

**FACULDADE VALE DO CRICARÉ  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO SOCIAL,  
EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

**ANDRÉA BLUNCK SALAZAR**

**REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO E ESTRUTURAÇÃO DE  
PRODUTOS**

**SÃO MATEUS  
2014**

**ANDRÉA BLUNCK SALAZAR**

**REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO E ESTRUTURAÇÃO DE  
PRODUTOS**

Dissertação apresentada à Faculdade Vale do Cricaré para obtenção do título de Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional.

Área de concentração: Desenvolvimento Regional.

Orientador: Dr. Douglas Cerqueira Gonçalves

**SÃO MATEUS  
2014**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada à fonte.

Catálogo da Publicação  
Faculdade Vale do Cricaré – São Mateus – ES

S159d

SALAZAR, Andréa Blunck.

Egressos do Ensino Superior das Instituições de Ensino Privadas de São Mateus, ES: Regionalização do turismo: Estruturação de produtos turísticos. / Andréa Blunck Salazar. São Mateus, 2014.

91f.: il.

Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional) – Faculdade Vale do Cricaré, São Mateus, ES, 2014.

Orientação: Dr. Douglas Cerqueira Gonçalves.

1. A estratégia do planejamento turístico. 2. Regionalização do turismo. 3. Os municípios e a estruturação de produtos turísticos. I. Título.

CDD: 338.4791

**ANDREA BLUNCK SALAZAR**

**REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO: PROPOSTA DE  
ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURISTICOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional da Faculdade Vale do Cricaré (FVC), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional, na área de concentração Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional.

Aprovada em 19 de Dezembro de 2014.

**COMISSÃO EXAMINADORA**



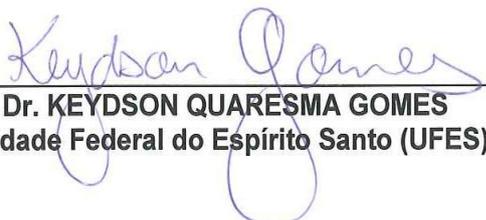
---

**Prof. Dr. DOUGLAS CERQUEIRA GONÇALVES**  
Faculdade Vale do Cricaré (FVC)  
Orientador



---

**Prof.ª Dr.ª LILIAN PITTOL FIRME DE OLIVEIRA**  
Faculdade Vale do Cricaré (FVC)



---

**Prof. Dr. KEYDSON QUARESMA GOMES**  
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

## DEDICATÓRIA

À minha família, especialmente aos meus pais Otajair e Anísia, pela paciência e por compreender minhas longas horas de dedicação a esta pesquisa.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço,

A Deus, sem o qual não haveria minha existência.

Aos meus familiares, pela motivação e torcida pelo alcance de mais este objetivo acadêmico.

Aos professores do Mestrado FVC, pela oportunidade em compartilhar seus conhecimentos conosco.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Douglas Cerqueira Gonçalves, que contribuiu para meu crescimento científico e intelectual.

Aos membros da Banca de Qualificação, que apontaram novas possibilidades para a investigação.

A todos que direta e indiretamente colaboraram com a pesquisa, sendo solícitos nos momentos em que precisei.

## RESUMO

A política de fomento ao turismo tem evoluído significativamente da escala da localidade para a da região, e o papel do município foi fortalecido. Por um lado, esse fortalecimento é percebido com o aumento das perspectivas de resultados positivos, e, por outro lado, verifica-se que as responsabilidades e a cooperação são ampliadas ao se conduzir os processos locais entre os municípios da região. Existe a visão do Planejamento Integrado e Participativo, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, mas, por outro lado, percebe-se o baixo interesse nas políticas públicas neste sentido, considera-se que o município precisa apenas de empresas gerando lucros. O paradoxo é que o turismo, se bem planejado e aplicado, pode ser uma fonte de recursos inesgotável. Adotou-se como objeto de estudo a divergência em relação ao planejamento do turismo entre três dos municípios integrantes da Região do Verde e das Águas, respectivamente: Jaguaré, Sooretama e Rio Bananal. O objetivo do estudo é desenvolver uma análise da dimensão “estruturação de produtos turísticos” nos municípios Jaguaré, Sooretama e Rio Bananal, sugerindo intervenções, em médio prazo, que favoreçam o turismo local. Para tal, a metodologia envolve a pesquisa exploratória, tendo como recurso para coleta de dados um formulário para entrevista direcionado a cada uma das autoridades locais enfocadas de forma a que se perceba como a Secretaria de Turismo desses municípios abrange a dimensão “produtos turísticos”. A partir dos estudos desenvolvidos, conclui-se que o interesse da administração municipal deveria ser colocado como uma ferramenta que impulsionasse o turismo para adiante, o que geraria mais recursos retornando aos cofres públicos em épocas turísticas.

**Palavras-Chave:** Turismo. Responsabilidade. Planejamento. Interesse.

## ABSTRACT

The tourism development policy has evolved significantly from the locality of the scale for the region, and the role of the municipality was strengthened. On the one hand, this strengthening is perceived with increasing prospects for positive results, and on the other hand, it appears that the responsibilities and cooperation are magnified when conducting local processes between municipalities. There is the vision of the Integrated Planning and Participative under the Tourism Regionalization Program, but on the other hand, we can see the low interest in public policy in this sense, it is considered that the city needs only generating corporate profits. The paradox is that tourism, if well planned and implemented, can be a source of inexhaustible resources. It was adopted as an object of study the divergence from the planning of tourism from three of the municipalities of the Green and Water Regions, respectively: Jaguaré, Sooretama and Rio Bananal. The objective of the study is to develop a dimension analysis "structuring of tourism products" in Jaguaré municipalities, Sooretama and Rio Bananal, suggesting interventions in the medium term, to encourage local tourism. For this purpose, the methodology involves exploratory research, and as a resource for data collection a form to interview directed to each of the local authorities focused in such a way that is perceived how the Secretary of Tourism of these municipalities includes the dimension "tourism products". As of studies, it is concluded that the interests of the municipal administration is that it should be placed as a tool that boosts tourism forward, which would generate more resources back to the public coffers in tourist seasons.

**Keywords:** Tourism. Responsibility. Planning. Interest.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Investimentos previstos no quadriênio 2007-2010.....	25
Tabela 2: Dados referentes à preferência turística do Espírito Santo.....	29
Tabela 3: Regiões Capixabas e municípios referentes.....	31

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa das regiões turísticas do Espírito Santo.....	34
Figura 2: Mapa do município de Jaguaré-ES.....	38
Figura 3: Mapa do município de Rio Bananal-ES.....	40
Figura 4: Mapa do município de Sooretama-ES.....	42
Figura 5: Mapa do município de Aracruz-ES.....	44
Figura 6: Mapa do município de Ibraçu-ES.....	46
Figura 7: Mapa do município de João Neiva-ES.....	49
Figura 8: Mapa do município de Linhares-ES.....	51
Figura 9: Mapa do município de São Mateus-ES.....	53
Figura 10: Mapa do município de Conceição da Barra-ES.....	55

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Orçamento Destinado ao Turismo.....	58
Gráfico 2: Funcionário Efetivo de Nível Superior para Trabalhar com o Turismo.....	58
Gráfico 3: Conselho Municipal de Turismo.....	60
Gráfico 4: Plano Municipal de Turismo.....	61
Gráfico 5: Inventário de Oferta Turística.....	62
Gráfico 6: Lei de Proteção Histórico-Cultural.....	63
Gráfico 7: Lei de Proteção do Patrimônio Ambiental.....	63
Gráfico 8: Política Educacional Municipal .....	64
Gráfico 9: Eventos.....	66
Gráfico 10: Atrativos Turísticos.....	67
Gráfico 11: Orçamento Destinado ao Turismo – Análise específica.....	68
Gráfico 12: Funcionário Efetivo de Nível Superior para Trabalhar com o Turismo – Análise específica.....	69
Gráfico 13: Inventário de Oferta Turística – Análise específica.....	70
Gráfico 14: Lei de Proteção do Patrimônio Ambiental – Análise específica .....	71
Gráfico 15: Política Educacional Municipal – Análise específica.....	72
Gráfico 16: Eventos – Análise específica.....	73

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABAV	Associação Brasileira das Agências de Viagens
CIT	Centro de Informações Turísticas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MTur	Ministério do Turismo
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PNT	Plano Nacional de Turismo
PRT	Plano Regional de Turismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas
SESC	Serviço Social do Comércio
SETEDUR	Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo
SETUR	Secretaria Estadual de Turismo

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>1. A ESTRATÉGIA DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO</b> .....	<b>20</b>
1.1 COMPREENDENDO O PLANO NACIONAL DETURISMO.....	25
1.1.1 <b>Plano Estadual de Turismo</b> .....	27
1.2 ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS.....	30
1.3 REGIÃO DO VERDE E DAS ÁGUAS.....	33
<b>2. REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO</b> .....	<b>36</b>
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO DO VERDE E DAS ÁGUAS.....	36
2.1.1 <b>Jaguaré</b> .....	<b>37</b>
2.1.2 <b>Rio Bananal</b> .....	<b>40</b>
2.1.3 <b>Sooretama</b> .....	<b>42</b>
2.1.4 <b>Aracruz</b> .....	<b>44</b>
2.1.5 <b>Ibiraçu</b> .....	<b>46</b>
2.1.6 <b>João Neiva</b> .....	<b>48</b>
2.1.7 <b>Linhares</b> .....	<b>50</b>
2.1.8 <b>São Mateus</b> .....	<b>52</b>
2.1.9 <b>Conceição da Barra</b> .....	<b>54</b>
<b>3. OS MUNICÍPIOS E A ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS</b> .....	<b>57</b>
3.1 TABULAÇÃO DOS DADOS.....	57
3.1.1 ANÁLISE ESPECÍFICA DOS MUNICÍPIOS DE RIO BANANAL, JAGUARÉ E SOORETAMA.....	68
<b>CONCLUSÕES</b> .....	<b>74</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>82</b>
<b>ANEXO</b> .....	<b>85</b>

## INTRODUÇÃO

Desde a implantação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (2004), a preocupação com a participação e com o protagonismo dos municípios, nesta nova política de desenvolvimento do turismo no País, foi constante. Embora a política de fomento ao turismo tenha evoluído da escala da localidade para a da região, o papel do município foi fortalecido. Por um lado, esse fortalecimento é percebido com o aumento das perspectivas de resultados positivos, e, por outro lado, verifica-se que as responsabilidades e a cooperação são ampliadas ao se conduzir os processos locais entre os municípios da região.

Nesse sentido, enfatiza-se o papel do município como ente articulador e indutor da promoção do turismo, na localidade e na região.

[...] foi criada a Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, que elaborou a Política Nacional de Turismo e desenvolveu seu instrumento de execução, o Programa de Regionalização do Turismo, articulando organismos e instâncias nacionais e regionais, promovendo a cooperação e a interação com os órgãos de administração federal, estadual e municipal (BENI. 2006, p.28).

Regionalizar não é apenas o ato de agrupar municípios com relativa proximidade e similaridades. É construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade. É promover a integração e cooperação intersetorial, com vistas à sinergia na atuação conjunta entre todos os envolvidos direta e indiretamente na atividade turística de uma determinada localidade.

A visão do Planejamento Integrado e Participativo, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, considera que,

[...] viabilizar a elaboração de planos estratégicos de desenvolvimento do turismo regional, de forma participativa, significa democratizar os espaços e os mecanismos de representação política da sociedade civil, permitindo as mudanças estruturais almejadas (BRASIL, 2004, p. 13).

Essa democratização de espaços pode ocorrer através do planejamento participativo que, de acordo com Petrocchi (2001), deve se voltar, indiscutivelmente, para os segmentos da sociedade que não se mostram inseridos no processo de formação

de mudanças e de desenvolvimento, procurando envolvê-los e conquistando o indispensável apoio às atividades turísticas.

O autor afirma ainda, que o planejamento do turismo precisa ter como base a comunidade, envolvendo-a na escolha de caminhos, na tomada de decisões e, posteriormente, na gestão compartilhada do processo de desenvolvimento do turismo.

Levando em consideração a importância do engajamento da população no processo de desenvolvimento turístico, a estrutura do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil organizou-se visando atingir, em médio prazo, uma melhoria na oferta turística nacional, de forma a orientar a ação executiva para: Ordenamento, Normatização e Regulação; Informação e Comunicação; Articulação; Envolvimento Comunitário; Capacitação; Incentivo e Financiamento; Infraestrutura; e Promoção e Comercialização (BRASIL, MTur, 2004a).

Para o PRT (Plano Regional de Turismo), entender e implantar de maneira efetiva a estrutura do Programa significa assimilar a noção de território como espaço e lugar de integração do homem com o ambiente, dando origem a diversas formas de se organizar e relacionar com a natureza, com a cultura e com os recursos de que dispõe. Essa noção indica formas de coordenação entre organizações sociais, agentes econômicos e representantes políticos, superando, assim, a visão meramente setorial do desenvolvimento, passando a enxergá-lo de maneira sustentável.

Essa ideia de desenvolvimento aliado à sustentabilidade constitui-se em um dos pilares do Programa de Regionalização do Turismo. Para Beni (2006), a sustentabilidade pode ser entendida como o princípio que dá estrutura ao processo de desenvolvimento centrado na igualdade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e preservação do meio ambiente. E, portanto, pode tornar-se um fator de motivação e mobilização das instituições, regulando padrões de comportamento e valores dominantes.

A partir dessas abordagens, constatou-se e adotou-se como objeto de estudo as divergências e diferenças e/ou desequilíbrio de três dos municípios constituidores da Região do Verde e das Águas, em relação ao planejamento do turismo,

respectivamente: Jaguaré, Sooretama e Rio Bananal, tendo em vista que eles não acompanham os demais municípios da região, ou seja, não investem em produtos que possam incrementar e desenvolver um turismo qualitativo.

Os municípios de Jaguaré, Sooretama e Rio Bananal apresentam baixo desenvolvimento turístico quando comparados com as demais cidades da Região do Verde e das Águas. Diante deste contexto, quais os motivos que levam estes municípios a ignorar seu potencial turístico?

Não há, em literatura pertinente, maiores dados significativos e caracterizadores dos municípios de Jaguaré, Sooretama e Rio Bananal, tornando complexo um estudo bibliográfico mais profundo. Essa complexidade de informações justifica a escolha do tema, percebendo a necessidade e a possibilidade de pesquisar *in loco* e analisar como esses municípios do Verde e das Águas desenvolvem seu Planejamento para o Turismo e qual foco lhes falta para impulsionar suas atividades no sentido de melhorarem a dimensão “estruturação de produtos turísticos”.

O objetivo do estudo é desenvolver uma análise da dimensão “estruturação de produtos turísticos” nos municípios Jaguaré, Sooretama e Rio Bananal, sugerindo intervenções, em médio prazo, que favoreçam o turismo local através da estruturação dos produtos apresentados por estes na pesquisa.

Pretende-se também realizar pesquisa junto aos gestores municipais do turismo vinculados ao Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, por meio da realização de entrevistas qualificadas e aplicação de questionários de avaliação, bem como sistematizar as lições aprendidas e propor recomendações para melhoria, ampliação e sustentabilidade do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

Com a implantação do Programa de Regionalização do Turismo, a preocupação com a participação e o protagonismo dos municípios, nesta nova política de desenvolvimento do turismo no país, foi constante. Nesse sentido, justifica-se analisar o planejamento turístico de três dos nove municípios da Região do Verde e das Águas, que ainda não desenvolveram seus produtos turísticos.

O planejamento integrado e participativo proposto pela regionalização do turismo fortaleceu a atuação dos municípios dando-lhes mais responsabilidades já que os

processos devem ser conduzidos de forma regionalizada. Diante desse contexto, se faz necessário envolver todos os 9 municípios da Região do Verde e das Águas nos planos, projetos e ações turísticas da região.

Os produtos turísticos tais como as rotas, roteiros e destinos turísticos quando ofertados de forma organizada promovem os municípios e conseqüentemente a região. É por isso que desenvolver a região como um todo trará benefícios econômicos e contribuirá para a melhoria na qualidade de vida dos moradores locais.

Para tal, a metodologia envolve a pesquisa bibliográfica com base nas leituras e fichamentos a partir de livros, periódicos, inventários turísticos e arquivos informatizados, colocando o pesquisador diretamente em contato com o assunto que foi descrito ou dito sobre o tema, neste caso, a estruturação dos produtos turísticos.

Ressalta-se, nesse contexto, a utilização como fonte de pesquisa bibliográfica dos Inventários Turísticos dos municípios em análise, estes contribuíram de forma significativa para o levantamento da infraestrutura básica e turística, assim como dos atrativos locais, facilitando assim o estudo no que diz respeito ao planejamento e à gestão das atividades turísticas.

A segunda técnica para coleta dos dados foi a pesquisa de campo, através de entrevista com perguntas que favorecessem a coleta de dados relevantes à análise e constatação do que se propôs demonstrar (CERVO e BERVIAN, 2002): a contextualização dos municípios e seus produtos turísticos.

Na elaboração de coleta de dados foram usadas as entrevistas, em formato de questionário, que não foram desenvolvidas oralmente, mas em forma escrita pelos 09 (nove) participantes.

Além da pesquisa qualitativa, ela foi também exploratória e descritiva.

Lakatos e Marconi (2011, p.71) afirmam que:

[...] o objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.

Os mesmos autores ainda completam que na pesquisa exploratória podem ser encontradas tanto descrições quantitativas e/ou qualitativas quanto acumulação de informações detalhadas como as obtidas por intermédio da observação do participante.

A abordagem utilizada para análise e interpretação dos dados foi quantitativa e qualitativa.

Segundo Oliveira (2002), a abordagem quantitativa é a mais utilizada em pesquisas descritivas, pois envolve causas e consequências entre ocorrências de dado problema pesquisado. No caso desta pesquisa, a estruturação de produtos turísticos e sua contextualização nos municípios de Jaguaré, Rio Bananal e Sooretama.

O autor ainda percebeu que o método quantitativo diminui divergências de interpretação e menos complexidade na análise dos dados.

A diferença da abordagem qualitativa para a quantitativa é apenas “pelo fato de não empregar dados estatísticos como centro do processo de análise de um problema” (OLIVEIRA, 2002, p. 116).

Após a realização das entrevistas e sua transcrição, o estudo passou a uma análise, na intenção de tabular, sob a forma de gráficos de pizza, e tabelas para reafirmar o tema e sua ocorrência a partir dos sujeitos entrevistados e da realidade constatada.

A intenção da pesquisa foi verificar e discutir como cada um dos municípios focados no estudo promove o turismo em sua localidade e de que forma está inserida sua participação na Região Turística do Verde e das Águas.

O trabalho se divide em Introdução, Capítulo I, Capítulo II, Capítulo III e Considerações Finais, no sentido de nortear a compreensão e de estruturar as ideias para que se coloquem ordenadamente e alcancem seus objetivos de estudo e pesquisa.

Na INTRODUÇÃO apresenta-se o cenário e o ambiente de trabalho.

No CAPÍTULO I – A ESTRATÉGIA DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO - envolve a fundamentação teórica, em que se faz compreender o que é o Plano Nacional de Turismo, suas metas e estratégias para melhoria do turismo em cada ponto do país,

alinhando ações a partir das características locais”. Ainda nesse âmbito, apresenta-se o Plano Estadual de Turismo, que indica pontos pertinentes às suas regiões. O capítulo enfoca a Região do Verde e das Águas, mais diretivo ao tema apresentado como objeto de estudo.

Prosseguindo, com o referencial teórico, o **CAPÍTULO II – REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO** - apresenta a Regionalização e suas abrangências, culminando com a estruturação de produtos turísticos, o que vem a suscitar meios de melhorias em relação à propagação do turismo de cada município. Nesse momento, ainda se apresenta a contextualização e caracterização dos municípios a serem estudados dentro da sua região turística: Aracruz, Conceição da Barra, Ibraçú, Jaguaré, João Neiva, Linhares, Rio Bananal, São Mateus e Sooretama.

Os resultados, análises e discussões constam no **CAPÍTULO III – OS MUNICÍPIOS E A ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS** - em que se analisam os dados, identificam-se pontos positivos e negativos dos municípios pesquisados e fazem-se as inferências necessárias, como forma de intervenção a problema existente.

E por fim, as **CONSIDERAÇÕES FINAIS** em relação ao proposto nos objetivos do trabalho e as **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS** utilizadas para compreensão da questão e dos temas tratados no processo.

## I - CAPÍTULO

### **A ESTRATÉGIA DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO**

Antes que se fale em planejamento do turismo, é importante ressaltar que esse planejamento deve ser estratégico, pois orienta a direção que as Secretarias de Turismo devem seguir, envolvendo decisões estratégicas. O planejamento é predominantemente qualitativo. É um planejamento feito em longo prazo, mas voltado para ideias. Sua utilização procura eficácia da organização, ou seja, fazer aquilo que deve ser feito.

Chiavenato (2003) destaca que as empresas progressistas valorizam muito a capacidade de atuar e agir depressa; assim, a proatividade, capacidade de adaptação rápida às exigências de mudanças, é vital para sobrevivência das organizações. O planejamento, facilitando a visão futura, aumenta essa proatividade, capacitando as empresas a estabelecer estratégias competitivas eficazes.

