

Revista Iberoamericana de Turismo



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACION



TURISMO NO TERRITÓRIO DA CIDADANIA AÇU MOSSORÓ: FORMATANDO NOVOS PRODUTOS E SIMPLIFICANDO PROCESSOS

Darlyne Fontes Virginio

Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil. *Trainee* do Sebrae do Rio Grande do Norte, Brasil.

E-mail: darlynefontes@yahoo.com.br

Daniela Bezerra Tinôco

Bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil. Analista do Sebrae do Rio Grande do Norte, Brasil.

E-mail: daniela@rn.sebrae.com.br

Resumo

Face ao contexto em que estão inseridas as micro e pequenas empresas do setor turístico Potiguar, e ainda, diante da inclusão da Capital Natal como uma das sedes do Mundial de Futebol que ocorrerá no país no ano de 2014, nota-se uma vigente transformação no perfil empreendedor do setor turístico local. Muitos são os que querem ganhar vantagens com a realização desse evento em solo estadual, de modo que as expectativas geradas em torno desse megaevento Copa do Mundo de Futebol têm possibilitado e incrementado a busca por inovações, melhorias, diferenciais. A formatação de um novo produto: 'Do sertão para o mar' ocorreu através de um processo de roteirização turística simplificado que se insere nesse contexto por representar uma das mais sólidas bases para o incremento do fluxo de turistas no interior do estado. Por essa razão, sabendo do efeito multiplicador a que os roteiros turísticos tendem a agregar nas localidades onde se inserem, é que o objetivo do atual trabalho foi inserir um processo simplificado de criação de roteiros turísticos no território da cidadania Açú Mossoró, existente no Rio Grande do Norte, o que trouxe benefícios a um grande número de pessoas e empresas nas diversas localidades participantes do projeto, a partir do fomento da atividade turística.

Palavras-Chave: Roteirização. Território da Cidadania. Empresários do setor turístico.

1 INTRODUÇÃO

O turismo à medida que cresce traz boas expectativas ao mercado atual em diversos países do mundo, conforme dados do Fórum Econômico Mundial (2011). É importante ressaltar que atualmente o Brasil se encontra em posição de destaque pelos recursos naturais e culturais que possui (Tabela 1), no entanto, aspectos como falta de infraestrutura e segurança ainda prejudicam o seu desenvolvimento nesse setor; para tanto, a elaboração de políticas públicas, assim como de novos produtos é fundamental para sua consolidação.

Tabela 1 - Competitividade turística do Brasil

BRASIL	
PILARES	NOTAS
Políticas e regulamentações	114
Sustentabilidade ambiental	29
Proteção e segurança	75
Saúde e higiene	73
Priorização de viagens e turismo	108
Infraestrutura do transporte aéreo	42
Infraestrutura do transporte terrestre	116
Infraestrutura turística	76
Infraestrutura de TIC	56
Competitividade dos preços na indústria do turismo e viagens	114
Capital humano	70
Afinidade por viagens e turismo	97
Recursos naturais	01
Recursos culturais	23

Fonte: Adaptado de T&T Competitiveness Report, 2011.

Observa-se a abrangência do turismo por esse ser caracterizado, entre outras coisas, como interdisciplinar. Sob essa ótica, sua realização e apropriação com base nas relações humanas processadas em seu decorrer, caminham lado a lado. O comportamento humano e os aspectos sociais, quer sejam de uma pequena localidade onde o turismo se desenvolve, quer sejam de um grande destino receptivo, tornam essa atividade um grande palco de ações, situações, emoções, vivências.

Diante disso, o desenvolvimento turístico deve considerar diversos fatores, dentre eles o planejamento, a sustentabilidade, a integração e a atuação dos agentes que fazem parte de sua formação, importantes quando se trata de disseminar benefícios para inúmeras pessoas, o que na atividade do turismo podem ser entendidas por população local, empresários e turistas.

Com isso, empresas têm enxergado nessa atividade uma oportunidade quando se trata de gerar fontes econômicas, fato esse que pode ser identificado em diversos estudos da área. A maioria dos municípios com interesse em desenvolver o turismo depara com a realidade de uma atividade lucrativa, porém complexa.

Para tanto, a criação do Ministério do Turismo no ano de 2003 buscou, entre outras coisas, direcionar de forma estratégica as políticas públicas de turismo no Brasil através de instrumentos como o Plano Nacional do Turismo.

