedagem do tipo Cama e Café em Penedo – AL, como um recurso de incentivo ao turismo local sob a perspectiva da economia colaborativa.

E especificamente, busca-se: avaliar o modelo cama e café e sua possível aplicabilidade em Penedo/AL; apresentar as características da tipologia de hospedagem abordada; identificar os moradores interessados em participar do projeto de comercialização das residências como hospedagem do modelo Cama & café; sensibilizar os envolvidos acerca dos benefícios dessa modalidade de economia; analisar, sob a perspectiva dos possíveis anfitriões, a disponibilidade para transformar seus lares em meio de hospedagem para turistas, sobretudo nas residências que ainda conservam arquitetura tradicional; desenvolver uma startup para organização e disponibilização dessa oferta de hospedagem.

A escolha por Penedo (AL), para implementação deste projeto, justifica-se pois a cidade possui atrativos turísticos que contemplam a demanda por turismo ecológico e cultural, uma vez que muitas das suas residências, localizadas no entorno do centro histórico, preservam suas características originais, principalmente na fachada, o que proporciona uma experiência singular e enriquecedora, que denota sua vocação para o turismo cultural. No entanto, esses atrativos são consumidos por turistas em passeios de bate e volta, principalmente das cidades de Maceió e Aracaju, que, em sua maioria, poderiam gerar receita se utilizassem os serviços de hospedagem, não fosse a carência desses equipamentos turísticos na localidade.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A partir da privatização dos serviços de internet, na década de 1990, ocorreram diversas mudanças ligadas ao campo da tecnologia, informática e do conhecimento. Essas modificações fazem parte de um complexo social em que são formatados e formatam a cultura. A Internet se tornou um instrumento prático e barato, alterando diversas funções e criando outras, principalmente no novo mercado de trabalho que se originou com novas práticas, onde as relações, sobretudo comerciais, se desenrolam no ambiente virtual. A Internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede. Nesse sentido, Castells (1942) diz que

Uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet. As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação. É por isso que as redes estão proliferando em todos os domínios da economia e da sociedade, desbancando corporações verticalmente organizadas e burocracias centralizadas e superando-as em desempenho (CASTELLS, 1942, p. 07).

Diante dessa perspectiva, destacamos o surgimento de novas modalidades para acessar, de forma bastante inovadora, esse mercado cada vez mais competitivo. Novas ferramentas, aliadas à estratégias eficientes de marketing, fazem toda a diferença no sucesso de uma empresa. Todas essas premissas acabam por demonstrar um aspecto empreendedor. Empreender e inovar envolve lidar com todos os riscos sobre a ideia. Segundo Drucker, inovação é a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza. "[...] Qualquer mudança no potencial produtor-de-riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação..." (DRUCKER, 1987, p. 40).

Bessant; Tidd (2009) asseguram que a inovação possui diversas formas, mas pode ser resumida em quatro diferentes tipos, a citar: inovação de produtos; inovação de processos; inovação de posição; inovação de paradigma.

Uma das modalidades de negócio mais popular, na atualidade, é a "Startup". Não existe um conceito rígido para Startup, mas, segundo Gitahy (2016), trata-se de um grupo de pessoas que buscam um modelo de negócio, trabalhando com um cenário de incertezas. Sobre isso, Ries (2012) assegura que

Uma das modalidades de negócio mais popular, na atualidade, é a "Startup". Não existe um conceito rígido para Startup, mas, segundo Gitahy (2016), trata-se de um grupo de pessoas que buscam um modelo de negócio, trabalhando com um cenário de incertezas. Pode ser ofertada sob as formas de estrutura online ou física. Sobre isso, Ries (2012) assegura que Você não precisa trabalhar numa garagem para estar numa startup. O conceito de empreendedorismo inclui qualquer pessoa que trabalha dentro da minha definição de startup: uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza. Isso significa que os empreendedores estão por toda parte, e a abordagem da startup enxuta pode funcionar em empresas de qualquer tamanho, mesmo numa de grande porte, em qualquer setor ou atividade (RIES, 2012, p. 13).