As vantagens do planejamento estratégico estendido ao Turismo, de acordo com Chiavenato (2003) são:

- Clareia o foco e estimula a flexibilidade: O foco representa a visão da organização sobre o seu futuro, com os seus objetivos determinados;
- Facilita a coordenação dos gestores: O planejamento facilita a integração e o funcionamento harmônico e interativo entre os muitos subsistemas e unidades organizacionais que estão perseguindo os objetivos traçados. As organizações possuem hierarquias de objetivos de tal forma que cada objetivo superior é apoiado em outros objetivos de nível inferior. Essa cadeia ou rede de objetivos tem no planejamento a clareza que facilita a operação e execução integrada das atividades para alcançá-los.
- Facilita o controle das ações das secretarias de turismo: O controle envolve verificar a conformidade entre os planos e ação organizacional, medindo e avaliando os resultados alcançados. O planejamento, ao determinar os objetivos a serem atingidos, indica os padrões que o controle usará para comparação, identificando as

providências específicas a serem tomadas, caso esses padrões deixem de ser alcançados;

- Administração do tempo: Os gerentes têm de distribuir bem o tempo para evitar que o volume crescente de tarefas a realizar e as interrupções frequentes os desviem dos objetivos.
- Aspecto processual: O planejamento é um processo dentro de um processo, realizado continuamente como um dos elementos de processo administrativo (planejamento, organização, direção e controle), não se esgotando quando operacionalizado, possibilitando com a sua implementação, a coleta de informações necessárias a um novo planejamento;
- Busca tornar mais eficiente a tomada de decisão: Estabelecido o objetivo a ser alcançado, o planejamento funciona como um meio, orientando o processo decisório, administrando o risco pela busca da definição de que poderá acontecer no futuro, possibilitando optar entre várias alternativas e, assim decidir.
- Visão sistêmica: A visão sistêmica facilita a introdução deliberada da mudança e da inovação, considerando o mecanismo de retroação de que os sistemas dispõem.

Entende-se ainda que o planejamento sirva de base para a ação concreta que resulta da capacidade da administração de se preparar para alterações que poderiam afetar os objetivos organizacionais. Ele é considerado como a base para integrar as funções de administração e é especialmente necessário para controlar as operações da organização.

Destaca-se como propósito principal do planejamento providenciar para que os programas e constatações presentes possam ser usados para aumentar as oportunidades de serem atingidos os futuros objetivos e metas - isto é, aumentar as chances de tomar as melhores decisões hoje que poderão afetar o desempenho de amanhã.

Ao que se pode observar, o processo de planejamento começa com o propósito ou missão da organização. Depois são estabelecidos os objetivos organizacionais; são desenvolvidas as premissas (ou pressupostos) do planejamento; são determinadas as alternativas disponíveis; essas alternativas são avaliadas; é selecionada a

alternativa mais apropriada; são feitos os planos para as subunidades; os planos são implementados e há um sistema para controlar as operações do plano.

Vale ressaltar que o planejamento não garante efetivamente que as metas e objetivos sejam alcançados, porém é a maneira mais efetiva para que sejam uniformemente trabalhados nessa direção. Os planos elaborados e complexos das grandes organizações falham exatamente como os simples feitos por grupos menores. Não obstante, no ambiente atual que se modifica rapidamente, tem se tornado cada vez mais necessário que os administradores considerem o futuro e planejem nesse sentido.

Todo planejamento estratégico, conforme Chiavenato (2003, p. 203-204) deve estar subordinado a uma filosofia de ação. Nesse âmbito, existem três tipos de filosofia de planejamento:

- a) Planejamento conservador: sua filosofia está pautada nas decisões no sentido de obter resultados bastante bons, mas não necessariamente os melhores possíveis, pois dificilmente o planejamento procurará fazer mudanças radicais na empresa, conservando as práticas atualmente vigentes. O planejamento conservador busca identificar deficiências e problemas internos do que explorar oportunidades ambientais futuras.
- b) Planejamento otimizante: sua ideologia está pautada nas decisões de obter os melhores resultados possíveis para a empresa, seja minimizando recursos para alcançar um determinado desempenho ou objetivo, seja maximizando o desempenho para melhor utilizar os recursos disponíveis. O planejamento otimizante está geralmente baseado em quantificar todas as decisões e melhorar as práticas atualmente vigentes na empresa, por meio de modelos matemáticos.
- c) Planejamento adaptativo: sua filosofia está refletida nas decisões de tornar compatíveis os diferentes interesses envolvidos, elaborando uma composição capaz de levar resultados para o desenvolvimento natural da empresa. Ele procura reduzir o planejamento retrospectivo voltado para a eliminação das deficiências localizadas no contexto passado da empresa.

Dessa maneira, o planejamento estratégico, conforme Chiavenato (2003, p. 204) confere a tomada antecipada de decisões, em decidir agora o que fazer antes da ocorrência da ação necessária. Não consiste simplesmente na previsão das decisões, mas na tomada de decisões que causarão consequências para o futuro da empresa.

Dias (2003, p.37), contribui para o tema assim como Chiavenato (2003), discorrendo sobre as particularidades desta atividade turística, nos aduzindo a uma necessidade de monitoramento constante do planejamento turístico, preocupando-se com seus impactos ambientais, culturais e econômicos.

O turismo é um consumidor intensivo de território, e portanto, deve-se planejar seu desenvolvimento numa ótica que aponte claramente quais objetivos econômicos se deseja alcançar, quais espaços devem ser protegidos e qual a identidade que será adquirida ou fortalecida. O patrimônio natural e cultural está integrado ao território e, portanto, qualquer iniciativa de desenvolvimento deve contemplar utilização racional dos recursos dentro de uma perspectiva de um modelo de desenvolvimento sustentável.

A visão sistêmica de Chiavenato (2003) colabora significativa para o planejamento do turismo, porém, Dias (2003) complementa seu pensamento quando agrega os termos territórios, patrimônio natural, cultural e desenvolvimento sustentável. Percebe-se neste autor uma visão holística que contribui amplamente com o planejamento do turismo, já que se considera o uso do espaço e do território, elementos básicos para o desenvolvimento do turismo.

Considerando o uso do espaço, o planejamento constitui uma técnica de uso imprescindível pelas administrações públicas municipais que apostam no desenvolvimento do turismo.

O planejamento estratégico, segundo Beni (2006) deve apoiar-se na participação social, bem como na equidade, intersetorialidade e sustentabilidade.

Tal ação interativa certamente representará um esforço ponderável na construção de um modelo de desenvolvimento integral, integrado e sustentável, possibilitando superar paulatinamente a reprodução da pobreza e da exclusão social provocadas pelo aumento da desigualdade, da internacionalização da economia, da incontrolada competitividade e do esgotamento das verbas públicas. Nesse processo integrado ou novo planejamento, a ênfase recai na observação de possíveis consequências das políticas alternativas ambientais, sociais e econômicas para, só então, por meio da sua

avaliação em comparação com os objetivos, aplicar as medidas e os processos mais indicados (BENI, 2006, p.94).

O referido autor traz elementos novos ao planejamento territorial do turismo, citando a sustentabilidade em todos os níveis, preocupando-se com as questões sociais, ambientais e econômicas inerentes a atividade, questões estas desafiadoras para os planejadores do desenvolvimento regional e empresários.

Ainda segundo Beni (2006, p.96), o planejamento deve enfatizar um modelo de gestão que crie uma estrutura em que a participação de segmentos empresariais permitam atingir compromissos permanentes entre a iniciativa privada e o setor público, por meio de instrumentos que conduzem à:

- Gestão compartilhada;
- Participação mútua em custos;
- Definição de programas e produtos de promoção turística que superem os modos tradicionais de fazê-la;
- Elaboração e promoção de produtos que conjuguem sua oferta com sua própria rentabilização;
- Identificação de todos os agentes institucionais, sociais e empresariais participantes do processo de desenvolvimento sustentável do turismo na região;
- Elaboração de um plano integrado de turismo, com estudo da viabilidade econômico-financeira dos investimentos necessários;
- Construção de um fundo de recursos para investimentos regionais e para a captação de financiamentos no mercado nacional e internacional.

O planejamento participativo resgata a participação da sociedade, já que todos podem contribuir para sua elaboração prestando informações, participando de oficinas de trabalhos e até mesmo apresentando propostas.

## 1.1- COMPREENDENDO O PLANO NACIONAL DE TURISMO

Em 2006 foi elaborado e apresentado o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo 2025. “Inserido no modelo de desenvolvimento socialmente inclusivo, ambientalmente sustentável e geograficamente desconcentrado, este plano também dialoga com o PLANO DE DESENVOLVIMENTO-ES 2025”, e também se ajusta à Política Nacional de Turismo e dos planos que a norteiam.

Com a melhoria na atuação econômica do país, o governo do até então presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva criou o Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, em 2007, no sentido de projetar recursos e ações que pudessem melhorar a condição de estados e municípios em prol de seu desenvolvimento e no atendimento aos cidadãos. Dessa forma, diversos Planos e Programas foram estabelecidos, alguns já implantados; outros ficaram somente na teoria.

O turismo foi um dos beneficiados. A partir do PAC (BRASIL, 2007) passou a receber investimentos em infraestrutura, como adequação e construção de estradas, ferrovias, melhoria de aeroportos e portos, abastecimento de água e rede de esgoto para milhares de domicílios, melhoria e construção de metrô e outros. Sua abrangência é de quatro anos, correspondentes ao pleito presidencial. A tabela (1) do Ministério do Turismo, a seguir, ilustra essas informações.

**Tabela 1: Investimentos previstos no quadriênio 2007-2010:**

<b>Investimentos previstos</b>	<b>2007/2010 (em R\$ bilhões)</b>
Infra-estrutura logística	58,3
Infra-estrutura energética	274,8
Infra-estrutura social e urbana	170,8
<b>Total</b>	<b>503,9</b>

Fonte: Plano Nacional de Turismo - Brasil (2007/2010)

De acordo com Brasil (2007, p. 14), além das ações referentes à infraestrutura para o Desenvolvimento de estados e municípios brasileiros, o “Programa prevê um

grupo de medidas de incentivo ao investimento privado que deverá também impactar, de forma positiva, o desenvolvimento do turismo”. São elas:

1ª: Melhoria e expansão do crédito, principalmente o que envolve a questão habitacional e daquele oferecido em longo prazo para investimentos em infraestrutura.

2ª: Aperfeiçoamento da qualidade do ambiente de negócios e do seu regulatório, e a criação do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

3ª: A desoneração tributária agregada à ações que visem a modernizar e agilizar a administração dos tributos, reduzindo a burocracia e modernizando e racionalizando a arrecadação (impostos e doações).

4ª: Diminuição do gasto com pessoal do governo federal e política de longo prazo para o salário mínimo, com regras que possam reajustá-lo a cada quatro anos.

5ª: Aplicação dos recursos mantendo da responsabilidade fiscal e a continuidade da redução gradual da relação dívida do setor público/PIB (Produto Interno Bruto).

“O programa prevê uma redução da carga tributária no montante de aproximadamente R\$ 6,6 bilhões, em 2007, beneficiando os setores de bens de capital, edificação de infraestrutura e construção civil” (BRASIL, 2007, p. 14).

Essas ações, aliadas aos projetos que cada estado e município desenvolve, são de extrema importância, pois envolvem benefícios que contribuem para o progresso do país ante suas regiões.

Entre as contribuições mais expressivas decorrentes do desenvolvimento do turismo no quadriênio 2007/2010, que terão uma grande repercussão no desenvolvimento socioeconômico do País, destacam-se a geração de US\$ 25,3 bilhões em divisas e a criação de 1,7 milhão de novos empregos e ocupações, de acordo com as metas traçadas pelo Plano Nacional de Turismo (BRASIL, 2007, p. 14).

De fato, a repercussão foi tão grande que optou-se por continuar com o programa apontado no PNT, criando-se a regionalização, de maneira a melhor atender a demanda dos estados.

Quando o governo federal visou priorizar o turismo, não apenas pensou na geração de produtos turísticos ou de melhoria de infraestrutura e recursos. Remeteu suas

ideias e ações à geração de empregos, de melhoria na qualidade de vida da população, tanto aos turistas quanto aos moradores dos locais turísticos.

O turismo é intensivo em mão-de-obra, com impactos positivos na redução da violência no País.

[...] é uma porta de entrada para os jovens com diferentes níveis de qualificação no mercado de trabalho (BRASIL, 2007, p. 15).

Em relação ao turismo e sua contribuição, pode-se dizer que ele assegura aos municípios a valorização da cultura local e um intercâmbio entre si. “O turismo ajuda a fortalecer a identidade do povo e contribui para a paz ao integrar diferentes culturas” (BRASIL, 2007, p. 15). Fazendo viagens de turismo, as pessoas de diferentes partes do país passam a se conhecer e a conhecer a cultura de cada local, com tradições, culinária, artesanato, enfim, o que integra sua vida.

### **1.1.1 - Plano Estadual de Turismo**

A elaboração do Plano de Turismo insere-se no contexto do processo de planejamento estratégico do governo estadual.

O 1º Plano de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Espírito Santo foi elaborado em 2003 e serviu para orientar as ações da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR) com relação às atividades do turismo capixaba com abrangência nos anos 2004-2005.

No ano de 2006, a SEDETUR percebeu que uma atualização do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo – 2025 – era necessária, no sentido de avaliar suas ações no setor.

O documento subsidiou as ações programáticas do setor de turismo até 2010 e são perceptíveis os avanços alcançados no “caminhar” para o “futuro desejado” definido no Plano atualizado em 2006, dentre os quais podem ser citados, conforme o Plano Estadual de Turismo (SEDETUR ES, 2010, p. 10):

- a colocação do turismo como “negócio” importante para o desenvolvimento sustentável do Espírito Santo, que passou a fazer parte da agenda econômica e também política do estado. Assim, não é visto apenas como residual ou simples consequência dos fatos e fenômenos.

- a própria cultura do planejamento, visto e adotado de forma participativa e integrada.
- a atuação por programas – macroprogramas –, com ações mais estruturadas e consequentes.
- a consolidação institucional do Conselho Estadual do Turismo.
- a estruturação de “produtos turísticos”, promoção e comercialização.
- a importância que ganhou a área de turismo com o Plano de Desenvolvimento ES 2025.

O organograma a seguir indica a evolução do Plano Estadual de Turismo, tendo seu início no ano de 2003. Dessa forma, percebe-se que os investimentos planejados do turismo são recentes, com 10 anos apenas.



O Plano Estadual de Turismo agrega, em sua essência, o que estabelece o Plano Nacional, suas especificidades se manifestam por compreender que cada Estado da Federação possui suas características próprias, que são peculiares à sua história, cultura, localização, tradição e outros aspectos.

Sabemos que o Brasil é um país privilegiado por suas belezas naturais e a forma de viver de cada Estado se designa ao que de melhor possa oferecer à população e aos turistas que dele usufruem.

Uns oferecem suas praias e recantos marítimos, que parecem oferecer sol e ambiente propício para a visita o ano inteiro. Outros se voltam à culinária e às delícias que podem ser produzidas com produtos típicos locais. Outros Estados focam seu turismo em artesanato e visitas a patrimônios culturais. Cada qual com sua diversidade e com sua forma de receber e agradar os turistas que recebem. Obviamente que alguns Estados investem mais em seu turismo; outros bem menos, o fato é que o investimento em *marketing* agrega mais atrativos e organiza melhor as oportunidades.

É, portanto, bem amplo o leque de atividades que, de forma direta ou indireta, estão ligadas ao turismo. São atividades que compõem inúmeras cadeias produtivas que, em determinadas situações, formam verdadeiros arranjos produtivos, caracterizados por atrativos naturais, por questões culturais e históricas, por lazer ou por qualquer atributo que possa servir de

motivação para que pessoas se desloquem dos seus lugares de origem (SEDETUR ES, 2010, p. 16).

Além da oferta de produtos e serviços, conseqüente e beneficente se instala no setor turístico a geração de empregos direta (camareiras, garçons, proprietários de pousadas, hotéis, gerentes, vigilantes, guias, etc.) e indiretamente (vendedores ambulantes, artesãos, e outros).

Do ponto de vista econômico, as atividades classificadas como de turismo compõem um conjunto diversificado de bens e serviços que engloba desde o agenciamento, transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, além de outras ações mercadológicas, que geram emprego e riquezas para muitos países e integram países, cidades e povos (SEDETUR ES, 2010, p. 16).

Além dos ganhos em relação ao turismo e economia gerada por ele no Estado, o mesmo documento destaca sua abrangência holística, que atinge o ser humano e o coloca em contato com outras pessoas, culturas e conhecimentos.

Assim, partindo da ideia de que os estados se diferenciam em potencial e em características turísticas é que se identificou a necessidade de cada qual aproveitar seus produtos e desenvolver seu Plano. O último elaborado pelo governo do estado do Espírito Santo tem projeção até o ano 2025. São 12 anos para tomada de decisões e de investimentos no turismo local.

O estado recebe turistas do Brasil todo, isso se apresenta na tabela 2 a seguir, extraída e adaptada do Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo (SEDETUR ES, 2010, p. 30):

**Tabela 2: Dados referentes à preferência turística do Espírito Santo**

Opções	Sol e da Moqueca	Mar e das Montanhas	Verde das Águas	Caminho dos Imigrantes	Costa e da Imigração
	Vitória, Serra, Guarapari, Vila Velha e Anchieta.	Afonso Claudio, Brejetuba, Castelo, Conceição do Castelo, Domingos Martins Laranja da Terra, Marechal Floriano, Vargem Alta e Venda Nova do Imigrante.	Aracruz, Conceição da Barra, Ibirapu, Jaguaré, João Neiva, Linhares, Rio Bananal, São Mateus e Sooretama.	Itaguaçu, Itarana, Santa Leopoldina, Santa Maria do Jetibá, Santa Tereza e São Roque do Canaã.	Anchieta, Alfredo Chaves, Iconha, Piuma, Itapemirim, Marataízes, Presidente Kennedy e Rio Novo do Sul.
<b>Espírito Santo</b>	<b>28,0</b>	<b>75,9</b>	<b>63,6</b>	<b>88,2</b>	<b>47,1</b>

Fonte: Futura (apud, ES, 2010, p. 30) – Adaptado pela Autora.

Conforme se estabelece nos dados, a rota turística no Espírito Santo é bastante intensa, superando os 50% em três regiões. Isso indica a variedade de produtos que temos a oferecer aos turistas.

Esses dados também servem para intensificar em que sentido o turismo pode ser mais incentivado através de *marketing* próprio, o que se configura como oportunidade.

Segundo a Secretaria de Turismo do ES 2025 (2010, p. 32), alguns elementos se mostram como geradores do futuro, entre essas questões, estão:

- O crescimento da população e a necessidade de geração de oportunidades profissionais;
- O envelhecimento da população e a geração de um público novo;
- A diminuição da pobreza e o aumento da classe média;
- Exploração de atividades econômicas novas;
- Força das commodities;
- A participação no comércio exterior.
- Orientação para os serviços;
- Consolidação de especializações na área;
- Investimentos projetados para o estado.

E quando comparado a outros estados brasileiros, o Espírito Santo avança, em relação aos estados: Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia e Distrito Federal.

## 1.2 - ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Conforme apresentado na tabela 2, o estado do Espírito Santo se apresenta com muitas variáveis turísticas, que se tornam opção para que os turistas escolham sua rota preferida.

Como o estado do Espírito Santo tem seu turismo muito latente e é extenso em municípios e suas especificidades, o governo do estado, através da Secretaria de Turismo, reorganizou os espaços turísticos por regiões, onde se pode investir em

produtos típicos de suas características. A seguir são apresentadas, na tabela 3 as regiões turísticas e municípios que as compõem:

Tabela 3: Regiões Capixabas e municípios referentes

<b>REGIÃO</b>	<b>MUNICÍPIOS REFERENTES</b>
Das Pedras, Pão e Mel	Água Doce do Norte; Ecoporanga; Barra de São Francisco; Boa Esperança; Nova Venécia; São Gabriel da Palha; Vila Pavão; Vila Valério.
De Doce Terra Morena	Montanha; Mucurici; Pedro Canário; Pinheiros; Ponto Belo.
Do Caparaó Capixaba	Alegre; Divino de São Lourenço; Dolores do Rio Preto; Guaçuí; Ibatiba; Ibitirama; Irupi; Iúna; Jerônimo Monteiro; Muniz Freire; São José do Calçado.
Metropolitana	Vitória; Vila Velha; Serra; Guarapari; Cariacica; Viana; Fundão.
Das Montanhas Capixabas	Afonso Cláudio; Brejetuba; Castelo; Conceição do Castelo; Domingos Martins; Laranja da Terra; Marechal Floriano; Vargem Alta; Venda Nova do Imigrante.
Dos Vales e Cafés	Apiacá; Atilio Vivacqua; Bom Jesus do Norte; Cachoeiro de Itapemirim; Mimoso do Sul; Muqui.
Dos Imigrantes	Itaguaçu; Itarana; Santa Leopoldina; Santa Maria de Jetibá; Santa Teresa; São Roque do Canaã.
Da Costa e da Imigração	Anchieta; Alfredo Chaves; Iconha, Piúma; Itapemirim, Marataízes; Presidente Kennedy; Rio Novo do Sul.
Dos Doce Pontões	Águia Branca; Alto Rio Novo; Baixo Guandu; Colatina; Governador Lindenberg; Mantenópolis; Marilândia; Pancas; São Domingos do Norte.
Do Verde e das Águas	Aracruz; Conceição da Barra; Ibirapu; Jaguaré; João Neiva; Linhares; Rio Bananal; São Mateus; Sooretama.

Fonte: SEDETUR/ES (2010)

Essas regiões turísticas foram reorganizadas tendo como premissa a percepção de que a demanda tem crescido nos últimos anos, recebendo turistas do próprio estado, bem como de âmbito nacional.

O turismo capixaba está hoje concentrado principalmente no segmento de mercado do turismo de sol e mar, com as praias funcionando como maior atrativo. No entanto, vem crescendo rapidamente o segmento de eventos e negócios com grande potencial para desenvolver e fazer crescer outros segmentos (SEDETUR ES, 2010, p. 59).

Os segmentos indutores do mercado de turismo capixaba podem ser indicados na seguinte ordem de dimensão e relevância: turismo de Sol e Praia; turismo de Negócios e Eventos; turismo Rural \ Agroturismo; ecoturismo; turismo Esportivo.

Prioritariamente, podem-se indicar os Mercados Estratégicos, de acordo com as diferentes demandas turísticas:

1) O Turismo Regional mostra-se caracterizado pela atração de turistas do próprio estado do Espírito Santo

- Agroturismo: Rota dos Vales e do Café, Rota do Mar e da Montanha;
- Sol e praia: litoral, praias, cachoeiras, complexo lagunar;
- Cultural: Passos de Anchieta, cultura pomerana, Caminho dos Imigrantes, Nos Trilhos do ES, festival de cultura capixaba, gastronomia;
- Ecoturismo: vertentes capixabas, Caparaó, Rota do Verde e das Águas;
- Aventura ;
- Pedagógico: história capixaba, culturas migratórias, parques e reservas;

2) O Turismo Nacional é caracterizado pela atração de turistas de outros estados do país.

