



Análise dos Engenhos de Areia - PB mediante estratégias de diferenciação

Rafael Meira Lima Freire¹
Kettrin Farias Bem Maracajá²
Dianine Censon³

Resumo

O objetivo deste trabalho é identificar e analisar as estratégias de diferenciação dos engenhos da cidade de Areia, região do brejo paraibano, que compõem parte da rota turística Caminhos do Frio. Os engenhos, quando estabelecem conexões para turismo, características e rotas turísticas criam *insights* que cooperam para compreensão dos produtos e serviços turísticos. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com gestores e/ou proprietários de quatro engenhos da região, a saber, engenho Vaca Brava, engenho Cachoeira, engenho Triunfo e engenho Ipueira. Os resultados obtidos demonstram que os quatro engenhos atrelam a produção de cachaça com a recepção de visitantes, ainda que nem todos tenham o turismo como grande enfoque. Dois deles cobram entradas, e também disponibilizam outros pontos de interesse para além do processo de produção da cachaça. Todos os engenhos apostam em estratégias de diferenciação, ainda que tais estratégias também sejam diferentes entre si. No que diz respeito às estratégias de *marketing*, todos os engenhos pesquisados utilizam as redes sociais como canal de *marketing*, dois engenhos têm também a prática de parcerias com atores locais, enquanto apenas um dos engenhos dispõe de um departamento de *marketing*. Pode-se observar, finalmente, que ainda que os engenhos pesquisados sejam diferentes entre si, tanto no que diz respeito ao tamanho da propriedade e volume de produção, como na relação para com o turismo e nas estratégias de diferenciação e de *marketing*, seus gestores têm como interesse comum o desenvolvimento da cidade de Areia e da região como produtora de cachaça, trabalhando em clima de cooperação, com forte influência da Associação dos Produtores de Cachaça de Areia. Como forma de expandir o debate sobre o tema e a compreensão da realidade local, sugere-se que novos estudos sejam feitos com outros atores do processo produtivo de cachaça na região, como gestores públicos e trabalhadores da área, bem como com moradores locais e visitantes.

Palavras-chave: engenhos de cachaça; estratégias de diferenciação; estratégias de marketing; Areia; Paraíba.

¹ Bacharel em administração pela Universidade Federal de Campina Grande - UFCG. <http://lattes.cnpq.br/0957344489552414>. rafael.meira@estudante.ufcg.edu.br

² Ph.D. em Recursos Naturais pela Universidade Federal de Campina Grande. Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Administração/UFCG. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5398977630029480>. E-mail: kettrin.farias@uaac.ufcg.edu.br

³ Doutora em Sociologia (UFRGS). Professora Substituta do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Tocantins. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5825500531620402>. E-mail: dianinecenson@gmail.com