Esse arquétipo de comércio propicia diversos benefícios, a citar: é uma empresa que possui custos de manutenção muito baixos, mas que consegue crescer rapidamente e gerar lucros cada vez maiores, denominada escalável; um empreendimento que possui vários modelos de negócios, ou seja, várias formas de transformar seu trabalho em dinheiro; assim como pode ser repetível, que não altera o produto e entrega em escala ilimitada. Pode ser ofertada sob as formas de estrutura online ou física.

Propõe-se que a startup seja virtual, pois assim a plataforma de comercialização estará ao alcance de um clique, diminuindo a distância entre empresa e cliente, já que, produtos bem posicionados, em canais de distribuição corretos e direcionados ao público-alvo definido, fazem toda a diferença no processo de venda. Nesse contexto, entende-se que uma pequena empresa só pode ser considerada uma atividade empreendedora se houver algum tipo de inovação: "[...] empreendedorismo não trata apenas de pequenas empresas e novos empreendimentos. Não aborda apenas a criação de novos produtos ou serviços, mas, sim, inovações em todos os âmbitos do negócio" (CHIAVENATO, 2007, p. 261).

Indubitavelmente, a indústria dos negócios tem crescido, significativamente, com o passar dos anos e isso se deve, substancialmente, ao rápido avanço das economias aberta e criativa, fazendo com que os empreendedores busquem desenvolver as suas competências em favor da geração e prestação de produtos e serviços inovadores que sejam distintamente desejáveis, realizáveis e vendáveis.

As viagens e as hospedagens se destacam como ofertas muito comercializadas pela internet, uma importante ferramenta para obtenção de informações sobre produtos e serviços. No tocante ao turismo, observa-se, portanto, que a demanda por serviços hoteleiros é ampla, o que motiva o mercado a se reinventar para atender a um público cada vez mais heterogêneo quanto à sua capacidade de compra, exigências por serviços especializados, dentre outras expectativas.

Os Meios de Hospedagem de Turismo - MHTs, de acordo com as regiões onde se encontram e os perfis de seus clientes, têm se diversificado de forma a interagir com os mais variados segmentos de turista. Um modelo que se adequa a esta nova realidade é o "Cama e Café" ou "*Bed and Breakfast*" (B & B). Este tipo de hospedagem está inserido na classificação oficial do Ministério do Turismo – MTUR, denominado de Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem - SBClass, que o conceitua como "hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida" (BRASIL, 2011, p.7). Esse tipo de meio de hospedagem explica, de forma singular, a hospitalidade no turismo como diferencial no processo de comercialização. Essa forma de se relacionar funciona muito bem para os serviços e produz economia tanto para quem usa quanto para quem fornece, porque todos são consumidores, produtores, financiadores, vendedores e distribuidores.

Assim, a apresentação de informações de maneira organizada representa para o turismo um componente de suma importância na convergência da demanda potencial em real. Os produtos precisam ser expostos na "vitrine" virtual e, por meio de canais de comunicação e distribuição interativos e eficientes, proporcionar as informações que os consumidores desejam porque

Não só o turismo como atividade, mas os personagens principais que nele interagem, ou seja, os turistas também são influenciados pelas inovações tecnológicas que alteram e dinamizam as relações de compra e consumo na atividade turística (SOUZA; BAHL; KUSHANO, 2013, p. 316).

Quando se trata da venda de serviços hoteleiros, a evolução tecnológica tem possibilitado agrupar as informações de forma que os consumidores tenham acesso aos preços, opiniões de hóspedes, além de descrições e fotos do produto. Desta forma, as empresas proporcionam a experiência de saber o que vai comprar, anterior à finalização do processo de compra, permitindo que os consumidores decidam quais produtos se adequam melhor à sua necessidade, de acordo com as suas características.