- Negócios / eventos: têxtil, Rota do Mármore e do Granito, petróleo e gás; agronegócio;
- Agroturismo: Rota do Vale e do Café;
- Sol e praia: praia, cachoeiras e mergulho;
- Ecoturismo: vertentes capixabas, Parque do Caparaó, corredores ecológicos, algas marinhas, observação de pássaros;
- Cultural: Passos de Anchieta, cultura pomerana, Festival de Alegre, Festival de Inverno de Domingos Martins, Nos Trilhos do ES, carnaval (ES abrindo), Festival de Inverno Viola e Sanfona em São Pedro do Itabapoana;
- Esporte / eventos de competição: Fórmula Renault, competições esportivas radicais.

3) O Turismo Internacional se caracteriza pela atração de turistas de outros países.

- Negócios/eventos: Rota do Mármore e do Granito, Feira do Mármore e do Granito, petróleo e gás;
- Náutico;
- Ecoturismo: vertentes capixabas;
- Pesca: oceânica.

Dessa forma, nota-se, até aqui o esforço feito pelo Ministério do Turismo e Governo do estado do Espírito Santo para o funcionamento do setor turístico. Resta agora

analisar quais os possíveis benefícios que essas ações podem proporcionar à Região do Verde e das Águas.

### 1.3 - REGIÃO DO VERDE E DAS ÁGUAS

Identificada no mapa figura 1 como região 2 em azul, a Região do Verde e das Águas é constituída pelos municípios de Aracruz, Ibraçu, João Neiva, Linhares, Rio Bananal, Sooretama, Jaguaré, São Mateus e Conceição da Barra. Ao todo são nove municípios que se destacam pelo conjunto de recursos naturais e culturais, tangíveis e intangíveis, relacionados à localização geográfica, ao processo histórico de ocupação deste território e dos diferentes povos que contribuíram para que esta área tivesse a configuração que agora se apresenta.

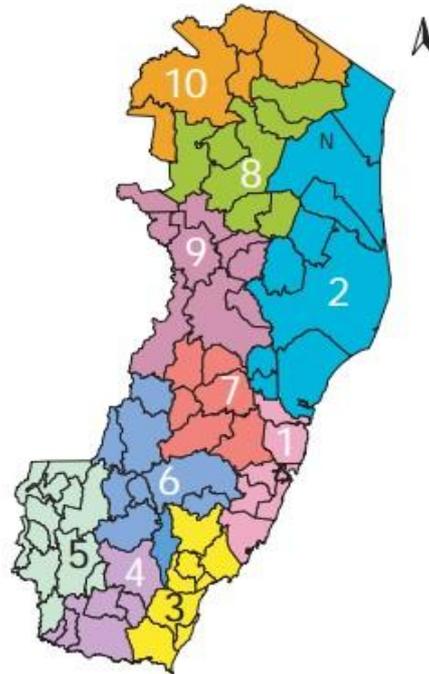
O potencial desta região não se restringe ao setor turístico, pois o litoral norte é hoje um dos pólos mais dinâmicos do desenvolvimento econômico do Estado do Espírito Santo. Alguns municípios têm atividades diversificadas, liderada pela agroindústria – principalmente café e frutas – importantes reserva de gás natural e petróleo, montadora de veículos leves para o transporte de pessoas, estaleiros, além de sediar a principal unidade fabril da maior fabricante de celulose branqueada do mundo e um dos principais pólos moveleiros do país.

Essa potencialidade se firma quando se cria na região o produto “Rota do Verde e das Águas” composto pelos municípios de Aracruz, Linhares, São Mateus e Conceição da Barra, que juntamente com a Rota do Mar e das Montanhas, do Sol e da Moqueca foram elencadas pela secretaria de Estado de Turismo por suas potencialidades, organização e demanda como prioridade para serem trabalhados no Brasil e no exterior. Os destinos (produtos) foram divididos em nove rotas, porém somente essas três citadas se tornaram prioritárias no planejamento da Secretaria estadual de Turismo. Não se tornaram prioritárias até o momento as rotas Caminho do Imigrante, dos Vales e do Café, do Mármore e do Granito, do Caparaó, da Costa e da Imigração e a recente criada Rota Imperial.

Diante do exposto, aumenta a responsabilidade da região e da rota em propiciar aos moradores e visitantes atividades relacionadas ao lazer também no que tange ao turismo e cultura.

Figura 1: Mapa das Regiões Turísticas do Espírito Santo

1. Região Metropolitana
2. Região do Verde e das Águas
3. Região da Costa e da Imigração
4. Região Sul
5. Região do Caparaó
6. Região Montanhas Capixabas
7. Região dos Imigrantes
8. Região das Pedras, do Pão e do Mel
9. Região Doce Pontões Capixaba
10. Região Extremo Norte



Fonte: - SEDETUR ES, 2004.

A seleção dos atrativos turísticos da região 2 ocorreu através de processo de inventário e valoração, em que se buscou ordenar o *ranking* de produtos, propondo um roteiro de interesse geral e instrumento orientador para a estratégia de produto.

Ao verde e azul, presentes na marca da Rota Turística do Verde e das Águas, devem ser acrescentados um tom mais solar, mais quente, como o vermelho ou o laranja, cores sempre presentes nos adereços dos grupos folclóricos (SEDETUR ES, 2010, p. 72).

Os segmentos identificados para serem promovidos foram o de sol e praia, turismo cultural, ecoturismo, eventos, congressos e convenções, visitas técnicas e científicas, agroturismo e pesca.

A Região Turística do Verde e das Águas dentro do processo de regionalização já foi contemplada com Inventário Turístico, realizado em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Pequenas e Micro Empresas), Ministério do Turismo e Secretaria de Estado do Turismo; Plano Municipal de Turismo; foram realizadas oficinas de planejamento com a comunidade, o poder público e os empresários envolvidos em quase todos os municípios da região, onde foram coletadas as informações para elaboração do plano.

Prosseguindo, foi confeccionado material promocional para divulgação de toda a região. Houve apoio à participação dos municípios em eventos, como feiras de turismo, rodadas de negociações.

Outra proposta inicial foram os cursos de sensibilizações, capacitações e qualificações da comunidade, de empresários e de membros da Secretaria Municipal de Turismo, e elaboração de pesquisas de fluxo e perfil dos turistas que frequentam a região.

Finalmente, em 2006, foi criada a Agência de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Verde e das Águas/Instâncias de Governança, que se faz representada pelos poderes públicos, privados, terceiro setor e sociedade civil organizada. Essa agência nesta gestão é sediada em São Mateus-ES e se encarrega da coordenação, acompanhamento e gestão da região turística, da elaboração do Plano de Marketing das regiões turísticas concluído no primeiro semestre de 2014, entre outras ações.

Convém destacar novamente que essa região possui também um produto turístico já formatado, conhecido como Rota do Verde e das Águas, composta pelos municípios de Aracruz, Linhares, São Mateus e Conceição da Barra.

## II – CAPÍTULO

### **REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO**

Quando se trabalha de forma regionalizada, o planejamento deverá ser elaborado abrangendo todos os municípios envolvidos no processo, buscando, com isso, atender os objetivos de desenvolvimento da região.

Essa forma de planejar pode ser elencada como o maior benefício da regionalização, pois os planos, projetos e ações visam fomentar e promover não apenas um, mas todos os municípios constituidores da região.

As contribuições da regionalização diante do contexto são bastante positivas como ferramenta de gestão. No entanto, seu sucesso está condicionado à continuidade do planejamento pelos próximos gestores, pois sabemos da descontinuidade política que aflora com mais intensidade a cada troca de governante.

Ressalta-se que é sempre um desafio buscar o desenvolvimento equitativo dos nove municípios da Região do Verde e das Águas, pois alguns se encontram em processo avançado de desenvolvimento turístico, como: Aracruz, Linhares, São Mateus e Conceição da Barra; enquanto outros avançaram pouco nesses anos de aplicação do Plano Nacional e Estadual de Turismo.

#### **2.1 - CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO DO VERDE E DAS ÁGUAS**

Cada um dos nove municípios que compõem a Rota do Verde e das Águas tem seus produtos a oferecer. Entretanto, por mais que os investimentos sejam disponibilizados, o Ministério do Turismo requer, em contrapartida, o planejamento turístico em documento específico, de modo a informar quais ações serão tomadas a partir dos produtos turísticos existentes.

Apesar do avanço do turismo de municípios que compõem a região do Verde e das Águas (como já citados: Aracruz, Linhares, São Mateus e Conceição da Barra), ainda existem outros municípios que nesse aspecto se mantêm estagnados, ou seja,

parados em ações turísticas de pouca ênfase, e outros ainda não traçaram suas metas e não elegeram seu produto turístico. Nesse sentido, ao que se constatou inicialmente a partir das leituras realizadas e das visitas em observação, pode-se afirmar que, apesar de seu potencial, os municípios de Jaguaré, Rio Bananal e Sooretama são exemplos desse pouco investimento em planejamento turístico.

Beni (2006, p. 16), a esse respeito, indica que existem três razões que dificultam o desempenho operacional da instituição (aqui, Secretarias Municipais de Turismo) na ordenação e promoção do turismo:

A primeira é a indefinição de uma política que crie normas para a ordem institucional e o sistema de gestão para o setor.

A segunda razão, conforme o autor, é a escassez de mão-de-obra qualificada e especializada.

E a terceira razão é a falta de integração e coordenação entre os órgãos e setores de turismo, bem como a falta de uma ação inter setorial no desenvolvimento do turismo.

A fragilidade, em alguns municípios da região, se coloca na capacidade de gerir o turismo.

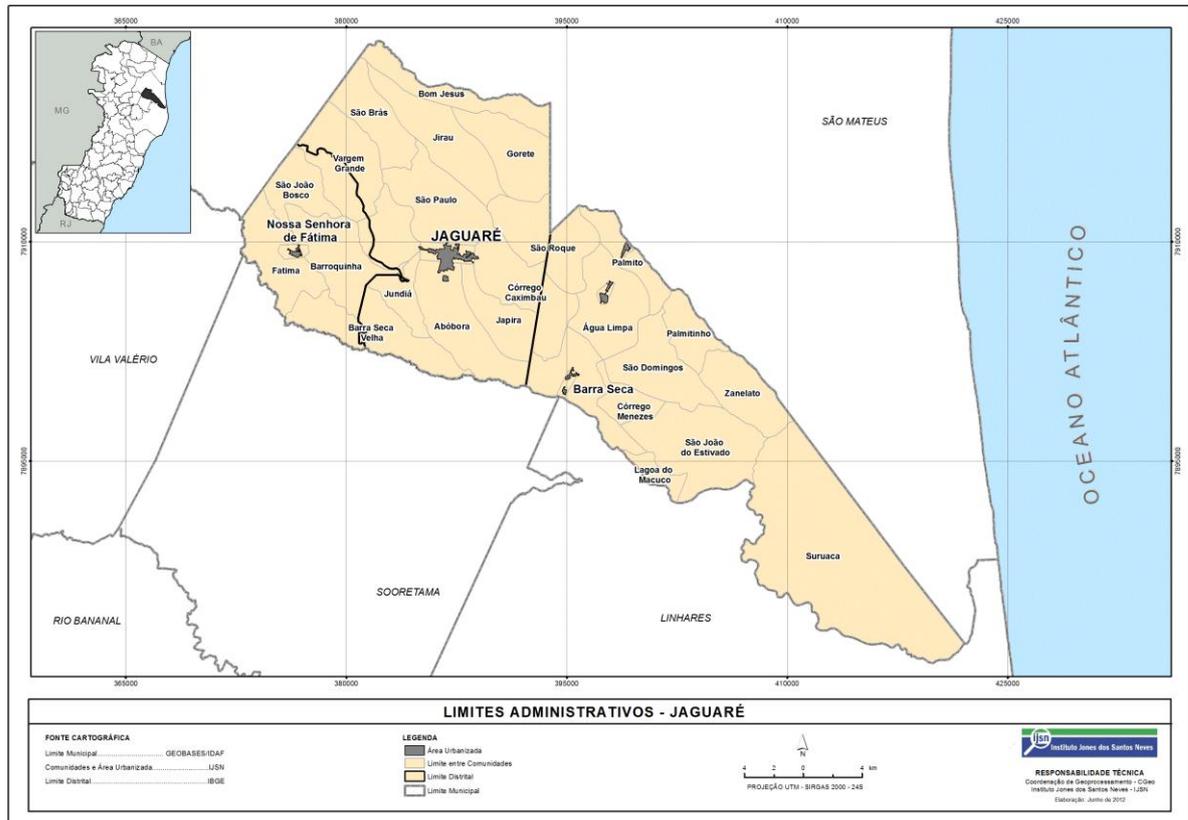
A partir desse momento, serão explicitados os três municípios que compõem a Região do Verde e das Águas, para que se possa analisar diante do contexto o desenvolvimento destes municípios dentro da região turísticas.

### **2.1.1 - Jaguaré**

O Município de Jaguaré está localizado ao norte do Estado com uma população de 20.063 mil habitantes, sendo 11.035 na área urbana e 9.028 da área rural (IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Censo 2010).

Os mapas (figuras 2 a 10) que serão apresentados na sequência do trabalho representam os municípios que compõem a Região do Verde e das Águas, seus limites administrativos bem como sua localização no mapa do Espírito Santo.

Figura 2: Mapa do município de Jaguaré-ES



Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em <http://www.ijsn.es.gov.br>

Mostra-se organizado, possui Plano Municipal e Inventário da oferta turística, entretanto não coloca em prática suas ações e objetivos como deveria, dando menor ênfase ao turismo local.

Seus principais objetivos<sup>1</sup>, a partir do Inventário, são:

- Identificar características e fatores que determinam as motivações de viagem;
- Dimensionar a oferta de serviços, equipamentos e infraestrutura disponíveis para o processo de ocupação turística do território;
- diagnosticar deficiências e pontos críticos entre a oferta e a demanda turística existente;
- permitir a previsão do comportamento do mercado em função da análise de tendências;
- direcionar os programas de ação para o planejamento estratégico do desenvolvimento do setor;
- analisar o efeito multiplicador do turismo no cenário econômico do município;
- organizar o setor de turismo na estrutura administrativa do setor público;
- hierarquizar e priorizar os atrativos e conjuntos existentes para sua utilização otimizada e ordenada;

<sup>1</sup> Verifica-se conforme descrições que os objetivos a partir do inventário são iguais para todos os municípios.

- servir como fonte de pesquisa e consulta aos empresários, aos estudantes e à comunidade em geral, interessados na atividade turística do município (JAGUARÉ-ES, 2005, p. 9).

Os objetivos indicam uma preocupação com ações que possam beneficiar o turismo no município, mas não estabelece um produto que venha a oportunizar seu desenvolvimento, e não há como estabelecer metas significativas no âmbito do turismo, se a localidade não definir seu (s) produto (s), como será propagado aos turistas, gerando benefícios à população local, tais como empregos, oportunidade financeira e o contato com outras pessoas (social).

O Inventário de Jaguaré (p. 12) não abrangeu nenhum atrativo turístico, de forma que se conclui que o município não o tenha. O mesmo documento norteador indica atrativos naturais, que se mesclam com artesanato, festas, culinária e espaços naturais (rio) e elementos naturais (fauna e flora), entretanto, não se constata a efetividade de um desses produtos, ou seja, eles existem, são visitados ou consumidos/adquiridos por turistas de outros municípios e/ou estados, mas não há uma constância no calendário de eventos do município, não está registrado como produto prioritário local.

A peça teatral “Paixão de Cristo”, por exemplo, que atrai milhares de turistas na época de precede à páscoa não consta entre os eventos culturais, e é realizado em data fixa, com organização profissional, tendo contexto histórico e religioso.

Percebe-se que Jaguaré enfoca suas ações culturais, religiosas, festivas e artesanais, mas de forma muito mais cultural do que turística, muitas vezes divulgados e oferecidos apenas à comunidade local, sem investimentos em *marketing* em outros municípios do estado.

O desenvolvimento de Jaguaré não é de cunho apenas endógeno (BENI, 2006), ou seja, não visa geração de lucros e acúmulo de capital, seus produtos existem e visam à mobilização social e a participação comunitária, pois a responsabilidade social se dá em informar as pessoas, levar até elas o que de fato está sendo desenvolvido pelo município e como a governabilidade vem motivando a participação.



Entre os municípios da região, Rio Bananal enquanto organização municipal do turismo deixa a desejar por não possuir Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo, bem como o Inventário.

Sua população demanda, conforme a contagem de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) cerca de 17.530 habitantes. Mantêm suas origens de colonização ainda muito presentes, tendo 72% dos habitantes de origem italiana, 23% de cidadãos pardos e apenas 5% de negros (PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BANANAL, 2013, Disponível em: <http://www.riobananal.es.gov.br/default.asp>).

Dessa forma, os eventos e festas se direcionam mais à cultura italiana, bem como à culinária predominantemente de mesma origem europeia.

Não é por não possuir um Plano Turístico e um produto que o município de Rio Bananal não tenha recursos turísticos a apresentar. A localidade possui áreas ambientais (cachoeiras, lagoas), elementos religiosos (Seminário, igrejas, capelas), Pedra do Cruzeiro, Manifestações culturais, Folia de Reis e Cavalgada.

O planejamento para o turismo é uma necessidade do município que possui recursos de proporção significativa, mas que são do conhecimento dos moradores locais, sem visitas que possam se configurar como turismo.

O agroturismo como produto turístico local arrecadaria recursos para mais investimentos, geraria empregos (já que grande parte da população é de classe média e baixa), tendo polos receptores, conforme esclarece Beni (2006, p. 48):

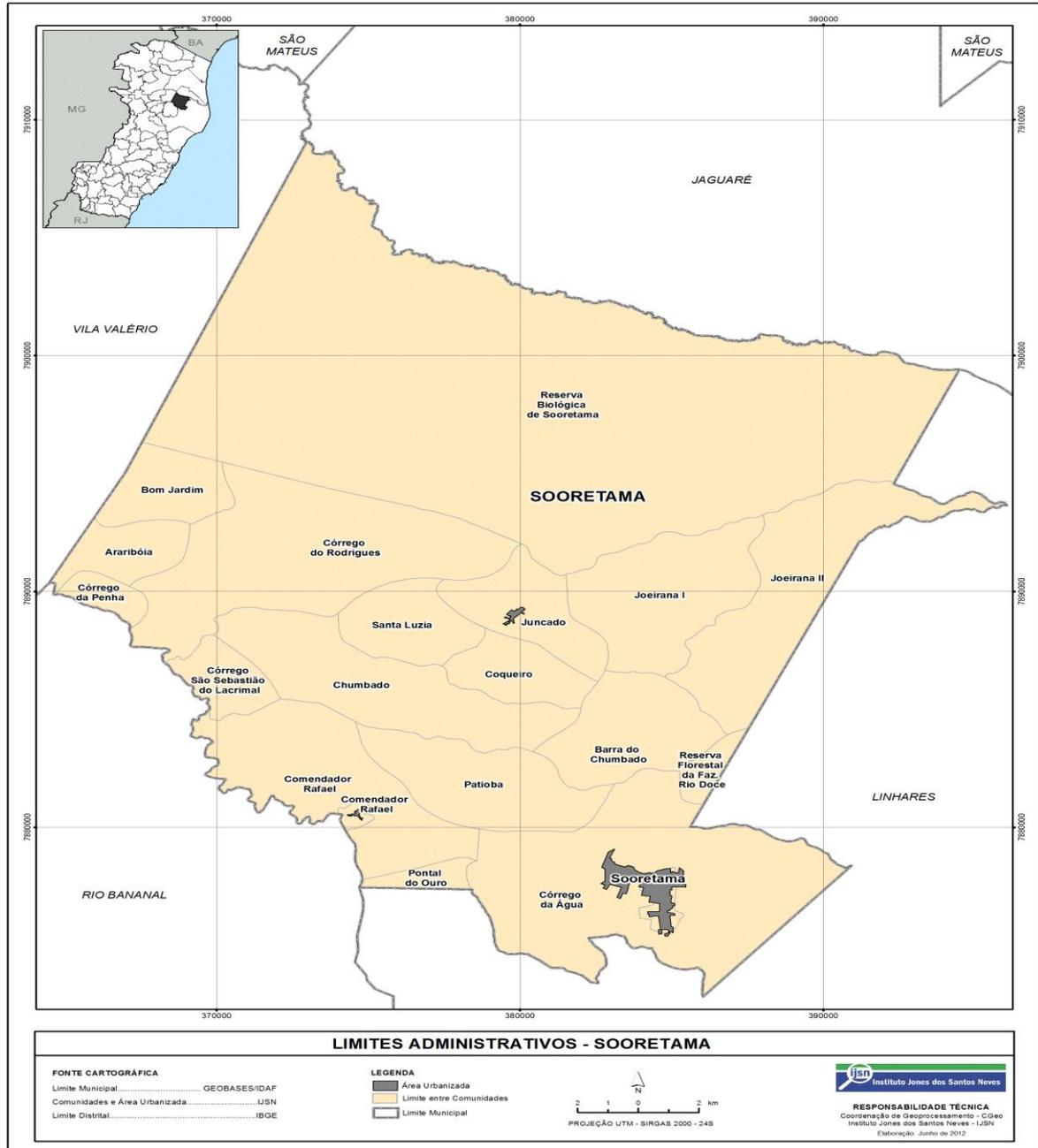
Na primeira etapa, o núcleo não dispõe de qualquer estrutura básica desenvolvida. O charme (...) combinado a uma natureza privilegiada constitui seu maior atrativo. É o período do turismo seletivo ou espontâneo, quando o setor primário ainda é o fator predominante da economia local.

Dessa forma, a partir de sua natureza e construções histórico-religiosas, Rio Bananal pode centrar suas metas e objetivos turísticos na motivação à visita às lagoas, pedras, igrejas, sem grandes investimentos, focando no *marketing* que tratará da divulgação e recebimento desses turistas.

Após a ocorrência desse fluxo turístico, o município pode investir na implantação de pousadas, hotéis, restaurantes, parques, que geram empregos diretos e atendem à demanda de turistas em hospedagem e alimentação.