Dentro desse contexto, o Ministério do Turismo adotou um modelo de gestão voltado para a disseminação do turismo nos demais municípios e regiões do Brasil, uma vez que as capitais abrangiam a maior parte do fluxo turístico nacional e internacional. Para que o turismo se tornasse uma atividade de inclusão social e proporcionasse o crescimento das demais cidades, era preciso implantar uma gestão capaz de promover esse desenvolvimento em todos os municípios que tivessem capacidade e potencial para o turismo (MTUR, 2004).

No ano de 2004, o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil – PRT – foi desenvolvido de forma a contemplar em seus documentos a defesa de uma inclusão e de um direcionamento em regiões de interesse turístico para o país, já que desenvolver toda uma região dava mais oportunidade aos municípios menores e que não

tenham potencial suficiente para atrair demanda e consolidar-se como destino turístico ao concorrer com os demais.

Nesse contexto, o Rio Grande do Norte vem se consolidando como um pólo de desenvolvimento baseado em diversas vertentes: na agricultura; na pesca; na pecuária; na extração mineral; no setor têxtil; e finalmente no turismo, a atividade que mais tem divulgado o estado no país e no exterior e gerado empregos e renda (SETUR, 2006).

De acordo com essa realidade, e sabendo da relevância que o Macroprograma e Regionalização do Turismo representa para os estados, já que é uma das principais políticas do Governo Federal; O Ministério do Turismo entende a regionalização como elo entre as demais ações que desenvolve, tendo passado da categoria de programa para macroprograma no ano de 2007, por seu caráter estruturante e articulador com as demais políticas trabalhadas por esse Ministério.

O Rio Grande do Norte o integra como parte de suas políticas públicas de turismo, visando interiorizar o turismo no estado com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões (MTUR, 2004). Tendo como base a formatação do processo de roteirização turística.

Com a criação dos 05 polos de turismo no estado e a implantação de suas instâncias de governança, respectivamente, a regionalização do turismo tem sido instituída no Rio Grande do Norte.

Destaca-se aí, a participação do SEBRAE/RN no processo de interiorização do turismo como uma constante, antes mesmo do início do PRT. Convênios foram firmados entre a SETUR e o SEBRAE/RN e trouxeram grandes oportunidades, especialmente, aos micro e pequenos empresários do interior do estado envolvidos na atividade turística ou não.

De fato, pode-se inferir o desenvolvimento de ações pontuais em capacitação e qualificação, além do incremento em festivais gastronômicos e a **elaboração de roteiros turísticos, principalmente nas regiões do Seridó e Costa Branca.** [...] Por outro lado, cabe informar que as orientações do Governo Federal na época, direcionavam para a criação de roteiros que trariam desenvolvimento às regiões, isso fez com que esforços e recursos financeiros fossem demandados (convênio firmado) através dessas entidades – SETUR e SEBRAE/RN. (VIRGINIO, 2011, p. 107).

Por ser um destino essencialmente de sol e mar, o estado tem se estruturado e trabalhado para atender a essa demanda, tendo somente nos últimos 03 anos iniciado um trabalho de segmentação da oferta turística. Nessa perspectiva, o turismo de aventura e o ecoturismo ganharam evidência e vem sendo preparados para atrair demanda e diferenciar a opção de serviços e equipamentos turísticos no estado.

É cabível tentar fornecer novas opções/alternativas de lazer e entretenimento ao público que visita o nosso estado, além de proporcionar ao próprio Natalense uma visão mais ampla das potencialidades existentes em solo Potiguar; Sabendo que todo esse processo afeta diretamente os micro e pequenos empresários do setor turístico, alavancando seus negócios em razão do aumento no número de turistas nos destinos onde se localizam.

Diante do exposto, fica perceptível a importância da roteirização para o desenvolvimento do turismo que se dá sob várias vertentes, uma destas seria o efeito dinamizante e socioeconômico aos diretamente ou não envolvidos nesse processo.

Sabendo da necessidade de um planejamento eficiente e eficaz que busque reduzir custos e maximizar os benefícios, além de observar todo o contexto das políticas públicas a nível Federal e Estadual em torno da roteirização, além dos investimentos do SEBRAE/RN nos últimos anos, torna-se relevante pensar numa forma de roteirização que traga benefícios num espaço de tempo mais curto e que otimize recursos.