Uma plataforma de compartilhamento possibilita a visualização de opinião de pessoas conhecidas que já experimentaram um produto ou serviço, transformando-se, assim, numa importante ferramenta de marketing já que, para muitos, a avaliação dos usuários é mais importante que a regulamentação governamental (CODAGNONE; MARTENS, 2016). Portanto, a proposta de criação de uma startup, ora apresentada, se alinha à perspectiva da economia colaborativa, onde todos os envolvidos tendem a lucrar, desde que se proponham a seguir as normas pré-estabelecidas. Assim, expande-se também a atividade turística na localidade, fazendo com que o destino torne-se conhecido e, conseqüentemente, eleve a receita do município.

### 3 METODOLOGIA

Objeto e campo deste estudo, o município de Penedo-Al tem sua fundação datada de 1560, localizado ao sul do estado, às margens do Rio São Francisco, na divisa com o estado de Sergipe. Possui área territorial de 689,875 km<sup>2</sup> e População estimada de 63.516 pessoas (CENSO, 2018). Sua economia gira em torno da pesca, hoje em menor proporção devido o assoreamento do rio São Francisco, do comércio varejista, cultura de cana-de-açúcar, e o setor público como principal empregador. Guarda, hoje, grande patrimônio histórico e cultural.

A metodologia adotada para um trabalho de pesquisa permite ao pesquisador ter clareza do processo de criação e das etapas de desenvolvimento necessárias ao seu projeto. É uma parte fundamental para o trabalho, pois atua como ferramenta norteadora que auxilia na sua concretização. Pesquisa de caráter bibliográfico, feita através de revisão em livros, artigos, entre outras fontes de leitura para se conhecer e avaliar acontecimentos culturais, históricos e científicos para determinar temas. Sposito (2004, p. 62) explica que “a pesquisa bibliográfica implica em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório”.

Esta pesquisa encontra-se em estágio de desenvolvimento. Propõe-se o emprego do método dedutivo para condução deste trabalho por entender que “a observação é precedida de um problema, de uma hipótese, enfim, de algo teórico” Lakatos; Marconi, (2000, p. 75). A lógica dedutiva se caracteriza por apresentar conclusões que devem, necessariamente, ser verdadeiras, caso todas as premissas sejam verdadeiras. De acordo com a sua natureza, trata-se de uma pesquisa qualitativa, que se define pelo levantamento de dados sobre o objeto ao qual se pesquisa, a fim de entender as motivações dos indivíduos para utilizá-lo. Segundo Dencker (1998, p. 106), “nos projetos de pesquisa qualitativa deverão constar todas as informações que puderem ser antecipadas”. Dessa forma, permite-se aprofundar todo o conhecimento sobre o objeto a ser pesquisado no intuito de um melhor aproveitamento do mesmo.

Conforme os objetivos propostos, define-se esta pesquisa como exploratória, pois “procura aprimorar ideias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível, envolvendo, em geral, levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares” (DENCKER, 1998, p. 124).