### 2.1.3 - Sooretama

Figura 4: Mapa do município de Sooretama-ES



Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em <http://www.ijsn.es.gov.br>

Dados da Prefeitura Municipal, do ano 2013, em conformidade com o Censo (2010) indicam que a população de Sooretama era de aproximadamente 20.364 habitantes.

Localizado próximo do município de Linhares, Sooretama se destaca, como os dois municípios caracterizados anteriormente pelo agronegócio, ou seja, sua base de renda e desenvolvimento é a agricultura local.

Em relação ao turismo, este possui o Inventário Turístico, que apresenta os seguintes objetivos:

- Identificar características e fatores que determinam as motivações de viagem;
- Dimensionar a oferta de serviços, equipamentos e infraestrutura disponíveis para o processo de ocupação turística do território;
- diagnosticar deficiências e pontos críticos entre a oferta e a demanda turística existente;
- permitir a previsão do comportamento do mercado em função da análise de tendências;
- direcionar os programas de ação para o planejamento estratégico do desenvolvimento do setor;
- analisar o efeito multiplicador do turismo no cenário econômico do município;
- organizar o setor de turismo na estrutura administrativa do setor público;
- hierarquizar e priorizar os atrativos e conjuntos existentes para sua utilização otimizada e ordenada;
- servir como fonte de pesquisa e consulta aos empresários, aos estudantes e à comunidade em geral, interessados na atividade turística do município (SOORETAMA, 2005, p.9).

Apresenta como principal recurso natural a Reserva Biológica de Sooretama, com visitas durante todo o ano, já que oferece uma diversidade em fauna e flora, bem como o bioma Floresta Atlântica e mananciais de água naturais. Entretanto, não destaca um produto turístico que lhe reporte ao cenário estadual e nacional no âmbito do agroturismo ou em outro tipo de turismo.

Os investimentos são irrisórios em relação ao que poderiam representar. O turismo local não se expande e caminha essencialmente ao cunho didático, para fins de estudos, e bem pouco como atrativo de lazer.

O município recebe poucos turistas, já que não oferece projetos e programas que intensifiquem seus eventos turísticos durante o ano, em nenhum período específico.

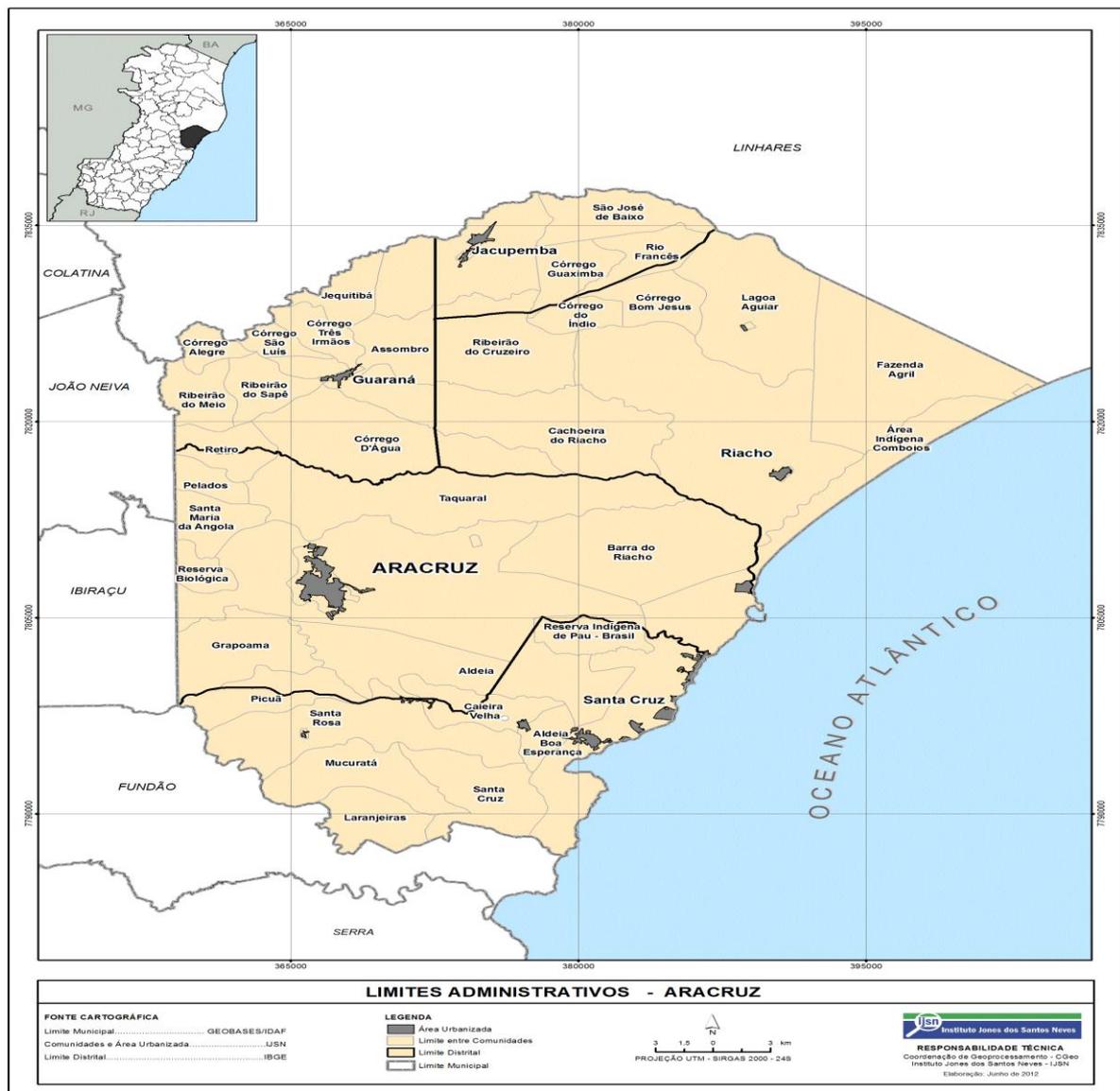
Dessa forma, o planejamento não condiz com a realidade, pois não dispõe de produtos que enobrem sua história e cultura. Na realidade, mesmo com o inventário, não foi disponibilizado o Plano Municipal de Turismo local. Também não possui Secretaria específica para Turismo.

Dando sequência à caracterização dos municípios, segue para melhor compreensão os seis municípios que encontram-se mais preparados para desenvolver o turismo na Região do Verde e das Águas.

### 2.1.4 - Aracruz

Com sede localizada a 83 km da capital Vitória e uma população de 81.832 habitantes (Censo-2010), compreende sete aldeias indígenas. As maiores aldeias são Caieiras Velha, Boa Esperança (Tekoá Porá) - Santa Cruz e Comboios, distrito de Riacho a 38 km da sede.

Figura 5: Mapa do município de Aracruz-ES



Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em <http://www.ijsn.es.gov.br>

O município se destaca entre os nove da Região Turística do Verde e das Águas, possui um Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo e o Inventário Turístico, que tem como objetivos:

- Identificar características e fatores que determinam as motivações de viagem;
- Dimensionar a oferta de serviços, equipamentos e infraestrutura disponíveis para o processo de ocupação turística do território;
- diagnosticar deficiências e pontos críticos entre a oferta e a demanda turística existente;
- permitir a previsão do comportamento do mercado em função da análise de tendências;
- direcionar os programas de ação para o planejamento estratégico do desenvolvimento do setor;
- analisar o efeito multiplicador do turismo no cenário econômico do município;
- organizar o setor de turismo na estrutura administrativa do setor público;
- hierarquizar e priorizar os atrativos e conjuntos existentes para sua utilização otimizada e ordenada;
- servir como fonte de pesquisa e consulta aos empresários, aos estudantes e à comunidade em geral, interessados na atividade turística do município (ARACRUZ, 2005, p.7).

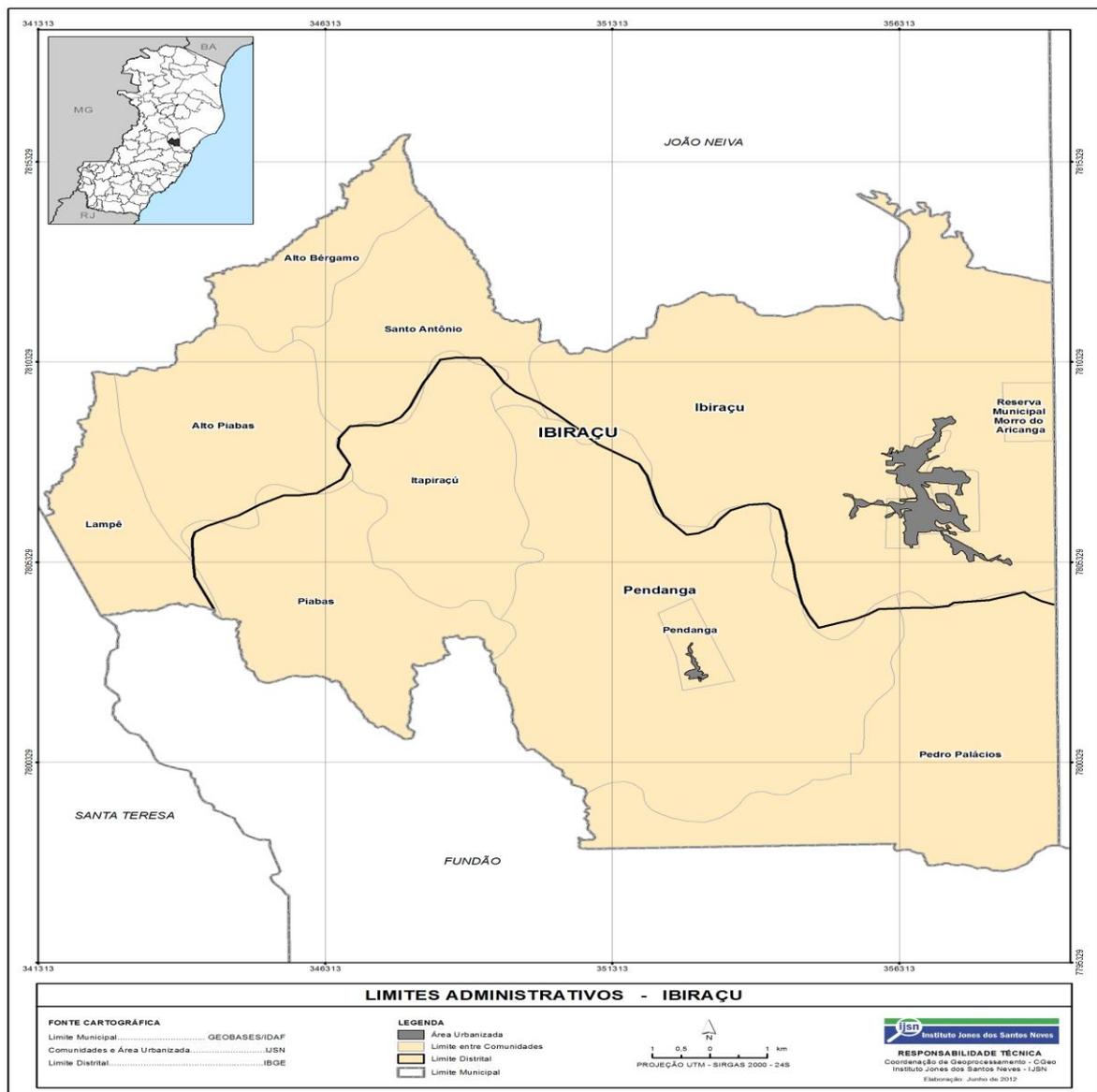
Sua economia é diversificada, com destaque para indústria de celulose, serviços ligados à área portuária e naval, agronegócios e turismo. Dos atrativos existentes, a Praia Formosa, com 5 km de extensão, Santa Cruz e Barra do Sahy são as mais frequentadas. O Rio Piraquê-açu nasce na Reserva Ecológica da Nova Lombardia em Santa Teresa, a uma altitude de 1.000 metros e em sua foz apresenta um preservado mangue. O Parque Natural Municipal David Victor Farina, o Parque Natural Municipal do Aricanga, a Reserva Ecológica dos Manguezais Piraquê-açu e Piraquê-mirim, a Reserva Biológica de Comboios e a Estação de Biologia Marinha Ruschi apresentam potencial suficiente para o desenvolvimento do segmento do ecoturismo. Do patrimônio histórico e arquitetônico, destacam-se a Igreja Católica de Santa Cruz, a Igreja Sagrado Coração de Jesus e o Edifício Antigo – antiga Câmara Municipal de Santa Cruz. Já no artesanato, o indígena é o principal, seguido do artesanato do agroturismo que também é expressivo. As festas religiosas compreendem a Festa de São João Batista, padroeiro do município, a Procissão Marítima de Nossa Senhora dos Navegantes com procissão marítima pelo Rio Piraquê-açu. O acesso ao município é realizado pela BR-101 e pelo litoral através da ES-010.

Devido à aproximação com a capital Vitória, o município de Aracruz recebe um número significativo de turistas nos finais de semana. Além das praias, outro atrativo que contribui para o desenvolvimento do turismo é o SESC – Serviço Social do Comércio localizado em Praia Formosa considerado hoje um centro de turismo e lazer.

### 2.1.5 - Ibiracu

O município de Ibiracu está localizado a 67 km da capital Vitória, é cortado pela BR-101 e pela Estrada de Ferro Vitória a Minas (Estação de Aricanga “Lauro Muller”).

Figura 6: Mapa do município de Ibiracu-ES



Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em <http://www.ijsn.es.gov.br>

Possui uma população de 11.178 habitantes formada principalmente por descendentes de imigrantes italianos. A população está dividida em 73% na área urbana e 27% em áreas rurais (Censo – 2010).

Ibiraçu também é um município com destaque turístico na Região do Verde e das Águas e assim como Aracruz possui Plano de Desenvolvimento Municipal do Turismo e o Inventário Turístico onde podemos elencar como objetivos estruturantes:

- Identificar características e fatores que determinam as motivações de viagem;
- Dimensionar a oferta de serviços, equipamentos e infraestrutura disponíveis para o processo de ocupação turística do território;
- diagnosticar deficiências e pontos críticos entre a oferta e a demanda turística existente;
- permitir a previsão do comportamento do mercado em função da análise de tendências;
- direcionar os programas de ação para o planejamento estratégico do desenvolvimento do setor;
- analisar o efeito multiplicador do turismo no cenário econômico do município;
- organizar o setor de turismo na estrutura administrativa do setor público;
- hierarquizar e priorizar os atrativos e conjuntos existentes para sua utilização otimizada e ordenada;
- servir como fonte de pesquisa e consulta aos empresários, aos estudantes e à comunidade em geral, interessados na atividade turística do município (IBIRAÇÚ-ES, 2005, p. 9).

O principal ponto turístico do município é o Mosteiro Zen Budista, que está a 350 metros de altitude, na localidade de Morro da Vargem. Foi fundado em 1974 e tem como trabalho principal a formação de monges, segundo as tradições do Oriente.

Um outro projeto que contempla a meditação é o Projeto Circuito Caminhos da Sabedoria, que nasceu do diálogo entre o budismo e o cristianismo, realizando assim um circuito de peregrinação espiritual.

O museu familiar Zio Mínio atua como agente de mudança social e desenvolvimento do distrito de Pendanga. Foi fundado em 2004 e possui acervo de várias famílias de imigrantes italianos.

Na área rural, os destaques ficam por conta da Agro Estância Lombardi, o Restaurante Lagoa do Vale, o Pesque – Pague Ribeiro e o Vinhedo Tóttola – onde são cultivadas uvas para comercialização e produção de sucos, vinhos e geleias.

Como patrimônio cultural, o município possui o Santuário Diocesano Nossa Senhora da Saúde e a Igreja Matriz São Marcos. O acesso ao município é realizado pela BR-101.

### **2.1.6 - João Neiva**

Com densas matas ao meio de um relevo acidentado, João Neiva localiza-se a 75 km da capital Vitória, possui uma população de 15.809 habitantes (Censo-2010), dos quais grande parte descende de imigrantes italianos. Entre os pontos altos destacam-se o Pico da Serra do Óleo, o Morro de Santa Clara e o Pico de Cavalinho. O Morro Negro possui 800 metros de altura, situa-se na divisa com o município de Ibirajú e apresenta uma vegetação remanescente da Mata Atlântica.

As principais cachoeiras são a Cachoeira do Paraíso, chamada anteriormente de Cachoeira do Inferno, e a Cachoeira Piva com 10 metros de altura, próxima à BR-101 norte, no Rio Piraquê-açu.

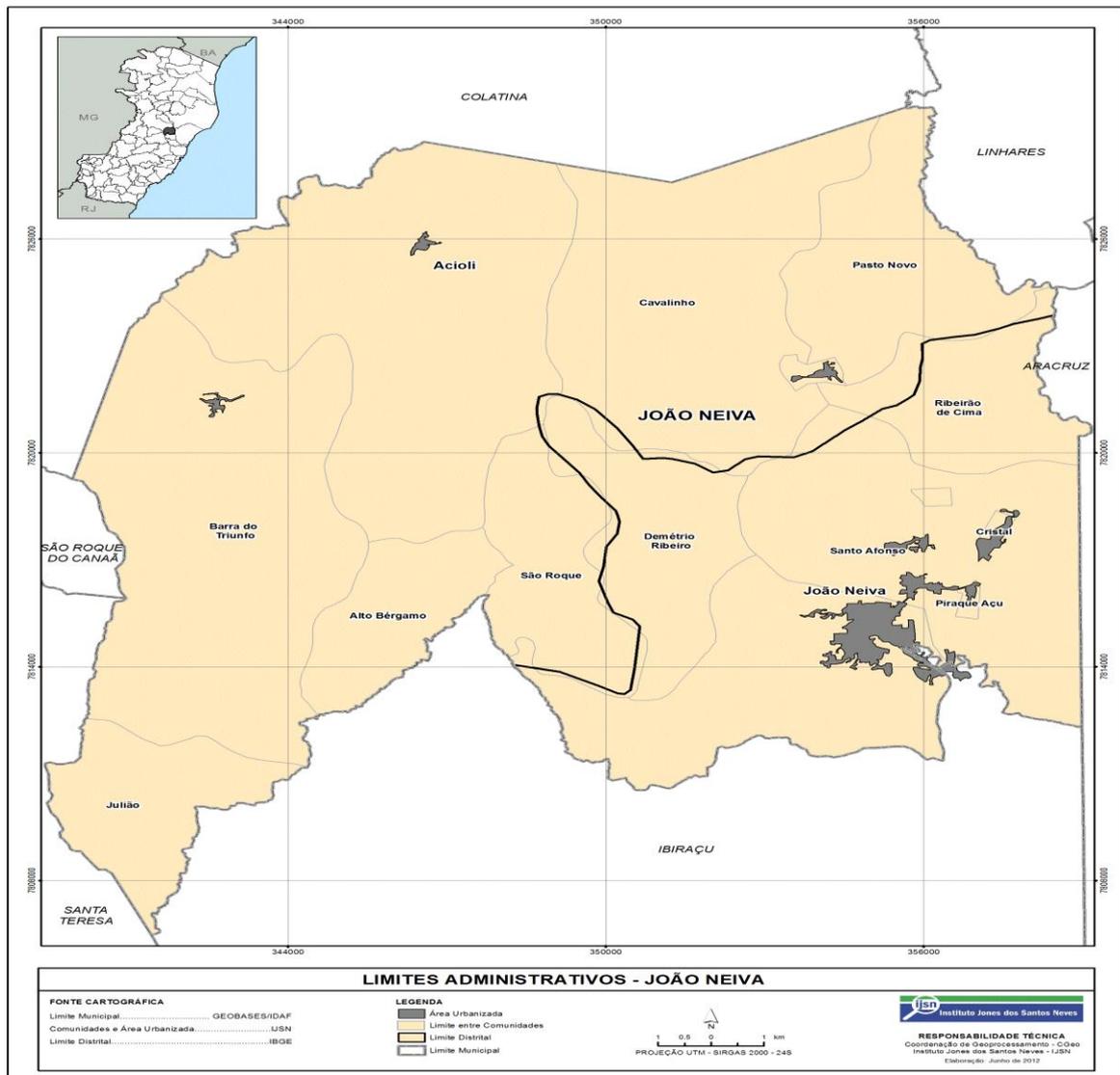
Em Barra do Triunfo, foram desenvolvidas atividades voltadas para a cultura e o agroturismo que proporcionaram melhoria da qualidade de vida dos moradores locais.

A Estrada de Ferro Vitória a Minas desempenha papel importante no deslocamento de pessoas e a Estação Ferroviária de Piraquê-açu atende a passageiros com destino a Vitória e a Minas Gerais. O minério de ferro é o principal produto a ser escoado até o Porto de Tubarão que passa pelo município.

Assim como Rio Bananal, João Neiva não possui Inventário Turístico, ou seja, enquanto planejamento possui apenas o Plano de Desenvolvimento Municipal de Turismo.

O patrimônio histórico compreende a Igreja de Barra do Triunfo, a Praça do Gadioli e a Igreja de Acioli. O acesso ao município é realizado pelas rodovias ES-257, BR-101 e BR-259.

Figura 7: Mapa do município de João Neiva-ES



Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em <http://www.ijsn.es.gov.br>

Sem dúvida, um dos lugares mais bonitos de João Neiva é Demétrio Ribeiro. Fundado no final dos anos de 1800, atraiu vários imigrantes italianos, que se dedicaram ao plantio do café, ao comércio e à agricultura de subsistência.

O nome Demétrio Ribeiro foi dado devido à influência de Demétrio Nunes Ribeiro, que foi Ministro da Agricultura. Atualmente a comunidade de Demétrio Ribeiro, em parceria com o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas, organiza anualmente um evento para promover a cultura e o agroturismo, proporcionando o desenvolvimento local e consequentemente a melhoria da qualidade de vida de seus moradores.

### 2.1.7 - Linhares

Distante a 136 km da capital Vitória, com uma população de 132.664 habitantes (Censo-2010), Linhares é conhecida por suas inúmeras lagoas e reservas. Com uma exuberante natureza e riquezas culturais, a cidade alia o lazer com o negócio, oferecendo oportunidades em âmbito nacional e internacional. Atualmente o município conta com recursos provenientes de diversos setores da economia.