A experiência do SEBRAE no turismo não se limita apenas a promover competitividade às micro e pequenas empresas, mas em proporcionar um ambiente favorável, onde o planejamento e a organização dos espaços turísticos, aliados ao desenvolvimento sociocultural, façam do lugar um alicerce seguro para o desenrolar dos negócios e para a melhoria da qualidade de vida. Embora a participação do SEBRAE no desenvolvimento do turismo brasileiro não se limite apenas a estas atuações, é por elas que se inicia a estruturação de projetos de turismo (SEBRAE, 2010, p. 19).

Ao mesmo tempo, é preciso tornar os processos de roteirização e os investimentos nele dispostos em resultados concretos que, além de tornarem a idéia viável do ponto de vista turístico, contribuam com o desenvolvimento local dos autóctones, especialmente os empresários.

Os processos de roteirização turística atualmente existentes são, normalmente, oferecidos por empresas de consultoria que, ao invés, de simplificar e tornar mercadológicos e práticos os projetos, burocratizam ainda mais a estruturação de roteiros. São diversas planilhas, estudos de campo, visitas técnicas, metodologias que, ao final, são entregues em relatórios extensos e com pouca objetividade. Na prática, o resultado dos trabalhos entregues por essas consultorias, em sua maioria, não são implementados.

As metodologias de roteirização utilizadas pela maioria das consultorias que prestam esse tipo de serviço deixam a desejar quando não finalizam as etapas de execução, ficando tão somente a mercê dos projetos escritos e não colocados em prática, ou por falta de recursos nessa etapa ou por levarem muito tempo até conseguirem implementar o que planejaram.

Diante dessa realidade, observando o mercado turístico local e avaliando a falta de monitoramento nos roteiros já existentes e, principalmente, a descontinuidade em processos fundamentais é que surge o objetivo desse projeto: fomentar o empreendedorismo no turismo, através da implementação de roteiros com base em processos simplificados.

São muitas as tendências mundiais que afetam processos e pessoas, modificando perfis, consumos, estilos de vida, dentre outros. Com isso, em turismo, a inovação e a segmentação são duas das vertentes mais pensadas quando da formatação de novos produtos, ou mesmo na melhoria de outros já existentes.

O atual projeto propõe um processo padronizado para a formatação de roteiros turísticos segmentados, otimizando e reduzindo custos, buscando criar e fortalecer um ambiente propício ao incremento do empreendedorismo no setor turístico dos locais que serão contemplados com os referidos roteiros.

Os Roteiros se tornam diferencial competitivo quando bem estruturados e trabalhados mercadologicamente sob uma perspectiva de integração entre os diversos

elementos que circundam a atividade turística, tais como: cultura, artesanato, negócios, eventos, etc.

Nessa perspectiva, o processo de roteirização proposto nesse projeto terá no território da cidadania Açú Mossoró, o recorte geográfico para sua implementação, vale salientar que o SEBRAE/RN atua junto aos referidos territórios há alguns anos, tendo sido estes instituídos pelo Governo Federal visando:

Enfrentar o desafio de melhorar a qualidade de vida dos brasileiros que vivem nas regiões menos privilegiadas o Governo Federal lançou, em 2008, o Programa denominado Territórios da Cidadania, tendo como objetivo, dentre outros, a superação da pobreza, com geração de trabalho e renda no meio rural, através de estratégias de desenvolvimento territorial sustentável. O programa preconiza que o Brasil cresce, mas é preciso levar este crescimento para todos, principalmente para as regiões que mais precisam, com garantias de direitos sociais (PROJETO TERRITÓRIO ALTO OESTE, 2011, p. 4).

Justifica-se a padronização do processo de roteirização, em razão de atender a novos nichos de mercado que possam vir a gerar fluxo no interior do estado, em municípios integrantes dos territórios da cidadania, o que tende a gerar mais emprego e renda atingindo empresários e sociedade como um todo. Mas, sobretudo, por reduzir custos com projetos extensivos realizados por consultorias de outros estados e que tragam resultados mais efetivos, permitindo um monitoramento após seu lançamento ao mercado.



Figura 1 – Territórios da cidadania do RN
Fonte: SEBRAE/RN, 2011.

Desta maneira, o roteiro turístico nada mais é que um produto devidamente estruturado, organizado e preparado para a comercialização. A roteirização é [...] uma atividade de planejamento, que fomenta a rede de cooperação que caracteriza o setor de turismo, e estabelece os instrumentos de gestão dos mesmos. Lembrando que a rede de cooperação é integrada pelas instituições públicas e empresas privadas, constituindo-se da dimensão colaborativa e de comprometimento, cujo papel é acompanhar, desenvolver, avaliar e gerenciar o roteiro turístico. No desenvolvimento de um produto, a abordagem comercial e venda deveriam ser aspectos implícitos e corriqueiros para os empresários e profissionais do setor (independentemente da área); mas que no caso do turismo, por suas características intrínsecas, deve incorporar a relação cooperativa de mercado para atingir o consumidor final, o turista. (ORNELLASTOUR, 2010, p. 11).