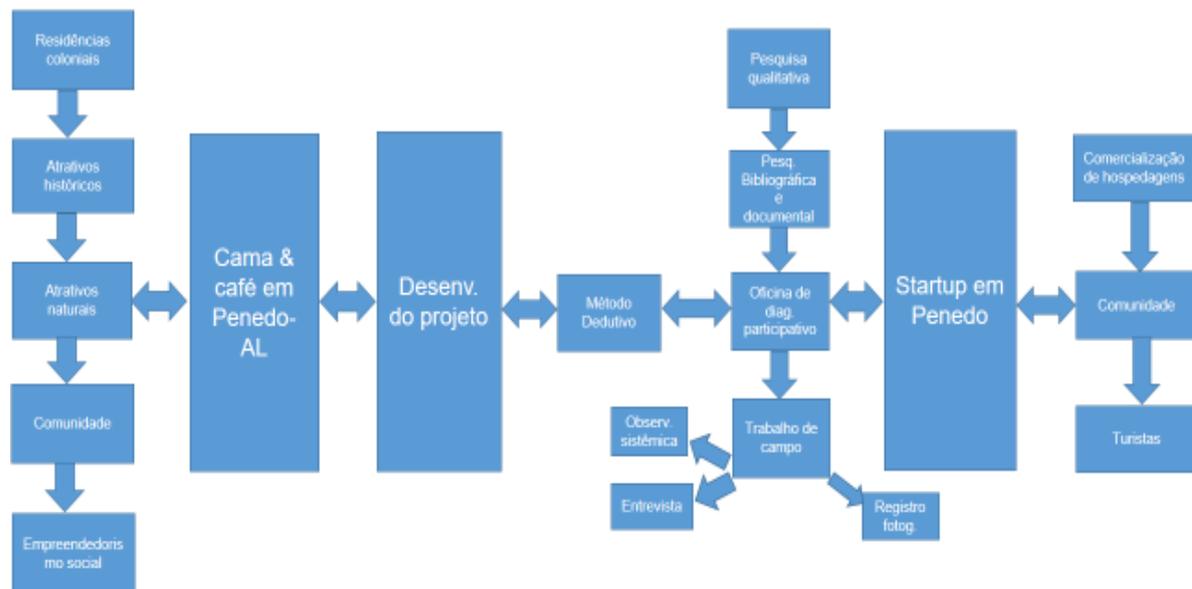
Com essa finalidade, pretende-se utilizar como recurso de obtenção de dados, um roteiro de entrevista, com perguntas semiestruturadas, abertas e flexíveis, buscando sempre uma interação entre o pesquisador e o entrevistado, primando por oferecer riscos mínimos de desconforto e constrangimento aos sujeitos envolvidos.

Seguindo esta orientação, a pesquisa proposta neste projeto levantará, também, informações dos possíveis integrantes do produto startup, obtidos através de cadastro realizado na Secretaria de Turismo do município, aproximadamente 40 prováveis hospedeiros, a fim de entender a visão dos

mesmos sobre a tipologia Cama e Café e assim, poder orientá-los quanto à finalidade e benefícios deste produto, utilizando-se da administração do conjunto de técnicas e ferramenta denominado Oficina de Diagnóstico Participativo, a ser aplicada em setembro/2019, que terá a estratégia de abordagem definida a partir da tabulação dos dados obtidos com a aplicação das pesquisas, como um meio para estimular e apoiar os membros de um grupo a explorar as suas limitações e potencialidades.

Ressalta-se que serão aplicados roteiros de entrevistas, em número mínimo de 45, em três dias de abordagens no mês de setembro de 2019. De certo, as perguntas constantes nos referidos roteiros têm o intuito de mostrar se os stakeholders (empresários, organizações e possíveis anfitriões) do projeto conhecem a tipologia proposta e qual a opinião destes sobre a implementação da startup para comercialização desses leitos. Possuem perguntas específicas e também comum a todos os envolvidos, relevantes ao atingimento dos objetivos supracitados. O estudo contará com indivíduos com faixa etária igual ou superior a 18 anos e que todas as concessões de respostas às pesquisas deverão ser feitas, por parte de todos os entrevistados, de formas voluntária e gratuita.

Figura 1: Fluxograma do projeto



Fonte: Os autores, 2018.

Apresenta-se, na representação acima, o trajeto que o referido estudo seguirá para alcançar o objetivo proposto. Serão elencados os atrativos naturais e culturais, as residências que se enquadram nos requisitos estabelecidos, os participantes da comunidade em busca de desenvolver empreendedorismo social na localidade através da implementação do modelo de hospedagem Cama e Café.

#### 4 RESULTADOS ESPERADOS

Apesar de o município possuir vocação para o segmento de Turismo Cultural, a oferta de atrativos culturais da localidade é consumida, maciçamente, por visitantes excursionistas do segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio.