Além da exuberância natural e riquezas culturais, Linhares é a principal cidade do norte capixaba, com alto índice de desenvolvimento. Considerada atualmente como uma das melhores cidades capixabas para investimento financeiro, encontra-se em ampliação imobiliária sediando inclusive empresas importantes do ramo. Também é a cidade com maior extensão litorânea e maior extensão territorial do estado. Linhares está na rota do desenvolvimento, considerando que, empresas nacionais e internacionais de grande porte estão se instalando na cidade.

Com circuitos turísticos já desenvolvidos, entre eles o do Cacau e do Verde e o do Coco e das Águas, são atrativos turísticos do município a Vila de Regência, com bons restaurantes e com seu centro histórico, em que o destaque fica para a Cúpula do Antigo Farol. Regência é uma praia muito procurada para a prática do surf e é nela que está localizada a sede do Projeto Tamar. Das demais praias, a Praia do Pontal do Ipiranga é a mais frequentada no verão e em Barra Seca se localiza a única praia de naturismo do Espírito Santo.

As lagoas também são destaque, a Lagoa Juparanã, pelo volume de água doce e extensão geográfica e nela se encontra a Praia do Minotauro. A Lagoa Nova é dotada de águas transparentes propícias para a pesca submersa e esportes náuticos.

Este cenário aponta o segmento de turismo e negócios como mola propulsora do desenvolvimento turístico do município, sendo precedido pelo segmento de lazer devido à preponderância de suas belezas naturais.



As áreas verdes do município são importantes atrativos. A Reserva Natural da Vale recebeu da Unesco, em 1999, o título de Patrimônio Natural da Humanidade e em agosto de 2008 o de Campus Avançado da Rede da Biosfera da Mata Atlântica. Está aberta para visitação e para prática de arborismo. A Floresta Nacional de Goytacazes é a maior floresta urbana do Espírito Santo e a Unidade Municipal de Conservação de Degredo - Parque Natural das Orquídeas, criada no ano de 2010, está localizada a 62 km do Centro de Linhares e possui 2.500 hectares de extensão.

No artesanato, destacam-se o trabalho de marchetaria na madeira e o trabalho de taxidermia em exibição no Museu Lorenzutti, com mais de 2.000 exemplares. O acesso ao município também é realizado pela BR-101 e pelas ES-245 e 248.

#### **2.1.8 - São Mateus**

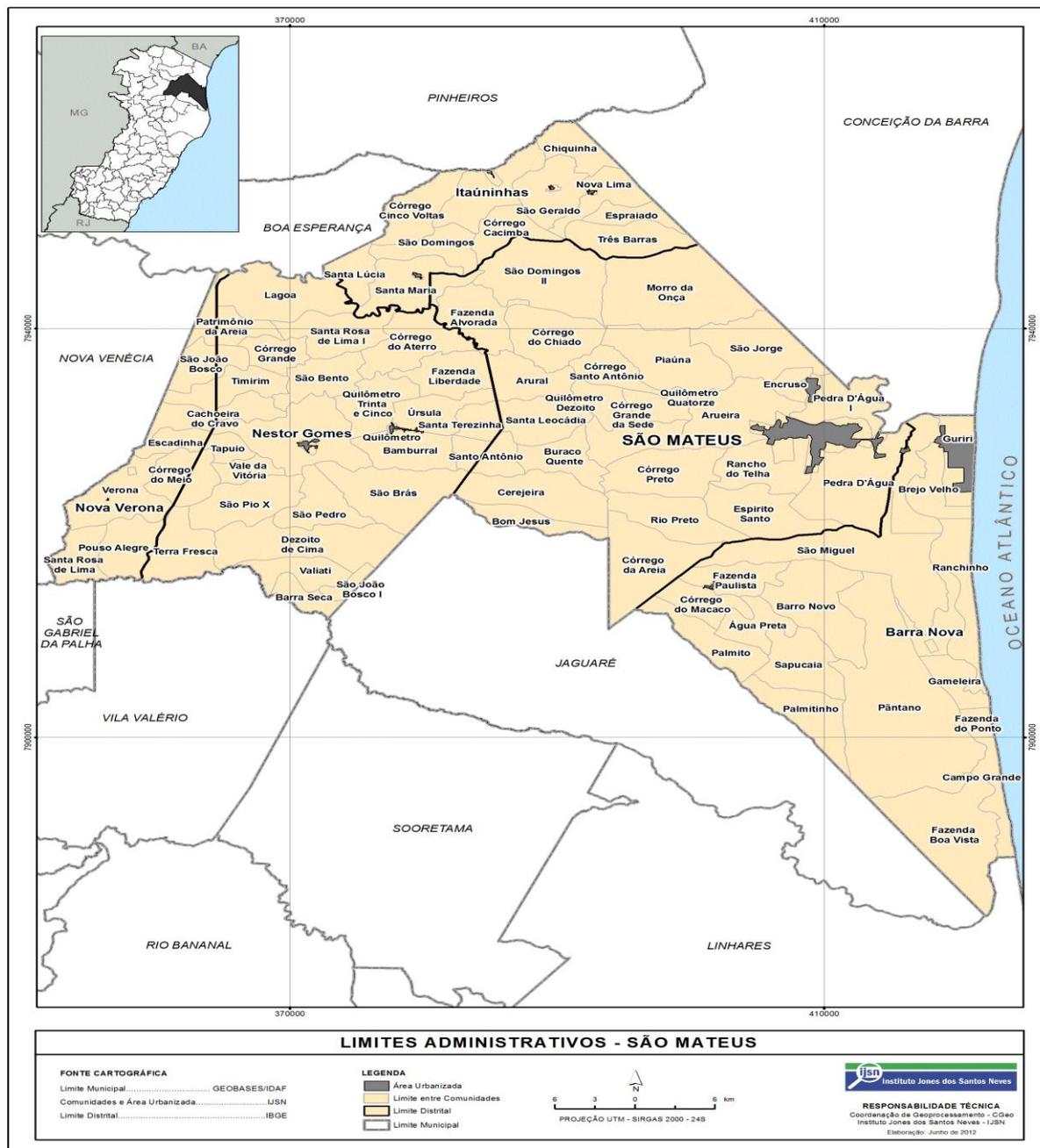
Distante 219 km da capital Vitória, com uma população em torno de 121.000 habitantes (Censo-2010), São Mateus possui 43 km de litoral com praias de águas limpas, mornas e sem poluição, o que atrai muitos turistas.

Os principais atrativos turísticos são a Ilha de Guriri com 20 km de praia onde está localizada uma base do projeto Tamar um dos principais atrativos da ilha, o Vale do Cricaré, e o Manguezal de Barra Nova, a 30 km da sede do município, de águas escuras e vários canais.

O patrimônio histórico é formado pela Igreja Velha, ruínas de um templo construído por índios e escravos, o Sítio Histórico do Porto, que é um conjunto arquitetônico de casarões construídos nos séculos XVII e XIX, tombado em 1976 pelo Conselho Estadual de Cultura.

Assim como Linhares e Aracruz, porém em menores proporções São Mateus vem crescendo economicamente com as implantações de novas empresas de ponta tais como a Volare a primeira montadora e veículos do Espírito Santo, a Agrale fábrica de tratores e a Oxford que atua na fabricação de porcelanas desenvolvimento este que aponta um novo segmento a ser trabalhado, que é o de eventos de negócios.

Figura 9: Mapa do município de São Mateus-ES



Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em <http://www.ijsn.es.gov.br>

Possui Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo e Inventário Turístico com os seguintes objetivos:

- Identificar características e fatores que determinam as motivações de viagem;
- Dimensionar a oferta de serviços, equipamentos e infraestrutura disponíveis para o processo de ocupação turística do território;
- diagnosticar deficiências e pontos críticos entre a oferta e a demanda turística existente;

- permitir a previsão do comportamento do mercado em função da análise de tendências;
- direcionar os programas de ação para o planejamento estratégico do desenvolvimento do setor;
- analisar o efeito multiplicador do turismo no cenário econômico do município;
- organizar o setor de turismo na estrutura administrativa do setor público;
- hierarquizar e priorizar os atrativos e conjuntos existentes para sua utilização otimizada e ordenada;
- servir como fonte de pesquisa e consulta aos empresários, aos estudantes e à comunidade em geral, interessados na atividade turística do município (SÃO MATEUS -ES, 2005, p. 11).

A além do segmento de sol e mar, responsável pela maior demanda de turista no município, ele se destaca também na região no segmento histórico e cultural, no que se refere ao seu patrimônio arquitetônico e também suas manifestações culturais, tais como o Reis de Boi, o Jongo, o Congo e a Capoeira.

O acesso ao município assim como outros da Região do Verde e das Águas é realizado pela BR-101.

### **2.1.9 - Conceição da Barra**

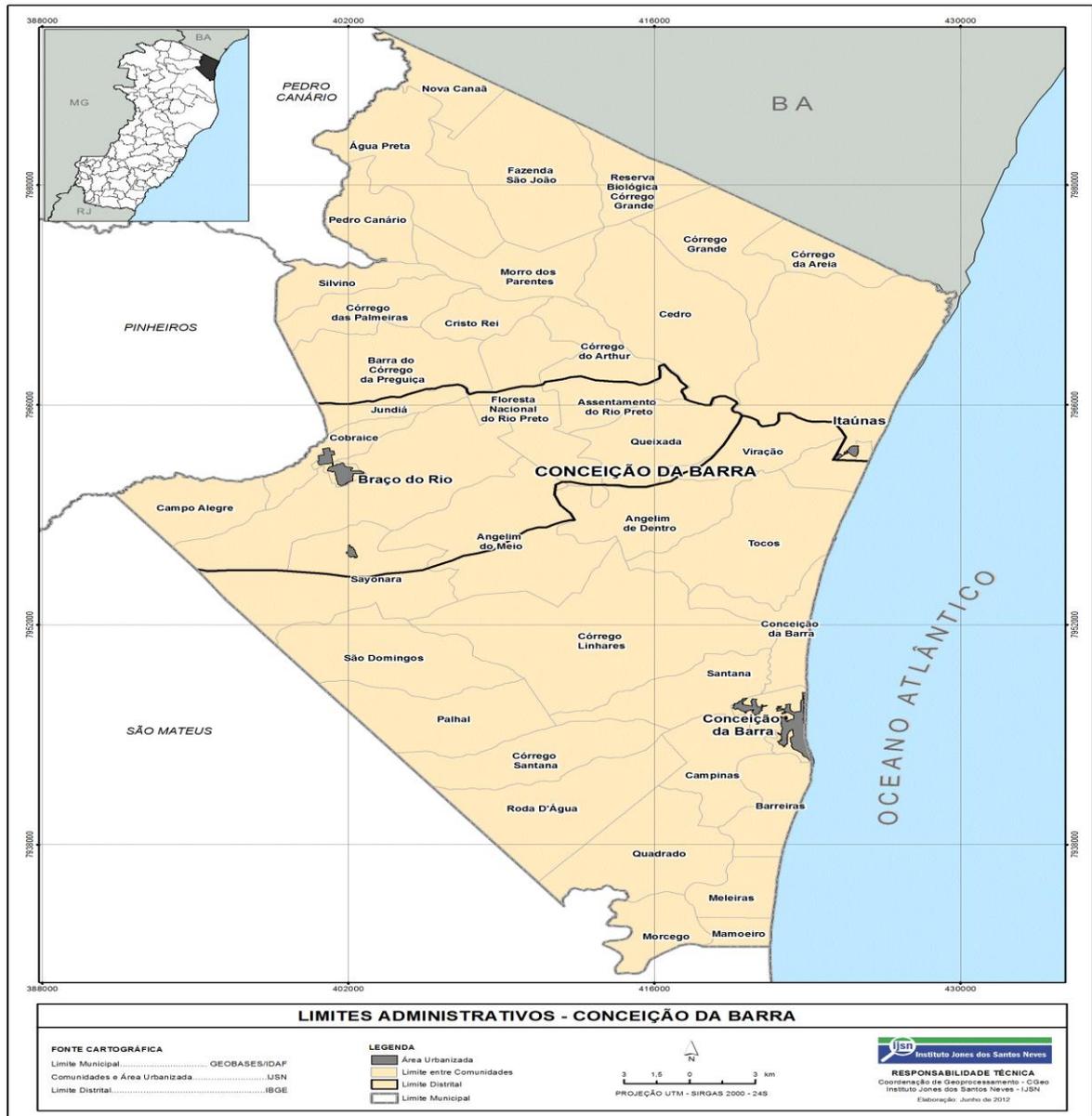
Com sede localizada a 257 km da capital Vitória, é um dos mais famosos balneários do norte do Espírito Santo, com uma população de 28.449 habitantes, de origem portuguesa, espanhola, indígena e negra (Censo-2010).

O município possui Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo e Inventário Turístico com os seguintes objetivos:

- Identificar características e fatores que determinam as motivações de viagem;
- Dimensionar a oferta de serviços, equipamentos e infraestrutura disponíveis para o processo de ocupação turística do território;
- diagnosticar deficiências e pontos críticos entre a oferta e a demanda turística existente;
- permitir a previsão do comportamento do mercado em função da análise de tendências;
- direcionar os programas de ação para o planejamento estratégico do desenvolvimento do setor;
- analisar o efeito multiplicador do turismo no cenário econômico do município;
- organizar o setor de turismo na estrutura administrativa do setor público;
- hierarquizar e priorizar os atrativos e conjuntos existentes para sua utilização otimizada e ordenada;

- servir como fonte de pesquisa e consulta aos empresários, aos estudantes e à comunidade em geral, interessados na atividade turística do município (CONCEIÇÃO DA BARRA -ES, 2005, p. 10).

Figura 10: Mapa do município de Conceição da Barra-ES



Fonte: Instituto Jones dos Santos Neves. Disponível em <http://www.ijsn.es.gov.br>

Possui um dos maiores carnavais de rua do Espírito Santo, que a cada ano atrai centenas de foliões de várias partes do Brasil. Os principais pontos turísticos são: a Praia do Farol, a Praia da Barra no centro, a Praia da Guaxindiba, a 3 km do centro, o manguezal, com um rico ecossistema ainda preservado, a praia deserta de Riacho

Doce e o Parque Estadual de Itaúnas que se localiza a 29 km da sede do município, tendo como principal atração o Rio Itaúnas, o Forró e as Dunas. Na praia de Itaúnas é possível observar a soltura dos filhotes de tartarugas do Projeto Tamar e no mês de julho é realizado o Festival Nacional de Forró. No aspecto cultural, destacam-se as tradições do Ticumbi, Alardo, Reis de Boi, Pastorinhas e Jongo, entre outras, e o artesanato é conhecido pelas esculturas de madeira. O balneário é conhecido também como Capital do Forró. O acesso ao município é realizado pela BR-101.

Além do carnaval, o Festival Nacional de Forró de Itaúnas é o grande responsável pela demanda turística do município, que aumenta durante o festival que ocorre em julho e na temporada de verão.

### III – CAPÍTULO

## **OS MUNICÍPIOS E A ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS**

Os procedimentos que envolveram a análise dos dados foram a constatação (coleta) de informações e a tabulação dos 09 (nove) municípios da Região do Verde e das Águas, para assim discutir sobre o problema e divulgar sugestões que o resolvam ou o amenizem.

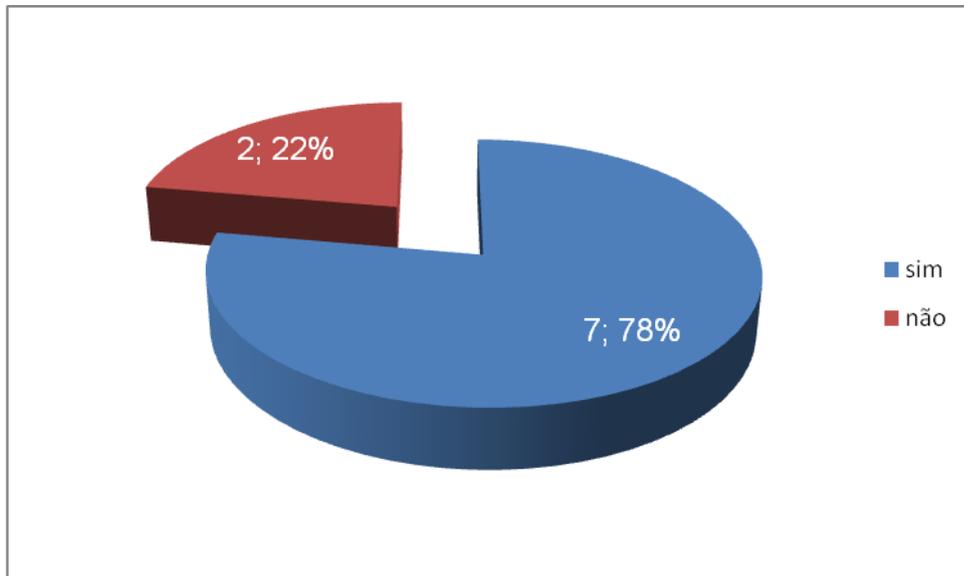
### 3.1 TABULAÇÃO DOS DADOS

Os dados da pesquisa foram mensurados em gráficos de pizza 3-D exibindo a contribuição de cada valor para um total. Entretanto, outras análises foram realizadas em formato de texto, quando a representação do resultado se deu em percentuais de cem por cento, tanto no sentido positivo quanto negativo, dispensando a configuração gráfica.

Sobre a Organização Municipal do Turismo, os resultados da pesquisa nos revelam uma realidade que atende aos requisitos de Órgãos de Turismo, já que oficialmente estes órgão podem ser secretarias sejam elas específicas ou não, ou apenas uma Coordenação de Turismo, ou seja, os nove municípios da região responderam que possuem este órgão. Apenas os municípios de Linhares, São Mateus e Jaguaré (criada recentemente) possuem Secretarias de Turismo. Nos demais municípios o turismo está inserido dentro das Secretarias de Cultura, Cultura e Esporte e Lazer ou Cultura e Juventude como o caso de João Neiva.

Como integrante da região há mais de dez anos e presidente da mesma há três anos, percebe-se que se torna inviável trabalhar o turismo de forma prioritária e planejada quando se tem várias pastas geridas por um único gestor. Um exemplo simples são as ausências destes gestores/secretários nas reuniões e eventos da região, já que gerir várias pastas ao mesmo tempo torna inviável a participação dos mesmos nas discursões regionais referentes ao planejamento do turismo.

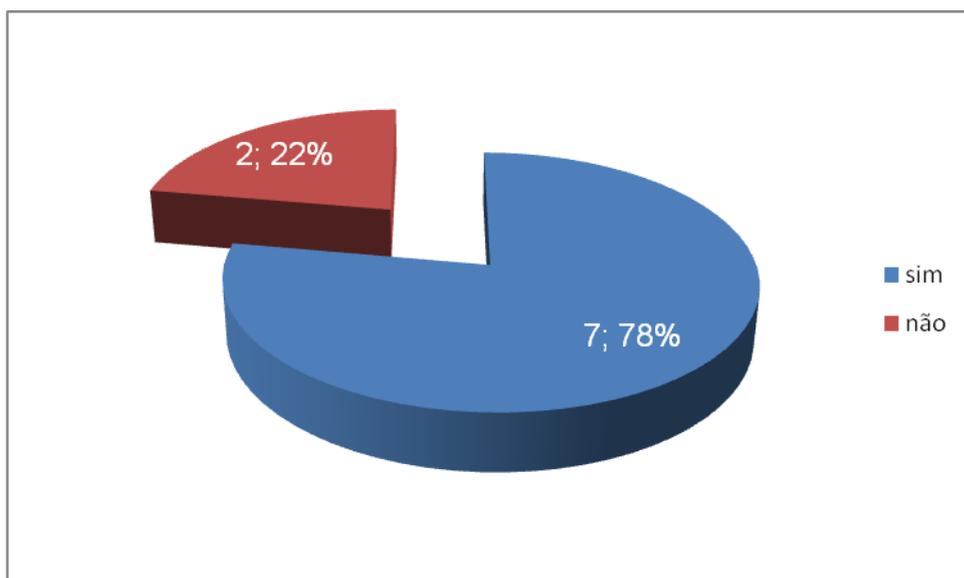
Gráfico 1: Possui Orçamento Destinado ao Turismo.



Conforme aponta o gráfico 1, somente Rio Bananal e Sooretama responderam que não possuem orçamento destinado ao Turismo. Os demais municípios que totalizam (7,78%) responderam afirmativamente a esta questão.

Dotação orçamentária<sup>2</sup> é fundamental para o desenvolvimento de ações planejadas, quer sejam estruturais ou relacionadas aos eventos realizados pelo município.

Gráfico 2: Possui Funcionário Efetivo de Nível Superior para Trabalhar com Turismo.



<sup>2</sup> É a soma de importâncias consignadas no orçamento para atender ao pagamento de certa ordem de serviços públicos.

O gráfico 2 nos mostra que o município de João Neiva e Rio Bananal responderam que não possuem Funcionário Efetivo de Nível Superior para Trabalhar com Turismo, assim como no gráfico anterior os demais municípios que totalizam (80%), responderam afirmativamente a esta questão.

O questionário que foi aplicado na região do Verde e das Águas e encontra-se anexo ao trabalho é de autoria do Ministério do Turismo, este aborda apenas a formação superior de forma generalizada, aflinge aos turismólogos<sup>3</sup> o fato da formação específica até então não regulamentada apenas reconhecida não ter sido avaliada no item da pesquisa em questão, já que os mesmos frequentaram a academia por quatro anos na busca de contribuir para o setor, seja ele público ou privado e não foram levados em consideração quanto aos números neste quesito da pesquisa.