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Turismo no Estado do Rio Grande do Norte: um olhar sobre o alcance das políticas públicas para interiorização e a participação do SEBRAE/RN.

O Rio Grande do Norte possui um grande potencial turístico e a partir da década de 1980 começaram a ser pensadas as primeiras ações voltadas para o incremento dessa atividade no estado. Conforme dados do Relatório do Banco do Nordeste o – Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo no Nordeste – PRODETUR/NE I destinou cerca de US\$ 42 milhões de dólares para o Estado, que foram investidos, principalmente, em saneamento básico, recuperação ambiental (Plano de Manejo e Operações do Parque das Dunas), desenvolvimento institucional, acessos rodoviários e melhorias no aeroporto de Parnamirim.

Atualmente, com o PRODETUR Nacional, a UEE do RN tem aprovado projetos que se encontram em fase de contratação para a realização de ações em prol do desenvolvimento do turismo em três polos: Costa Branca, Costa das Dunas e Seridó. Os polos Serrano e Agreste-trairi só foram instituídos formalmente com suas instâncias de governança regional no período posterior às negociações com o BID, e por essa razão não serão contemplados com os recursos nos próximos anos.

Dentre as ações que já estão em andamento nos pólos contemplados, pode-se mencionar a elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, documento este de grande relevância para a região e base para realizar os investimentos e recursos advindos do programa que somam um montante de US\$ 75 milhões, conforme Tabela 2:

Tabela 2 – Recursos para o PRODETUR Nacional/RN

Fonte dos recursos	Valor (US\$ 1.000)
BID	45.000
Ministério do Turismo	27.000
Estado do Rio Grande do Norte	3.000
TOTAL	75.000

Fonte: UEE/RN, 2008.

A intervenção do PRODETUR no cenário turístico local evidencia a necessidade em infraestrutura básica e turística em diversas regiões do interior do estado, essenciais para alavancar o setor e os empresários que dele sobrevivem. Salienta-se que o SEBRAE/RN possui assento como membro efetivo dos principais conselhos de turismo do estado, dando sua contribuição nas decisões que direcionam os investimentos e determinam, em parte, o desenvolvimento do turismo tanto na capital quanto no interior.

Nessa perspectiva, os cinco pólos de turismo do Estado estão com suas regiões e instâncias de governança ou conselhos de turismo instalados, conforme decretos emitidos pelo Governo do Estado. Todos possuem um Regimento Interno que segue a mesma estrutura e orienta as deliberações, funcionamento e dinâmica das reuniões. Nestas reuniões, uma agenda de compromisso é gerada, as demandas são cobradas e apresentadas na reunião seguinte. Essa atitude acaba induzindo a concretização de ações que passam do discurso realizado pelos atores.

De acordo com o MTur (2008, p. 112), Conselhos, Fóruns, são:

Instrumentos ou mecanismos de gestão que têm por objetivo promover a descentralização administrativa, a ampliação da participação dos diversos atores sociais envolvidos em uma determinada situação ou tema, o exercício da democracia e o desenvolvimento do sentido de comprometimento das pessoas com uma causa definida. Os conselhos podem ter função deliberativa ou consultiva.

Tabela 3 – Instâncias de Governança Regional do RN

Polo Turístico	Secretaria Executiva	Instalação do Conselho	Nº Reuniões Realizadas
Polo Costa das Dunas	Banco do Nordeste	Maió/1999	53
Polo Costa Branca	Prefeitura de Areia Branca	2006	18
Polo Seridó	SEBRAE/RN	Julho/2008	14
Polo Serrano	Prefeitura de Portalegre	Maió/2009	06
Polo Agreste-Trairi	ADETURSAT	Dez/2009	02

Fonte: Virginio (2011).

Dessa forma, as demandas que chegam aos Conselhos normalmente devem partir das discussões geradas nas reuniões de suas comissões técnicas, que são grupos específicos que tratam de assuntos referentes a determinado tema. Existem comissões para diversos assuntos de interesse, tais como: Marketing e Eventos, Qualificação e Capacitação, Infraestrutura e Segurança.