Espera-se, com a implementação da presente proposta, promover o turismo em Penedo-AL de forma planejada, visando o alcance dos benefícios por todos os envolvidos, através da transformação de residências em meio de hospedagem alternativa. Busca-se comercializar esses leitos para os turistas e, conseqüentemente, os atrativos disponíveis modificando a infraestrutura já existente e qualificando serviços, promovendo interação entre comunidade e visitantes, assim como o aquecimento da economia local.

#### 5 CONCLUSÃO

A ideia de inovação é concebida como uma criação ou renovação de algo já existente, partindo de estudos, observações e persistência, na busca de soluções que sejam práticas e simples, ao passo que possam ser facilmente entendidas e aceitas pelos consumidores, o que pode ser traduzida como o conceito de startup.

É indiscutível a visibilidade que os produtos ganham no ambiente virtual e imprescindível para qualquer tipo de organização se utilizar dos meios digitais para promovê-los e comercializá-los. O marketing digital oferece vários recursos nesse sentido e a startup oferece benefícios tanto para os gestores, porque precisa de baixo investimento financeiro e alta rentabilidade, assim como para os clientes que dispõem de informações e serviços de forma rápida.

Conclui-se, assim, que a tipologia Cama & Café, encaixa-se no conceito de inovação, pois garante acomodação a turistas com um custo menor e, ao mesmo tempo, movimenta a economia local e incentiva a hospitalidade. Gera a participação mais efetiva da comunidade no turismo, através da interação cultural proveniente da relação entre anfitrião e hóspede, contribuindo, ainda, com a promoção da história do lugar visitado.

Vê-se, diante do exposto, que a apresentação de informações de maneira organizada representa para o turismo um componente de suma importância na convergência da demanda potencial em real, representando inovação. Os produtos precisam ser expostos na “vitrine” virtual e por meio de canais de comunicação e distribuição interativos e eficientes, proporcionar as informações que os consumidores desejam. Quando se trata da venda de serviços hoteleiros, a evolução tecnológica tem possibilitado agrupar as informações de forma que os consumidores tenham acesso aos preços, opiniões de hóspedes, além de descrições e fotos do produto.

Criar novas formas de economia e melhorar a qualidade de vida das pessoas, assim como elevar a receita local, são objetivos principais desses negócios que buscam causar impactos positivos na sociedade e no mundo, deixando em segundo plano a teoria de lucro a qualquer custo, baseando-se em três pilares da sustentabilidade: econômico, ambiental e social.

#### AGRADECIMENTOS

Os autores gratulam a todos os envolvidos nesse processo pelas valiosas contribuições e, em especial, ao Instituto Federal de Sergipe que nos dá o apoio necessário para o desenvolvimento da pesquisa.

#### REFERÊNCIAS

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. S/L: bookman, 2009.

CASTELLS, M., 1942- C344g. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade** / Manuel Castells; tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. – Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor:** empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.

CODAGNONE, C.; MARTENS, B., 2016; **Scoping the sharinhg economy:** origins, definitions, impact and regulatory issues.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** São Paulo: Futura, 1998.

DRUKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor.** Editora Pioneira, 1987.

] – São Paulo: Lua de Papel, 2012. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E

ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo Demográfico,** 2018. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/al/penedo.html>. Acesso: 27 de abr. 2019.

RIES, E. **A startup enxuta:** como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas / [tradução Texto Editores].

SPOSITO, E. S. **Geografia e filosofia:** contribuição para o ensino do pensamento geográfico. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

SOUZA, S. do R. de; BAHL, M.; KUSHANO, E. S. **O espaço do turismo:** produção, apropriação e transformação do espaço social. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. X, n. 2, p. 313 - 331, dez. 2013.

TARABOULSI, F. A. **Administração de hotelaria hospitalar.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.