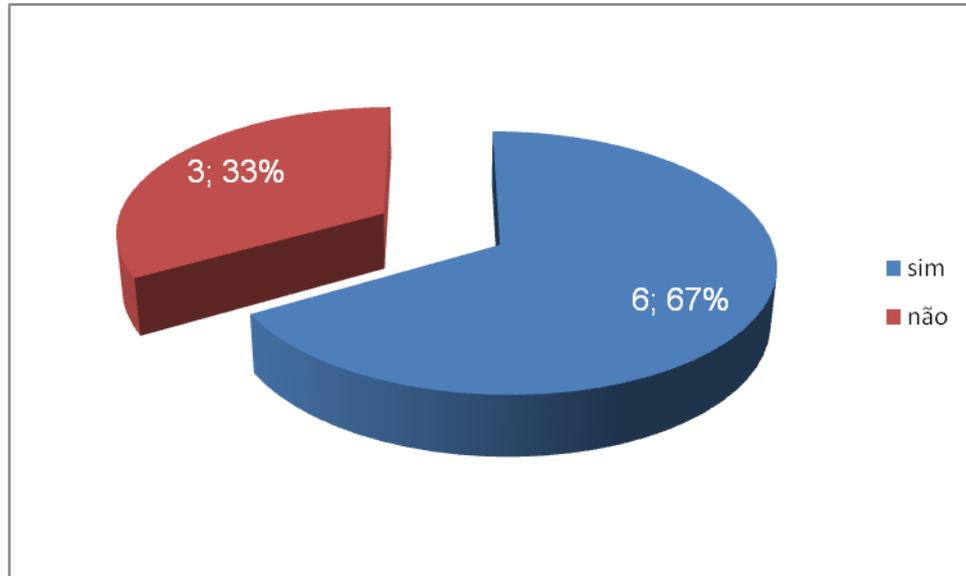
Sobre o percentual dos municípios da região com infraestrutura básica para atendimento ao turista, as pesquisas destacaram que todos estão preparados para receber os turistas que forem aos seus municípios. Porém, somente no que diz respeito ao primeiro atendimento, pois nem todos possuem corpo de bombeiros, hospitais e delegacia de proteção ao turista. Todos foram unânimes em dizer que não possuem casa de câmbio e que os serviços são realizados via agência bancária. Apesar das respostas positivas na maioria dos itens, o que foi dado como negativo também faz parte do quesito suporte básico para a acolhida aos turistas.

Percebeu-se em relação à organização básica do turismo que os municípios estão se preparando, mesmo porque este quesito refere-se primeiramente ao bem estar da população residente, ou seja, uma cidade só é boa para o turista se ela for boa para o morador, entretanto ainda é o início da apresentação dos dados.

---

<sup>3</sup> Turismólogo é o profissional que conhece, analisa e estuda o turismo em sua totalidade. A profissão foi reconhecida no Brasil em 19 de janeiro de 2012.

Gráfico 3: Possui Conselho Municipal de Turismo ativo.



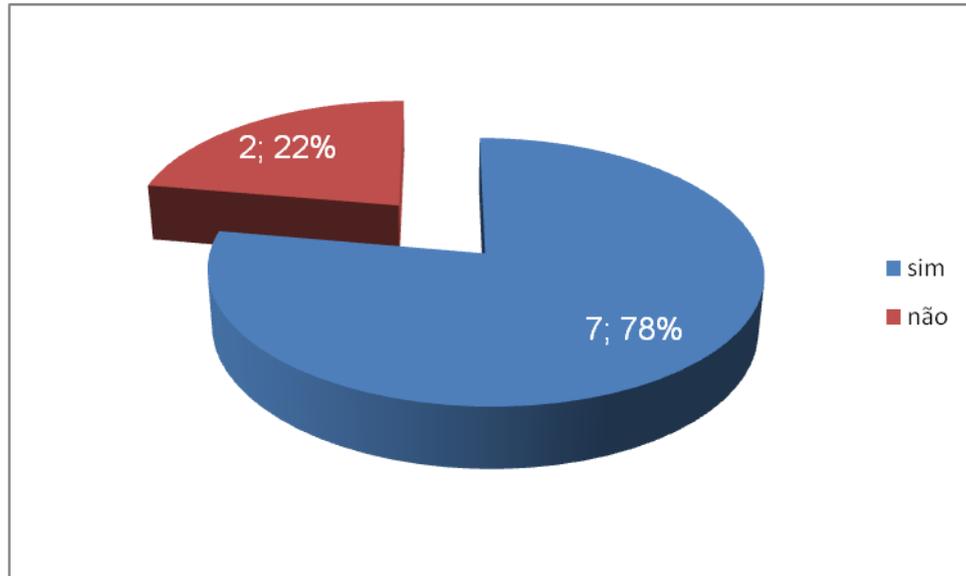
O gráfico 3 nos diz que a maioria respondeu que não possui Conselho Municipal de Turismo ativo, (67%) dos 9 entrevistados, apenas (33%) têm este órgão ativo, que é de relevante fundamentação e organização do turismo de cada município.

Todos os conselhos apontados no gráfico (100%) são consultivos e não deliberativos o que desestimula a participação dos conselheiros que frequentemente não comparecem às reuniões ordinárias para as quais são convocados, ocasionando uma constante mudança dos membros que compõem o conselho.

Para que um conselho funcione realmente na prática, seus membros ou representantes devem participar ativamente de todas as atividades do município que abordem o tema turismo. Além disso, é necessário ter tempo disponível para o empenho na causa, ou seja, envolver-se nos projetos e comprometer-se com os resultados, tempo este escasso para os conselheiros, já que a maioria é composta por empresários da área, com seu tempo comprometido com seus afazeres diários.

Vale ressaltar que em quase todos os municípios o conselho existe apenas formalmente já que é uma exigência do Ministério do Turismo, porém, uma parte como aponta o gráfico 3 não se encontra ativa.

Gráfico 4: Possui Plano de Turismo sendo executado

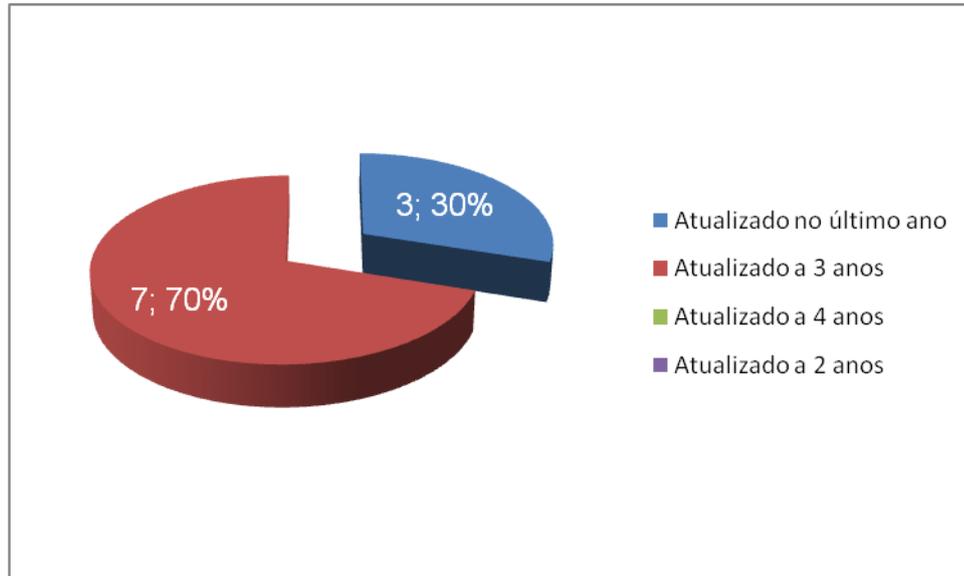


O gráfico 4 que corresponde ao Plano de Turismo, nos informa apenas sobre o quantitativo, porém, o último Plano Municipal foi elaborado em 2009 pelo Governo Estadual, contudo os municípios de Linhares, Sooretana, Rio Bananal e Aracruz não foram contemplados ou não concluíram os trabalhos que foram propostos pelo plano para a elaboração do mesmo. Os municípios que o possuem informaram (78%), a maioria, que não o executa, pois a minoria, (22%) apenas o coloca em prática.

Quando se responde que possui um plano sendo executado, entende-se que foi elaborado com base no plano do Ministério do Turismo e da Secretaria Estadual de Turismo ambos são as referências para a elaboração do Plano Municipal de Turismo, entretanto, elaborar o plano não garante a execução do mesmo o que nos valida o item da pesquisa em questão.

O plano é uma ferramenta importante, pois possibilita identificar a vocação turística do município, entender a situação atual, com suas oportunidades e ameaças, estabelecer aonde se quer chegar, bem como traçar as ações necessárias para que o município desejado seja realidade. Não possuir ou possuir e não executar o plano de turismo compromete o desenvolvimento da região.

Gráfico 5: Possui Inventário da Oferta Turística

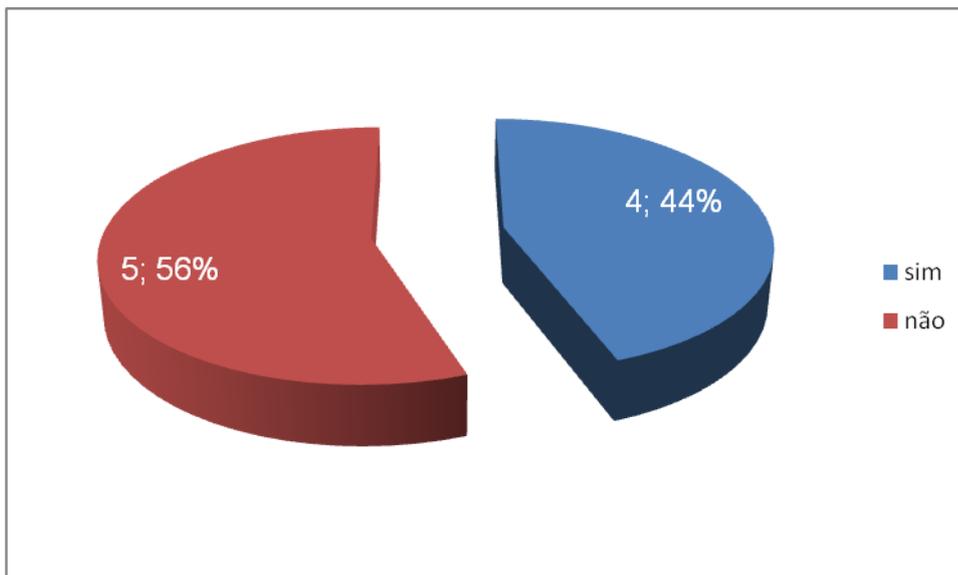


As respostas aos questionamentos do gráfico 5 esclareceram que em relação ao Inventário da Oferta Turística, apenas dois quesitos foram marcados. A maioria (70%) afirmou que possui inventário e atualizado a cada 3 anos. O segundo grupo (30%) disse que possui e foi atualizado no último ano. Atualizado a cada 2 e 4 anos não foram apontados na pesquisa. Somente João Neiva e Rio Bananal informaram não possuir o inventário, portanto o gráfico acima refere-se apenas aos demais municípios (7).

A última tentativa de atualizar o inventário foi realizada pelo Ministério do Turismo em parceria com as Secretarias Estaduais e Instituições de Ensino em 2008, porém o trabalho não foi concluído. As atualizações apontadas no gráfico foram realizadas pelas Secretarias Municipais, e em alguns casos apenas os itens inventariados foram os meios de hospedagem e alimentação.

Ressalta-se a importância do Inventário também como diretriz de organização turística, já que este é considerado a “base da casa”, pois facilita o mapeamento e a identificação dos atrativos e dos equipamentos turísticos, bem como a infraestrutura local.

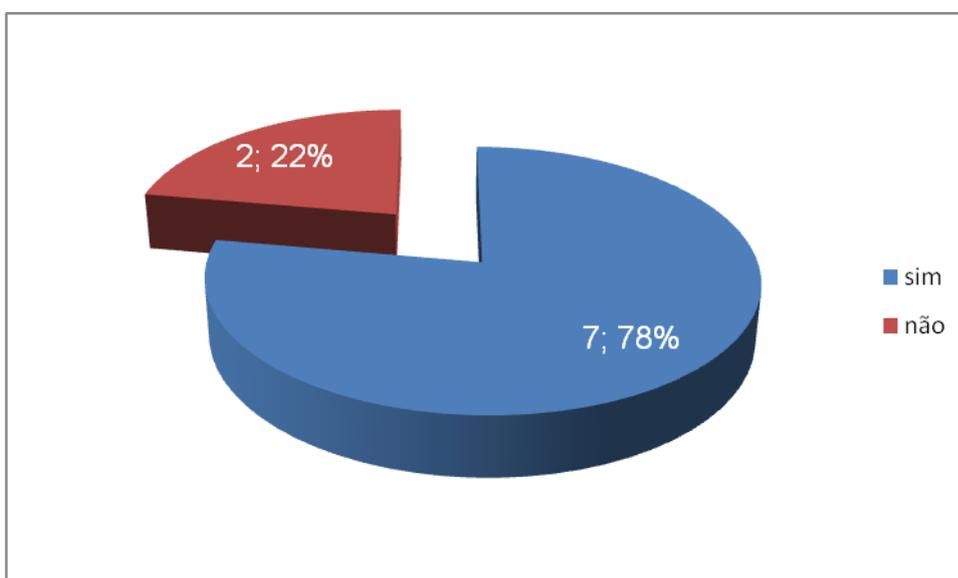
Gráfico 6: Possui Lei de Proteção Histórico-Cultural.



Acerca do gráfico 6, um total de (56%) dos entrevistados declararam que não possuem a Lei de proteção do patrimônio histórico-cultural; e (44%) disseram possuir esta Lei. Observa-se que todos os municípios possuem atrativos culturais edificados, bem como, manifestações culturais, porém ainda não despertaram para a importância da proteção legal destes bens.

Declara-se como um retrocesso não possuir uma legislação que ampare as necessidades do patrimônio histórico, bem maior de um município.

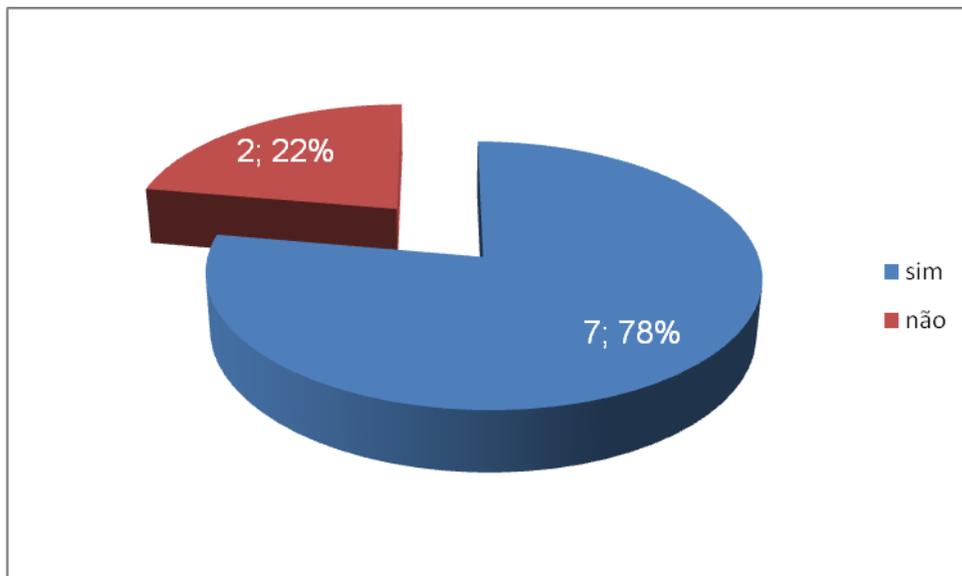
Gráfico 7: Possui Lei de Proteção do Patrimônio Ambiental



O gráfico 7 que faz referência à Lei Ambiental, (78%) responderam que possuem a referida Lei e (22%) disseram não possuir. Esta ação é bastante significativa, pois indica que a governabilidade local se preocupa com ocorrência contra o meio ambiente.

Todos os municípios da região possuem atrativos naturais que podem ser explorados turisticamente, este resultado é bastante animador para quem deseja trabalhar este segmento.

Gráfico 8: Possui política educacional municipal que contemple aspectos pedagógicos correlacionados ao turismo, ao meio ambiente e ao patrimônio cultural.



No gráfico 8 os dados foram contundentes, tanto neste quanto no gráfico 9, onde o mesmo percentual de maioria (78%) indicou que possui em sua administração turística a política educacional municipal que contemple aspectos pedagógicos correlacionados ao turismo, ao meio ambiente e ao patrimônio cultural. Este dado é importante, pois marca agregar o turismo a uma ação educacional, de forma que se valorizem os bens materiais locais.

Grande parte dos municípios respondeu que possui política educacional municipal que contemple aspectos pedagógicos correlacionados ao turismo, ao meio ambiente e ao patrimônio cultural, e que são desenvolvidos pelas secretarias afins, como de cultura e meio ambiente. Somente o município de São Mateus possui um programa

Educação para o Turismo”, que foi criado pela Secretaria de Turismo e possui ações junto às demais secretarias que estão envolvidas diretamente com o desenvolvimento do mesmo no município.

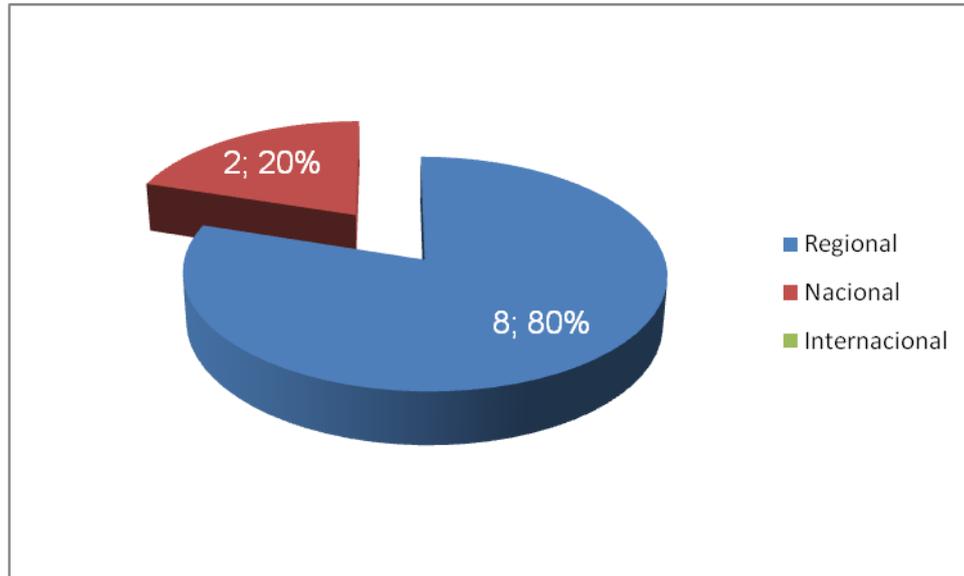
Quando questionados se possuíam um plano de *marketing*, apresentou-se uma situação de respostas unânimes, onde todos os 9 municípios entrevistados assumiram que não possuem Plano de *Marketing*. Dessa forma, como podem divulgar algo, se não há projeto neste sentido, lançando mão da oportunidade.

O Plano de *Marketing* é um dos grandes gargalos dos municípios no que se refere à promoção de seus atrativos, perfil do turista, informações sobre o mercado emissor, gastos dos turistas, entre outros. Ele é uma ferramenta fundamental e faz parte do planejamento municipal.

Em meados de 2014, foi apresentado às 10 Regiões Turísticas do Espírito Santo, a comunidade e aos empresários do setor turístico, o Plano Estadual de Marketing “Destino ES 2025” ainda na fase final de elaboração. O Plano apresenta uma análise dos pontos negativos e positivos da região, bem como aponta onde o Governo do Estado deve investir, ou seja, nos municípios quais atrativos estão preparados para receber recurso. Durante a apresentação houve vários questionamentos por não constar como prioridade de investimento do Estado, atrativos relevantes para os municípios e que já existe demanda.

Questiona-se também o fato da consultoria contratada ter tido pouco tempo para conhecer os municípios da região, chegando ao ponto de não conhecer todos os seus atrativos e realizar apenas uma pesquisa em sites ou bibliografias. Entende-se que o material será de grande valia para o planejamento, mas que se faz necessária uma revisão do mesmo.

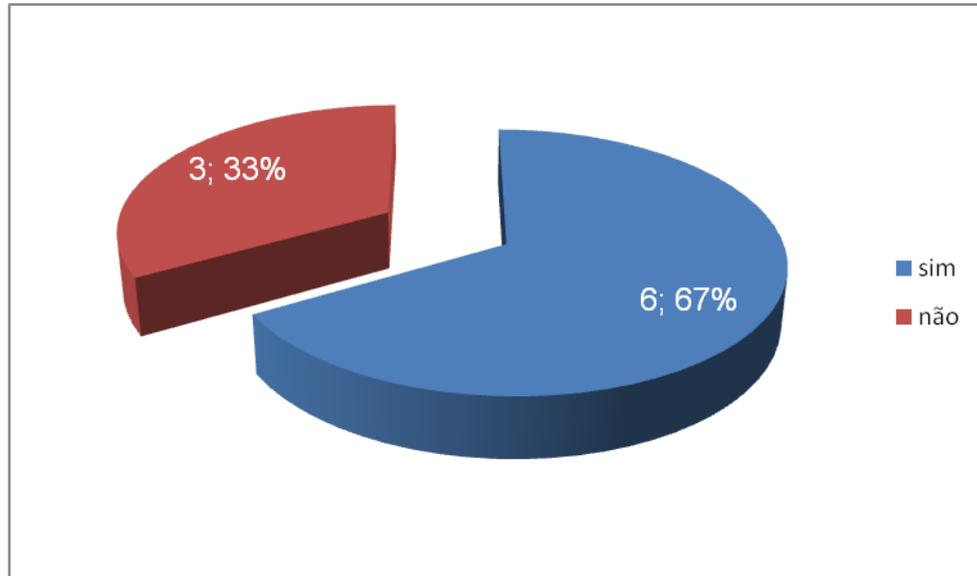
Gráfico 9: Participa de eventos



O gráfico 9 informa que independente de investir em *marketing* os municípios apresentam seus produtos em eventos regionais que participa, pois (80%) assim declararam; (20%) avançam para participação de eventos nacionais. Nenhum município ainda se aventurou nos eventos internacionais, o que deixa o turismo restrito apenas à localidade.