O conselho do Polo Costa das Dunas existe há mais tempo que os demais e é mais antigo que o próprio Programa de Regionalização do Turismo porque estava vinculado às ações do PRODETUR/NE desde o início da década de 1990. Quando o PRT foi criado, as reuniões continuaram a ocorrer e um decreto foi criado, informando que o conselho fazia parte do referido programa.

No que se refere às instâncias de representação regionais, o Rio Grande do Norte está nos moldes da gestão adotada pelo Ministério do Turismo, com toda a sua estrutura

descentralizada institucionalizada, mesmo que cada uma funcione de uma maneira característica e com maior ou menor grau de participação, força política e interesse dos próprios gestores; tudo isso agrega valor e só vem a somar esforços para o desenvolvimento do turismo em todo o Rio Grande do Norte.

Cabe aqui, um destaque na atuação do SEBRAE/RN frente ao Conselho de Turismo do Pólo Seridó, que já está a quase 04 anos respondendo pela secretaria executiva e contribuindo para o desenvolvimento das ações em prol do turismo no referido território.

Contudo, vale mencionar que o turismo precisa da participação de todos os envolvidos em seu desenvolvimento pleno, quer seja o Governo através da criação e implementação de políticas públicas específicas, quer seja o empresário para atrair e garantir que a demanda visitante seja bem assistida quando em solo local. Ainda, menciona-se, a sociedade civil organizada que possa dar sua contribuição em Conselhos ou Fóruns de turismo, estabelecendo prioridades em conjunto e regendo o melhor para o futuro de todos os impactados pelo processo de turistificação no interior do estado.

Como agente promotor e parte fundamental da execução da política pública para o desenvolvimento sustentável do turismo no Estado, o SEBRAE/RN avança de forma muito eficaz, implementando as políticas públicas dos Governos Federal – ações do SEBRAE Nacional e da EMBRATUR, Estadual – PRODETUR e Municipal (PNMT), tornando-se um parceiro estratégico de relevante valor na implementação de ações para o desenvolvimento local do turismo sustentável a partir do conceito do “fazer coletivo”, interativo e integrado. (SEBRAE/RN; EMBRATUR; ARC, 2001, p. 10).

Evidencia-se, com isso, a participação do SEBRAE RN desde a década passada como fomentador do desenvolvimento turístico estadual.

Em suma, o processo de interiorização que o estado vem passando, contribui e, de certa forma, justifica os investimentos feitos nas diversas regiões interioranas com vistas para o desenvolvimento do turismo. Seja por parte dos órgãos públicos federal, estadual e municipais, seja por entidades como o SEBRAE que apóiam os micro e pequenos empresários, também, criando ambientes favoráveis ao desenvolvimento de novos negócios. Sob essa ótica, o processo de roteirização se configura como uma das principais ações em prol desse movimento.

2.2 Formatação do Produto Roteirização Turística: oportunidades de inserção num contexto social

A Roteirização turística pode ser caracterizada como um processo que busca orientar a estruturação e concepção de roteiros.

Podemos entender roteiro turístico como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. (MTUR, 2007, p. 13).

A roteirização pode contribuir com o desenvolvimento de lugares, sejam regiões ou cidades isoladas, na medida em que confere um incremento no fluxo de turistas, uma vez

que atrai mais pessoas pela diversidade de atrações que possui, principalmente, por estas se encontrarem organizadas num mesmo espaço.

A roteirização auxilia o processo de identificação, elaboração e consolidação de novos roteiros turísticos e, além disso, tem como função apontar a necessidade de aumento dos investimentos em projetos já existentes seja na melhoria da estrutura atual, seja na qualificação dos serviços turísticos oferecidos (MTUR, 2007, p. 16).

A organização desses espaços, através da roteirização, transforma atrativos, serviços e equipamentos existentes em roteiros comercializáveis e com qualidade para encantar o visitante. A consolidação dos roteiros só pode ocorrer quando os mesmos passam por etapas de planejamento e gestão, direcionamentos propostos no atual projeto que visa simplificar esses processos, garantindo maior agilidade e viabilidade técnico-financeira à instituição que se propõe a implementar a roteirização em determinadas regiões, como é o caso do SEBRAE/RN através do setor de turismo.