Com exceção de Sooretama, todos os demais municípios participam da Expotur, evento turístico que acontece todos os anos na capital Vitória ES, onde todas as 10 regiões se fazem presentes com seus produtos gastronômicos, culturais e turísticos. A este evento se deve o resultado positivo do gráfico. O evento nacional (20%) que alguns participam, porém, não todos os anos, é o da ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens, com o nome de “Feira das Américas”, que acontece todos os anos em São Paulo.

Gráfico 10: Os atrativos turísticos são explorados turisticamente.



O gráfico 10 nos informa que apesar de a maioria não investir em promoção, grande parte dos gestores afirmaram (67%) que os atrativos turísticos do município são explorados turisticamente, mesmo que sem uma devida organização.

Vale ressaltar que nem todos possuem produtos turísticos formatados, apenas atrativos, o que não garante a visita já que estes não se encontram estruturados para receber o turista.

Outro agravante é a ausência de Agências de Receptivo Turístico. Os municípios foram unânimes em responder que em sua cidade ninguém explora comercialmente esta fatia do mercado, alguns possuem apenas agências de emissivo, dificultando assim a exploração dos atrativos.

Quanto aos Centros de Informações Turística, também relevantes para a comercialização dos atrativos, apenas Aracruz e São Mateus responderam que possuem. Na falta de um receptivo, os centros de informações auxiliam nas visitas, principalmente as demandas espontâneas que predominam nesta região.

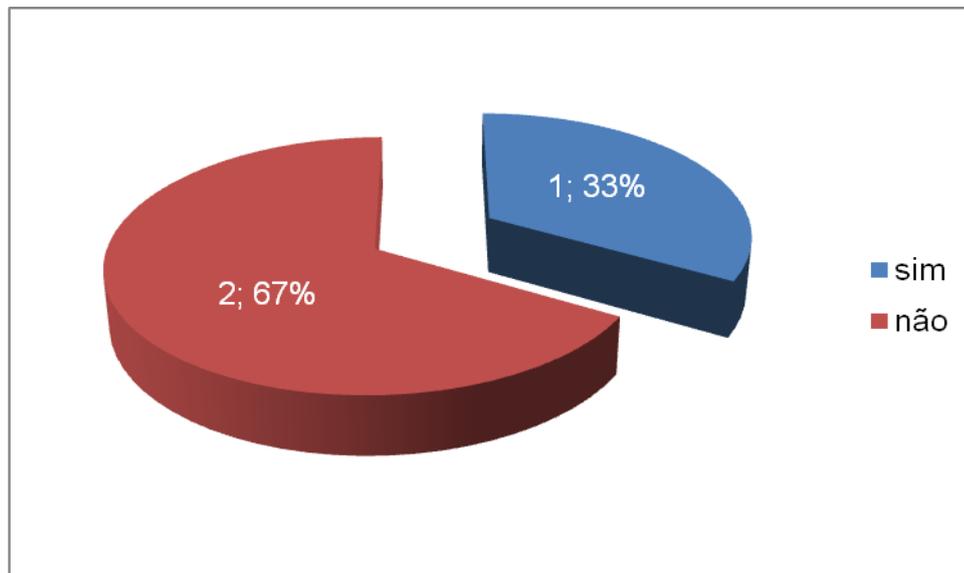
### 3.1.1 - ANÁLISE ESPECÍFICA DOS MUNICÍPIOS DE RIO BANANAL, JAGUARÉ E SOORETAMA.

Para melhor compreensão dos motivos pelos quais os municípios de Rio Bananal, Jaguaré e Sooretama apresentam baixo desenvolvimento turístico, elenca-se abaixo as principais dificuldades identificadas na pesquisa que contribuem para o seu inexpressivo desenvolvimento turístico na Região do Verde e das Águas.

Quando questionados na pesquisa se possuíam órgão oficial de turismo, os três municípios responderam que possuem, porém somente Jaguaré possui uma Secretaria de Turismo criada em 2014, Rio Bananal como órgão oficial possui a Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer e Sooretama Secretaria de Esporte, Lazer, Cultura e Turismo.

Percebe-se que quanto mais pastas o gestor acumula, menor é sua atuação nos projetos relacionados ao desenvolvimento do turismo, já que estes demandam de um planejamento estratégico cujo retorno será em longo prazo.

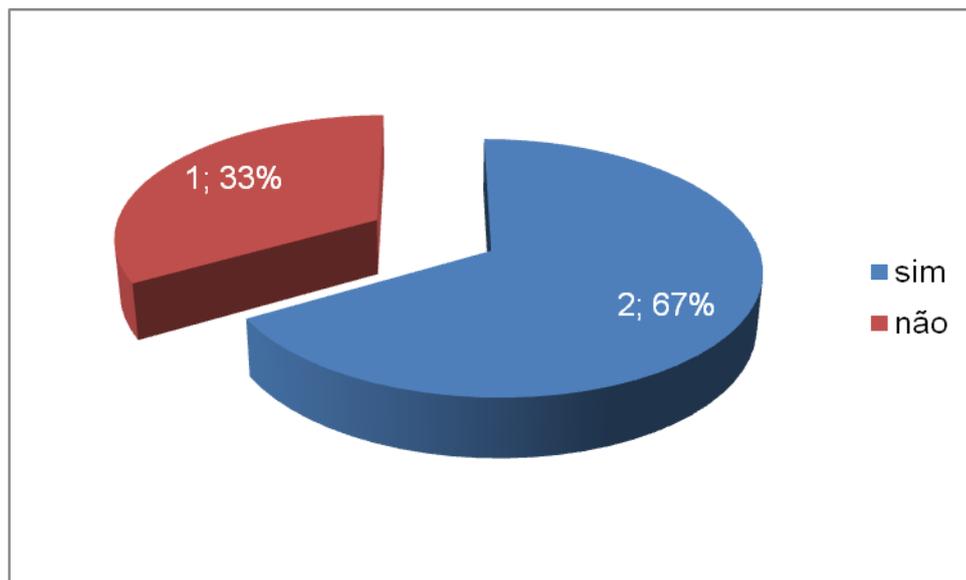
Gráfico 11: Possui Orçamento Destinado ao Turismo.



O gráfico 11 aponta que Jaguaré respondeu afirmativamente a este quesito, enquanto Rio Bananal e Sooretama responderam não possuir orçamento destinados ao turismo. Sem recurso destinado à manutenção dos projetos, programas e ações, não tem como se trabalhar o turismo de forma planejada, já que para se planejar e

executar ações, se faz necessário uma dotação a ser disponibilizada para um propósito específico. Percebe-se que os investimentos são realizados por demanda, ou seja, quando esta surge, remaneja-se de outra pasta o valor a ser empregado na ação.

Gráfico 12: Possui Funcionário Efetivo de Nível Superior para Trabalhar com Turismo.



O gráfico 12 informa que Sooretama e Jaguaré responderam que sim, enquanto Rio Bananal respondeu negativamente a este item da pesquisa.

Os conhecimentos acadêmicos são extremamente importantes para o desempenho das organizações, quer sejam privadas ou públicas, alinhar este conhecimento com o empírico ainda é um grande desafio para a gestão pública.

Os três municípios responderam afirmativamente à questão acerca do percentual de municípios da região com infraestrutura básica para atendimento ao turista, porém, questiona-se se os mesmos estariam preparados para receber uma demanda maior destes serviços, que seria a demanda turística.

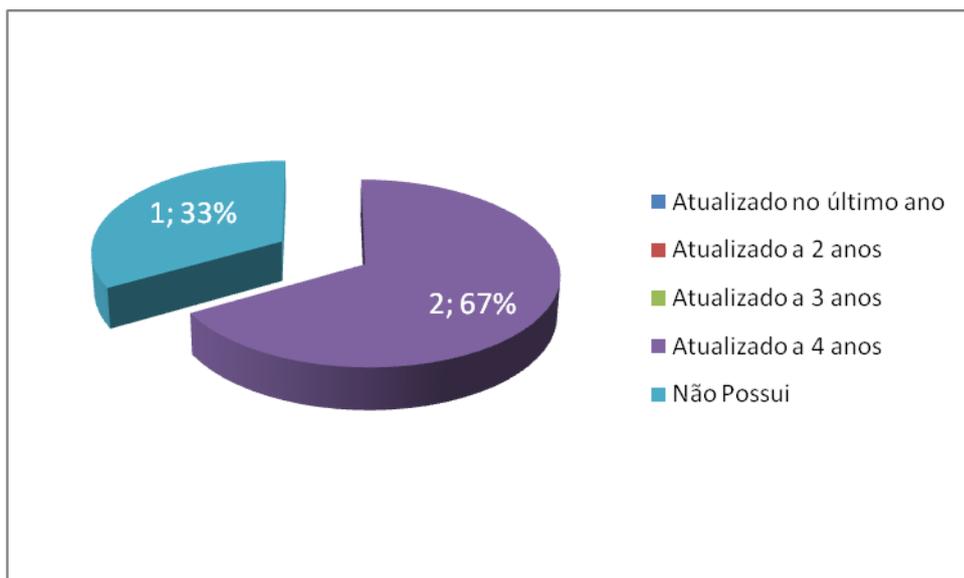
Considera-se Infraestrutura básica os equipamentos urbanos que escoam as águas pluviais, iluminação pública, redes de esgoto sanitário e abastecimento de água potável, e de energia elétrica pública e domiciliar e as vias de circulação

pavimentadas ou não, ou seja, os quesitos necessários para o bem estar da população residente.

Quando questionados na pesquisa acerca de possuir conselho municipal de turismo ativo, obteve-se como resultado resposta negativa para todos os três municípios, ou seja, não possuem Conselho Municipal de Turismo ativo. Esta resposta unânime dificulta a gestão participativa proposta pelo Plano de Turismo e da regionalização, pois inserir as comunidades, os empresários, as Organizações Não Governamentais e demais instituições ligadas ao turismo é de extrema importância para o sucesso do mesmo no local onde está sendo desenvolvido.

O item da pesquisa que fez referência ao plano de turismo sendo executado, como resposta Rio Bananal e Sooretama informaram que não possuem o Plano Municipal de Turismo, dos três apenas Jaguaré possui, porém não o utiliza como ferramenta de planejamento do turismo em seu município, ou seja, a resposta dos três municípios foram negativas quanto à execução do plano. Ressalta-se que o plano possibilitaria a estes municípios traçar metas, planejar ações e estabelecer diretrizes para o desenvolvimento social e econômico do turismo em suas cidades. A falta ou não uso do Plano aponta que nestes locais as ações que por ventura ocorrem na área do turismo são realizadas através de demandas e não de planejamento.

Gráfico 13: Possui Inventário da Oferta Turística.

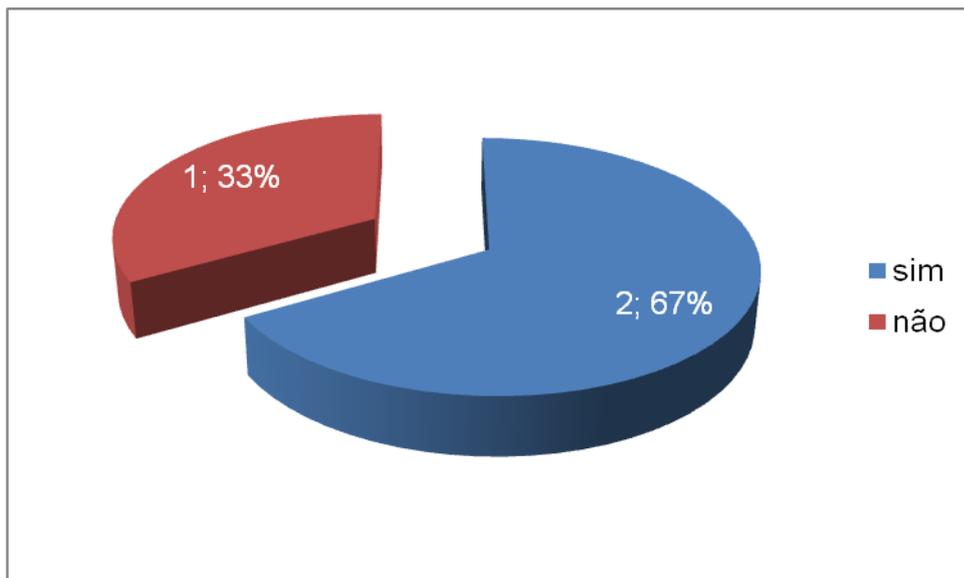


O gráfico13 informa que Jaguaré e Sooretama responderam possuir e que este foi atualizado há 4 anos, somente Rio Bananal não possui o Inventário Turístico.

O Inventário Turístico é um documento fundamental para o mapeamento e a identificação dos atrativos e dos equipamentos turísticos, bem como a infraestrutura local. Possuir um inventário desatualizado e não possuir dificulta o desenvolvimento do turismo nestes municípios.

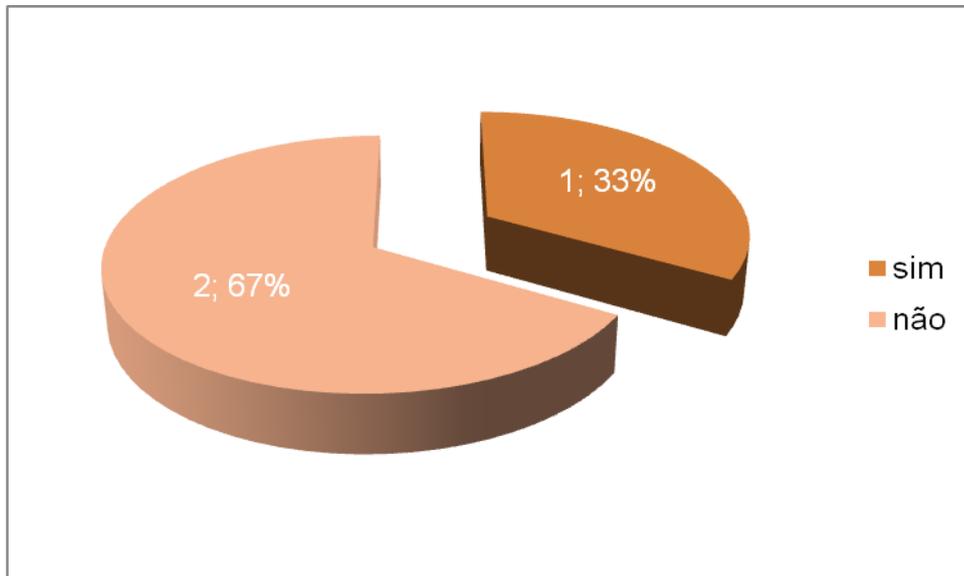
Quanto a possuir lei de proteção histórico-cultural, os três municípios foram unânimes em responder negativamente a este questionamento da pesquisa. Essa realidade, não possuir lei de proteção histórico-cultural, mostra que é preciso que despertem para a importância da preservação de seus atrativos histórico-culturais.

Gráfico 14: Possui Lei de Proteção do Patrimônio Ambiental.



O gráfico 14 informa que Jaguaré e Sooretama possuem Lei de Proteção do Patrimônio Ambiental, somente Rio Bananal respondeu negativamente a este item da pesquisa. A preocupação com a conservação do patrimônio natural é um tema vigente nos dias atuais, principalmente no que tange ao turismo, já que o ambiente natural é considerado um recurso turístico. Espera-se diante do contexto mundial que Rio Bananal avance nesta discussão.

Gráfico 15: Possui política educacional municipal que contemple aspectos pedagógicos correlacionados ao turismo, ao meio ambiente e ao patrimônio cultural.

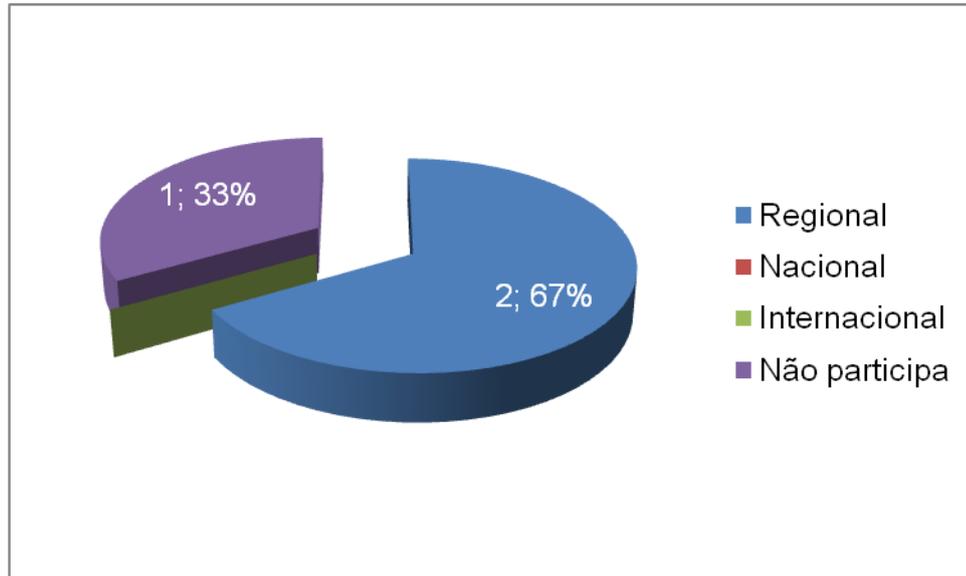


O gráfico 15 que analisa as políticas educacionais municipais que contemplam aspectos pedagógicos correlacionados ao turismo, ao meio ambiente e ao patrimônio cultural, informou que Jaguaré e Sooretama possuem estas políticas, somente Rio Bananal respondeu não possuir.

Por ser o turismo um tema transversal, ele deve relacionar-se no mínimo com o meio ambiente e com a cultura, pois a atividade turística impacta diretamente no meio ambiente e na cultura local. Não trabalhar estes temas na educação pode ocasionar impactos negativos ao meio ambiente.

Quando questionados acerca do plano de *marketing*, apresentou-se uma situação de respostas unânimes, os três responderam não possuir o plano. Identifica-se que não há um planejamento estratégico da comercialização e divulgação dos atrativos turísticos destes municípios, assim como desconhecem quais são suas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades, para que possam estabelecer metas, objetivos e procurar conhecer as necessidades e os desejos dos turistas que visitam sua cidade.

Gráfico 16: Participa de eventos.



De acordo com o gráfico 16, percebe-se que os três municípios não participam de eventos nacionais e internacionais. Apenas Rio Bananal e Jaguaré participam de eventos regionais e Sooretama não participa de eventos. O resultado justifica o fato destes municípios por não divulgarem seus atrativos, receberem pouca demanda turística.

Questionou-se também se os atrativos turísticos destes municípios são explorados turisticamente. Os dados consolidados na pesquisa apontam que os três municípios não exploram turisticamente seus atrativos. Nota-se que possuir atrativos não garante a visitação, já que alguns destes atrativos não se encontram estruturados para receber o turista.

## CONCLUSÕES

O Ministério do Turismo criou e vem implementando o Programa de Regionalização do Turismo, pelo qual os municípios são incentivados a um trabalho conjunto de estruturação e promoção, no qual cada peculiaridade local pode ser contemplada, valorizada e integrada num mercado mais abrangente.

Embora a política de fomento ao turismo tenha evoluído da escala da localidade para a da região, o papel do município foi fortalecido. Por um lado, esse fortalecimento é percebido com o aumento das perspectivas de resultados positivos, e, por outro lado, verifica-se que as responsabilidades e a cooperação são ampliadas ao se conduzir os processos locais entre os municípios da região.

Nesse sentido, enfatiza-se o papel do município como ente articulador e indutor da promoção do turismo, na localidade e na região.

Diante do exposto, a pesquisa realizada acerca da avaliação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, na Região Turística do Verde e das Águas, no que diz respeito à estruturação do produto turístico da região, aplicada nos municípios de Jaguaré, Rio Bananal e Sooretama, como resultado nos mostrou:

- 1) Uma “fragilidade local”, no que tange à estruturação do produto turístico, o que acaba ocasionando uma ruptura na região.

A proposta da dissertação para esta situação seria trabalhar de forma planejada e estratégica os atrativos existentes, para que estes possam vir a ser explorados como produto turístico.

O item 32 da pesquisa “Atrativos Turísticos” aplicada nos três municípios fundamental para que a atividade turística aconteça, pois sem atrativo não há demanda, o resultado nos mostrou:

- 2) Possuem, mas não são explorados turisticamente, ou seja, não são ofertados no mercado turístico.

A proposta da dissertação para este item seria intensificar a participação em eventos que promovem o turismo, para que se possa divulgar o atrativo e trocar experiências

com municípios de outras regiões que avançaram nas questões do turismo e com isso incentivar a criação de roteiros turísticos.

De acordo com Ignarra (2003), a oferta turística:

É constituída por um conjunto de elementos que conformam o produto turístico, os quais, isoladamente, possuem pouco valor turístico (ou nenhum) ou têm utilidade para outras atividades que não o próprio turismo. Mas, se agrupados, podem compor o que se denomina produto turístico (IGNARRA, 2003, p. 50).

Esses elementos citados por Ignarra (2013) são os bens e serviços necessários para atender à satisfação do consumidor são a matéria-prima do produto turístico e são compostos por: produtos alimentícios, produtos de uso nas instalações turísticas, materiais esportivo e de limpeza, além de prestação de serviços, tais como o receptivo a acolhida, a informação.

Conforme o autor, junto a esses elementos é necessário acrescentar:

Os serviços auxiliares, assim considerados porque complementam a oferta principal e são constituídos por viagem, alojamento, alimentação e atrações, entre outros. Assim, compõem também esses serviços auxiliares os equipamentos comerciais e industriais, lavanderias, livrarias, cinemas, lojas de locação de veículos, guias turísticos e organizadores de eventos, além de empresas de engenharia, consultoria, seguro etc. (IGNARRA, 2003, P. 51).

Aos quesitos da pesquisa centro de informações turísticas e agência de receptivo, referentes à infraestrutura turística, os três municípios informaram:

- 3) Não possuir, o que dificulta a acolhida e informação apontada pelo autor como matéria-prima do turismo.

A proposta da dissertação para este quesito seria a criação de um CIT - Centro de Informações Turísticas e estimular a um empreendedor ou guia de turismo a investir numa agência de receptivos.

Quanto a hospedagens, também considerada infraestrutura turística, o quantitativo informado é insuficiente para receber uma demanda turística:

- 4) Sooretama, apenas dois hotéis, e Rio Bananal e Jaguaré três.

A proposta da dissertação a este item já que a demanda ainda não é grande, seria investir no seguimento Cama e Café<sup>4</sup>, seria uma forma de democratizar a hotelaria, pois mais pessoas poderão participar da atividade de hospedagem mesmo sem pertencer a uma rede hoteleira e sem ser proprietário de hotéis.

Outra questão que chama atenção é a falta de formação para o turismo, culminando na contratação de pessoal sem qualificação para o cargo, que vai desde o serviço administrativo até o Secretário de Turismo.

A falta de infraestrutura, mesmo quando as respostas foram positivas nos atendimentos primários e básicos é uma marca negativa, pois muitos municípios ainda não avançaram cem por cento em saneamento básico e em saúde da população, o que indica falta de um planejamento estratégico consistente. Porém essas ações devem ser implementadas gradualmente e anualmente, e não apenas na urgência em referência aos períodos de alta estação turística, já que se referem a ações ligadas ao dia a dia dos moradores locais.

O interesse da administração municipal, estadual e federal, ou seja, as três esferas que agem como articuladoras e indutoras da promoção do turismo é que deveria ser colocados como uma ferramenta que impulsionasse o turismo para adiante, o que geraria mais recursos retornando aos cofres públicos em épocas turísticas. Percebe-se, no entanto, que os gestores não priorizam o órgão destinado a trabalhar o turismo, seja ele oficial ou não, chegando em alguns casos a destinarem recursos somente ao segmento de eventos, como se desconhecêssem os demais segmentos, obras de infraestrutura e ações que poderiam ser trabalhadas, bem como, a cadeia produtiva que o compõe.

Outra questão a ser abordada no que diz respeito à gestão pública em todos os municípios da região, é sua descontinuidade de administração, já que toda política pública depende do setor ao qual ela se refere. Dessa forma, dar andamento aos programas, projetos e ações que estão em transição de governos torna-se inviável.

Essa pesquisa abordou apenas uma dimensão do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que foi a Estruturação de Produtos Turísticos,

---

<sup>4</sup> Meio de hospedagem oferecido em residências, com no máximo três unidades habitacionais, para uso turístico, em que o dono more no local, com café da manhã e serviço de limpeza.

mostrando que dentro do Programa de Regionalização este tema não está concluído, abrindo espaço para se analisar outras dimensões, tais como: Desenvolvimento do Turismo na Região Turística; Gestão Compartilhada do Turismo na Região; Implementação da Estratégia do Programa de Regionalização. Certamente a análise completa de todas as dimensões viria minimizar desacertos futuros na região.

Beni (2006) afirma que “espaço turístico é o resultado da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não podemos esquecer são a matéria-prima do turismo. [...]”. O autor dá sustentação ao problema levantado no que tange a estruturação de produtos turísticos na Região do Verde e das Águas.

- 5) Os resultados da pesquisa mostram que os três municípios que não consolidaram seus produtos turísticos possuem atrativos que podem ser transformados em produtos.

Nesse sentido, propõem-se segmento de Turismo Rural e Turismo Científico a serem trabalhados nos municípios em questão.

Para o Ministério do Turismo (2010), a “segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda”.

Segmento, do ponto de vista da demanda, é um grupo de clientes atuais e potenciais que compartilham as mesmas características, necessidades, comportamento de compra ou padrões de consumo (BRASIL apud LOVELOCK WRIGHT, 2001).

## **PROPOSTA GERAL DA DISSERTAÇÃO PARA OS MUNICÍPIOS OBJETO DO ESTUDO:**

Nesse sentido, sugere-se trabalhar nos municípios abaixo elencados a “Estruturação dos Produtos Turísticos” com os seguimentos que foram identificados na pesquisa, como mola propulsora do turismo conforme seguem os projetos.

Ressalta-se que por pertencerem a uma mesma região, os três municípios mesmo que com suas singularidades, possuem características, atrativos e demandas similares. Devido a esta peculiaridade, os objetivos e ações podem se repetir nos projetos propostos para cada município.

## **JAGUARÉ - Turismo Rural/Agroturismo.**

### **a) Descrição**

Este seguimento contribui para a revitalização econômica e social, valorizando o patrimônio e produtos locais, o que viria contribuir com o município que tem em sua economia a agricultura como mola propulsora de seu desenvolvimento. Jaguaré já dá seus primeiros passos inserindo-se no circuito rural “Encantos do Cricaré”<sup>5</sup>, mas que até o momento só participa com produtos da agricultura familiar tais como o café, vinho e mel, e mesmo assim sem agregar valor aos mesmos.

### **b) Projetos**

#### **Projeto 1 – Rotas e Roteiros Turísticos**

##### **Objetivos e ações:**

- Consolidar os Circuitos ou Roteiros Turísticos já existentes;
- Estimular a roteirização turística que atente para as características e atrativos turísticos das regiões;
- Integrar os municípios aos roteiros turísticos, através de uma capacitação direcionada;
- Desenvolver roteiros regionais e segmentados;
- Melhorar os atrativos turísticos para a formação dos roteiros.

---

<sup>5</sup> Circuito Rural que contempla os municípios de São Mateus, Nova Venécia, Vila Pavão e Jaguaré. Coordenado pelo SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural em parceria com os Municípios que fazem parte do circuito.

## **Projeto 2 – Diversificação da oferta turística**

### **Objetivos e ações:**

- Prospectar e ampliar a participação dos novos segmentos de turismo tais como o ecoturismo, a groturismo, cultural e esportivo na atração de demanda turística;
- Desenvolver estudos para a identificação de novas oportunidades de desenvolvimento de produtos turísticos;
- Qualificar a oferta turística;
- Apoiar e fortalecer a criação de RPPN – Reserva Particular do Patrimônio Natural.

## **SOORETAMA – Turismo Científico.**

### **a) Descrição:**

Identificado como atrativo na pesquisa em face da Reserva Biológica de Sooretama pertencer à categoria das Unidades de Conservação de Proteção Integral e oferecer uma diversidade em fauna e flora, bem como o bioma Floresta Atlânticas e mananciais de água naturais. Isto motiva o interesse e a realização de estudos e pesquisas científicas, demandando um público de estudantes e pesquisadores de todas as regiões do Brasil e do Mundo.

### **b) Projetos**

#### **Projeto 1 - Rotas e Roteiros Turísticos**

### **Objetivos e ações:**

- Estimular a roteirização turística que atente para as características e atrativos turísticos das regiões;
- Integrar os municípios aos roteiros turísticos, através de uma capacitação direcionada;
- Desenvolver roteiros regionais e segmentados;
- Melhorar os atrativos turísticos para a formação dos roteiros.

## **Projeto 2 - Diversificação da oferta turística**

### **Objetivos e ações:**

- Prospectar e ampliar a participação dos novos segmentos de turismo tais como o ecoturismo, agroturismo, cultural e esportivo na atração de demanda turística;
- Desenvolver estudos para a identificação de novas oportunidades de desenvolvimento de produtos turísticos;
- Qualificar a oferta turística;
- Apoiar e fortalecer a criação de RPPN – Reserva Particular do Patrimônio Natural;
- Promover o ecoturismo;
- Fomentar o Turismo pedagógico na Reserva de Sooretama;
- Sinalizar o trecho antes e de acesso a Reserva na BR 101 Norte.

## **RIO BANANAL – Turismo Rural/Agroturismo.**

### **a) Descrição:**

A pesquisa apontou dezenas de cachoeiras e represas próprias para banho, localizadas em áreas rurais, bem como a Lagoa Jesuína. Percebe-se que a sociedade vem descobrindo a importância ambiental e o valor estratégico de manutenção da paisagem rural, e passa a tratar rios, fauna e flora como elementos essenciais para o ser humano. Segundo (BRASIL 2010) “este contexto tem propiciado a revalorização do modo de vida e o surgimento de novas funções econômicas, sociais e ambientais para o espaço rural”.

### **b) Projetos**

#### **Projeto 1 - Rotas e Roteiros Turísticos**

### **Objetivos e ações:**

- Estimular a roteirização turística que atente para as características e atrativos turísticos das regiões;

- Integrar os municípios aos roteiros turísticos, através de uma capacitação direcionada;
- Desenvolver roteiros regionais e segmentados;
- Melhorar os atrativos turísticos para a formação dos roteiros.

## **Projeto 2 - Diversificação da oferta turística**

### **Objetivos e ações:**

- Prospectar e ampliar a participação dos novos segmentos de turismo tais como o ecoturismo, turismo náutico, agroturismo, cultural e esportivo na atração de demanda turística;
- Desenvolver estudos para a identificação de novas oportunidades de desenvolvimento de produtos turísticos;
- Qualificar a oferta turística;
- Apoiar e fortalecer a criação de RPPN – Reserva Particular do Patrimônio Natural;
- Estruturar o turismo náutico e ou lacustre na Lagoa Jesuína;
- Incrementar as diversas modalidades do turismo náutico.

Foram elencados aqui somente os atrativos que estes municípios possuem, por conseguinte, fortifica-se a necessidade de se estruturar produtos turísticos nos municípios em questão, haja vista que o desenvolvimento do turismo sustentável pressupõe ações planejadas e coordenadas, e para que isso aconteça se faz necessário que não ocorra exclusão e sim a integração dos nove municípios que compõem a região.

Ressalta-se ainda a importância da atualização e/ou elaboração do Plano Municipal de Turismo destes municípios, ferramenta importante para o planejamento e pesquisa acerca do turismo na região.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2006.

\_\_\_\_\_. Política e Planejamento de Turismo no Brasil. São Paulo: Aleph, 2006.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo Roteiros do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

\_\_\_\_\_. **Plano Nacional de Turismo 2003 / 2007**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

\_\_\_\_\_. PNT – Plano Nacional de Turismo 2007/2010 Uma Viagem de Inclusão. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

\_\_\_\_\_. PNT – **Plano Nacional de Turismo 2013/2016**. O turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.

\_\_\_\_\_. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Cadernos de Turismo. Conteúdo Fundamental – Ação Municipal para a **Regionalização** do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Políticas de Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

\_\_\_\_\_. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

\_\_\_\_\_. **Turismo Rural: Orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento Estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO. Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Estado do Espírito Santo 2025. Vitória: Secretaria de Estado de Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_. **Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região do Verde e das Águas – SETURES** Secretaria de Estado de Turismo do Espírito Santo. 2010.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES. **ES em Mapas**. Disponível em: <http://www.ijsn.es.gov.br/>. Acesso em 30/11/2014.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br>. Acesso em 20/11/2024.

JUSBRASIL. Dotação Orçamentária. Disponível em: - <http://jb.jusbrasil.com.br/>. Acesso em: 08/02/2015.

LÜDKE, Menga & ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo: E.P.U. Editora Pedagógica e Universitária Ltda. 1988.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2011.

\_\_\_\_\_. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

PETROCCHI, Mário. **Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 2001.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ. **Plano Municipal de Turismo**. Aracruz-ES, 2009.

\_\_\_\_\_. **Inventário de Oferta Turística do Município de Aracruz**. Aracruz-ES, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCEIÇÃO DA BARRA. **Plano Municipal de Turismo**. Conceição da Barra-ES, 2009.

\_\_\_\_\_. **Inventário de Oferta Turística do Município de Conceição da Barra**. Conceição da Barra-ES, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE IBIRAÇÚ. **Plano Municipal de Turismo**. Ibiracú-ES, 2009.

\_\_\_\_\_. **Inventário de Oferta Turística do Município de Ibiracú**. Ibiracú-ES, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARÉ. **Plano Municipal de Turismo**. Jaguaré-ES, 2009.

\_\_\_\_\_. **Inventário de Oferta Turística do Município de Jaguaré**. Jaguaré-ES, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO NEIVA. **Plano Municipal de Turismo**. João Neiva-ES, 2009.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LINHARES. **Plano Municipal de Turismo**. Linhares-ES, 2009.

\_\_\_\_\_. **Inventário de Oferta Turística do Município de Linhares**. Linhares-ES, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS. **Plano Municipal de Turismo**. São Mateus-ES, 2009.

\_\_\_\_\_. **Inventário de Oferta Turística do Município de São Mateus**. São Mateus-ES, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SOORETAMA. **Inventário de Oferta Turística do Município de Sooretama**. Sooretama-ES, 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BANANAL. **Sobre o Município**. Rio Bananal-ES, 2013. Disponível em: <http://www.riobananal.es.gov.br/> . Acesso em 13/11/2013.

## ANEXO

O questionário utilizado nesta pesquisa tem como fonte o Ministério do Turismo, manual de avaliação Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil, dimensão 2 - Estruturação de Produto Turístico.

### QUESTIONÁRIO A SER APLICADO COM OS GESTORES MUNICIPAIS DO TURISMO NOS MUNICÍPIOS DE SOORETAMA, JAGUARÉ, RIO BANANAL, SÃO MATEUS, CONCEIÇÃO DA BARRA, LINHARES, IBIRAÇÚ, JOÃO NEIVA E ARACRUZ.

Prezado Gestor, solicito sua contribuição para a realização desta pesquisa, atendendo às exigências para conclusão da minha dissertação de mestrado. Sua contribuição será valorosa para o resultado da mesma. Obrigada.

<b>1. Organização Municipal do Turismo</b>	
<b>Região:</b> Região Turística do Verde e das Águas	
<b>Município:</b>	<b>População:</b>
<b>Órgão Oficial:</b>	
<b>Endereço:</b>	
<b>Responsável pelo Turismo no município:</b>	
<b>1.1 Possui órgão Oficial de Turismo</b> ( ) SIM            ( ) NÃO	
<b>1.2 Possui orçamento Destinado ao Turismo</b> ( ) SIM            ( ) NÃO	
<b>1.3. Possui funcionário, preferencialmente efetivo de nível superior, designado para trabalhar o Turismo?</b> ( ) SIM            ( ) NÃO Quantidade: _____	
<b>2. Possui Conselho Municipal de Turismo ativo</b> ( ) SIM            ( ) NÃO	
<b>3. Possui Plano Municipal de Turismo sendo executado</b> ( ) SIM            ( ) NÃO	

<b>4. Possui Inventário da Oferta Turística</b>	
( ) SIM	( ) NÃO
Atualizado no último ano	( )
Atualizado a 2 anos	( )
Atualizado a 3 anos	( )
Atualizado a 4 anos	( )
Atualizado a 5 anos ou mais	( )
<b>5. Quantos empreendimentos turísticos estão cadastrados no CADASTUR?</b>	
50 (cinquenta) cadastros ou mais	( )
Até 45 (quarenta e cinco) cadastros	( )
Até 40 (quarenta) cadastros	( )
Até 35 (trinta e cinco) cadastros	( )
Até 30 (trinta) cadastros	( )
Até 25 (vinte e cinco) cadastros	( )
Até 20 (vinte) cadastros	( )
Até 15 (quinze) cadastros	( )
Até 10 (dez) cadastros	( )
Até 05 (cinco) cadastros	( )
Nenhum cadastro	( )
<b>6. Participação na Instância de Governança Regional</b>	
( ) Participo frequentemente	
( ) Participo de algumas reuniões	
( ) Nunca participei	
<b>GESTÃO - Políticas Públicas Municipais voltadas para o Turismo</b>	
<b>7. Possui Lei de proteção do patrimônio histórico-cultural</b>	
( ) SIM	( ) NÃO
<b>8. Possui Lei de proteção do patrimônio ambiental</b>	
( ) SIM	( ) NÃO
<b>9. Possui Política educacional municipal que contemple aspectos pedagógicos correlacionados ao turismo, ao meio ambiente e ao patrimônio cultural?</b>	
( ) SIM	( ) NÃO
<b>MERCADO</b>	
<b>10. Possui Plano de Marketing</b>	
( ) SIM	( ) NÃO

11. Integra/possui Rotas Turísticas - Circuitos Turísticos - Roteiros Turísticos?	
( ) SIM	( ) NÃO
Qual? _____	
12. Possui Agência de Receptivo	
( ) SIM	( ) NÃO
13. Possui Divulgação Virtual	
<b>13.1 Página na WEB</b>	
( ) SIM	( ) NÃO
<b>13.2 Perfil em Rede Social</b>	
( ) SIM	( ) NÃO
14. Possui Material de Divulgação impresso	
( ) SIM	( ) NÃO
15. Possui Calendário de Eventos	
( ) SIM	( ) NÃO
16. Possui Centro de Informação ao Turista	
( ) SIM	( ) NÃO
17. O município participa em eventos externos	
( ) SIM	( ) NÃO
<b>18.1 Realiza eventos</b>	( ) SIM ( ) NÃO
Regional	( )
Nacional	( )
Internacional	( )
<b>18.2 Apoia e/ou Participação em Eventos com Stand</b>	( ) SIM ( ) NÃO
Regional	( )
Nacional	( )
Internacional	( )
<b>18.3 Apoia e/ou Participação em Eventos sem Stand</b>	( ) SIM ( ) NÃO
Regional	( )
Nacional	( )
Internacional	( )
<b>18.4 Participa em Rodada de Negócios</b>	( ) SIM ( ) NÃO
Regional	( )
Nacional	( )
Internacional	( )
<b>ESTRUTURA - Infraestrutura Básica</b>	

19. Serviço de Tratamento de Água e Esgoto		
<b>19.1 Possui abastecimento de Água Potável</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>19.2 Possui esgotamento Sanitário</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>19.3 Possui Vigilância Sanitária</b>	( ) SIM	( ) NÃO
20. Serviços de Limpeza Pública		
<b>20.1 Existência de Rede Pública de Coleta de Lixo</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>20.2 Existência de Rede Pública de Coleta Seletiva do Lixo</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>20.3 Possui aterro Sanitário</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>20.4 Serviço de Varrição/Lavagem de Ruas, Calçadas e Escadarias</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
21. Possui atendimento Médico		
<b>21.1 Serviço de Atendimento Médico Hospitalar</b>	( )	

<b>21.2 Serviço de Atendimento Médico de Emergência</b>	( )	
<b>21.3 Serviço de Atendimento Ambulatorial</b>	( )	
<b>21.4 Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU)</b>	( )	
<b>22. Acessibilidade</b>		
	( ) SIM	( ) NÃO
<b>22.1 Acessibilidade em Calçadas</b>	( )	
<b>22.2 Acessibilidade em Meios de Transporte</b>	( )	
<b>22.3 Acessibilidade em Atrativos</b>	( )	
<b>23. Comunicação</b>		
<b>23.1 Serviço de Telefonia Celular</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>24.2 Serviço de Internet disponível no Município</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>24.3 Serviço de Telefonia Convencional</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>25. Serviço de Fornecimento de Energia Elétrica</b>		
<b>25.1 Abastecimento de Energia nas Áreas Urbanas</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	
<b>25.2 Abastecimento de Energia nas Áreas Rurais</b>	( ) SIM	( ) NÃO
100% de atendimento	( )	
Até 80% de atendimento	( )	
Até 60% de atendimento	( )	
Até 40% de atendimento	( )	
Até 20% de atendimento	( )	

26. Segurança Pública	( ) SIM	( ) NÃO
<b>26.1 Delegacia de Polícia Civil e/ou Militar</b>	( )	
<b>26.2 Delegacia de Proteção ao Turista</b>	( )	
<b>26.3 Corpo de Bombeiros</b>	( )	
<b>26.4 Guarda Municipal</b>	( )	
<b>26.5 Defesa Civil</b>	( )	
27. Rede de Transporte	( ) SIM	( ) NÃO
<b>27.1 Transporte Rodoviário Intermunicipal</b>	( )	
<b>27.2 Transporte Rodoviário Interestadual</b>	( )	
<b>27.3 Transporte Ferroviário/Marítimo/Fluvial/Aéreo</b>	( )	
<b>27.4 Serviço de Táxi</b>	( )	
28. Facilidades Bancárias	( ) SIM	( ) NÃO
<b>28.1 Agência Bancária</b>	( )	
<b>28.2 Caixa Eletrônico 24hs</b>	( )	
<b>28.3 Casa de Câmbio</b>	( )	
29. Meios de Hospedagem		
<b>29.1 Existência de Meios de Hospedagem</b>	( ) SIM	( ) NÃO
Quantidade _____		
<b>29.2 Existência de Meios de Hospedagem com Sistema de Gestão Sócio Ambiental</b>	( ) SIM	( ) NÃO
Quantidade _____		
30. Bares, Restaurantes e Similares	( ) SIM	( ) NÃO
Quantidade _____		
31. Espaço para Eventos	( ) SIM	( ) NÃO
Quantidade _____		
<b>ATRATIVOS TURISTICOS</b>		
<b>32. Possui Atrativos Turísticos</b>	( ) SIM	( ) NÃO
<b>32.1 Histórico/culturais</b>	( ) SIM	( ) NÃO
Quais? _____		
<b>32.1.1 São explorados turisticamente?</b>	( ) SIM	( ) NÃO
<b>32.2 Naturais</b>	( ) SIM	( ) NÃO
Quais? _____		
<b>32.2.1 São explorados turisticamente?</b>	( ) SIM	( ) NÃO
<b>32.3 Artificiais</b>	( ) SIM	( ) NÃO

Quais?		
32.3.1 São explorados turisticamente?	( ) SIM	( ) NÃO
32.4 Manifestações folclóricas	( ) SIM	( ) NÃO
Quais?		
32.4.1 São explorados turisticamente?	( ) SIM	( ) NÃO
32.5 Feiras de artesanato	( ) SIM	( ) NÃO
Quais?		
32.5.1 São explorados turisticamente?	( ) SIM	( ) NÃO
32.6 Eventos culturais/turísticos/esportivos	( ) SIM	( ) NÃO
Quais?		
32.6.1 São explorados turisticamente?	( ) SIM	( ) NÃO
32.7 Rurais	( ) SIM	( ) NÃO
Quais?		
32.7.1 São explorados turisticamente?	( ) SIM	( ) NÃO
32.8 Outros	( ) SIM	( ) NÃO
Quais?		
32.8.1 São explorados turisticamente?	( ) SIM	( ) NÃO