Diversos estados possuem experiência em formatação de roteiros turísticos, alguns com a participação do Sistema SEBRAE, a saber: Pernambuco, Ceará e Rio Grande do Norte. Destes destaca-se no Recife a existência de Roteiros de Calendário, os quais podem ser adaptados a esse projeto de acordo com as especificidades de cada região atendida:

Os Roteiros de Calendário são aqueles que podem ser cumpridos apenas em determinados períodos do ano sem necessidade de acompanhamento profissional, utilizando-se nos deslocamentos os mesmos meios disponíveis para os roteiros permanentes (ADM&TEC, 2003, p. 6).

Pode-se informar, ainda, que com a concepção de um processo de roteirização turística:

Desenha-se a possibilidade de que, em médio prazo, tenhamos uma melhor distribuição da renda, a partir da criação e da ampliação de postos de trabalho, em decorrência do crescimento organizado e planejado do **fluxo turístico** de um destino, o que representa um maior volume de recursos financeiros chegando à região. A roteirização turística, [...] mostra-se como elemento-chave para permitir que os recursos, resultantes do incremento da atividade turística de uma região, possam significar a promoção de inclusão social e auxiliar na redução das desigualdades sociais e regionais [...] (MTUR, 2007, p. 13).

Dentre os impactos no contexto social a que o projeto submeterá, podem-se mencionar alguns dos objetivos gerais da roteirização turística, definidos pelo Ministério do Turismo, tais como:

- estruturar, ordenar, qualificar e ampliar a oferta de roteiros turísticos de forma integrada e organizada;
- fortalecer a identidade regional;
- incentivar o empreendedorismo;
- estimular a criação de novos negócios e a expansão dos que já existem;
- ampliar e qualificar serviços e equipamentos turísticos;
- facilitar o acesso das pequenas e microempresas do mercado turístico regional, estadual, nacional e internacional;
- consolidar e agregar valor aos produtos turísticos;
- identificar e apoiar a organização de segmentos turísticos;

- promover o desenvolvimento regional. (MTUR, 2007, p. 17).

A partir dos objetivos, acima relacionados, a previsão dos resultados esperados são os seguintes:

- fortalecimento da identidade regional;
- aumento da visitação, da permanência e do gasto médio do turista;
- desfrute de experiências genuínas por parte dos turistas;
- atuação de pequenas e microempresas no mercado turístico;
- criação e ampliação de postos de trabalho;
- aumento de geração de renda e melhoria na sua distribuição;
- favorecimento da inclusão social e redução das desigualdades regionais e sociais;
- inclusão de municípios nas regiões e roteiros turísticos;
- consolidação de uma estratégia de desenvolvimento regional;
- consolidação de roteiros turísticos mais competitivos. (MTUR, 2007, p. 17).

Por entender esse processo como uma criação de estratégias de mercado, sabendo de sua relevância, o SEBRAE/RN em parceria com a SETUR/RN merecem ênfase na implementação do Roteiro Seridó. Esse trabalho envolveu 08 municípios e foi realizado por uma consultoria de Minas Gerais para realizá-lo.

Dentre os resultados obtidos, destaca-se uma premiação pelo Ministério do Turismo, no ano de 2010, na categoria de melhor Roteiro Turístico do Brasil. Porém, vale ressaltar que, ao longo de 07 anos foram destinados investimentos para a realização desse trabalho.

Além da contratação de empresa, de São Paulo, para elaboração de um plano mercadológico para o Pólo Costa Branca. No entanto, ainda está em fase de conclusão, também foi investido razoável tempo e dinheiro em sua formatação.

Contudo, o que se observa é a contratação de empresas para estruturação, formatação e/ou elaboração de estudos para roteirização turística no estado. Esta observação permite uma análise fundamentada de que o projeto em tela busca beneficiar processos e reduzir custos para órgãos como a SETUR e o SEBRAE.

Com isso, vale salientar as especificidades inerentes ao setor turístico no país, que atuam diretamente e refletem na execução de projetos diversos, como por exemplo, a diversidade da cadeia produtiva do turismo, listadas na Figura 2.

2.3 Os Territórios da Cidadania e o Turismo

O Programa Territórios da Cidadania, que insere 135 ações nas áreas rurais e cidades mais pobres do país, através de projetos que incluem a geração de trabalho e renda, visa assegurar infraestrutura e estimular as economias locais promovendo a emancipação econômica e social da população. Busca, assim, garantir direitos de cidadania à população concentrada nos bolsões de pobreza do país.

O programa investirá recursos nos municípios, e beneficiará milhões de pessoas com a construção de escolas, estradas, acesso ao crédito, energia elétrica, água potável, saneamento, assistência técnica, entre outros (PROJETO TERRITÓRIO ALTO OESTE, 2011).

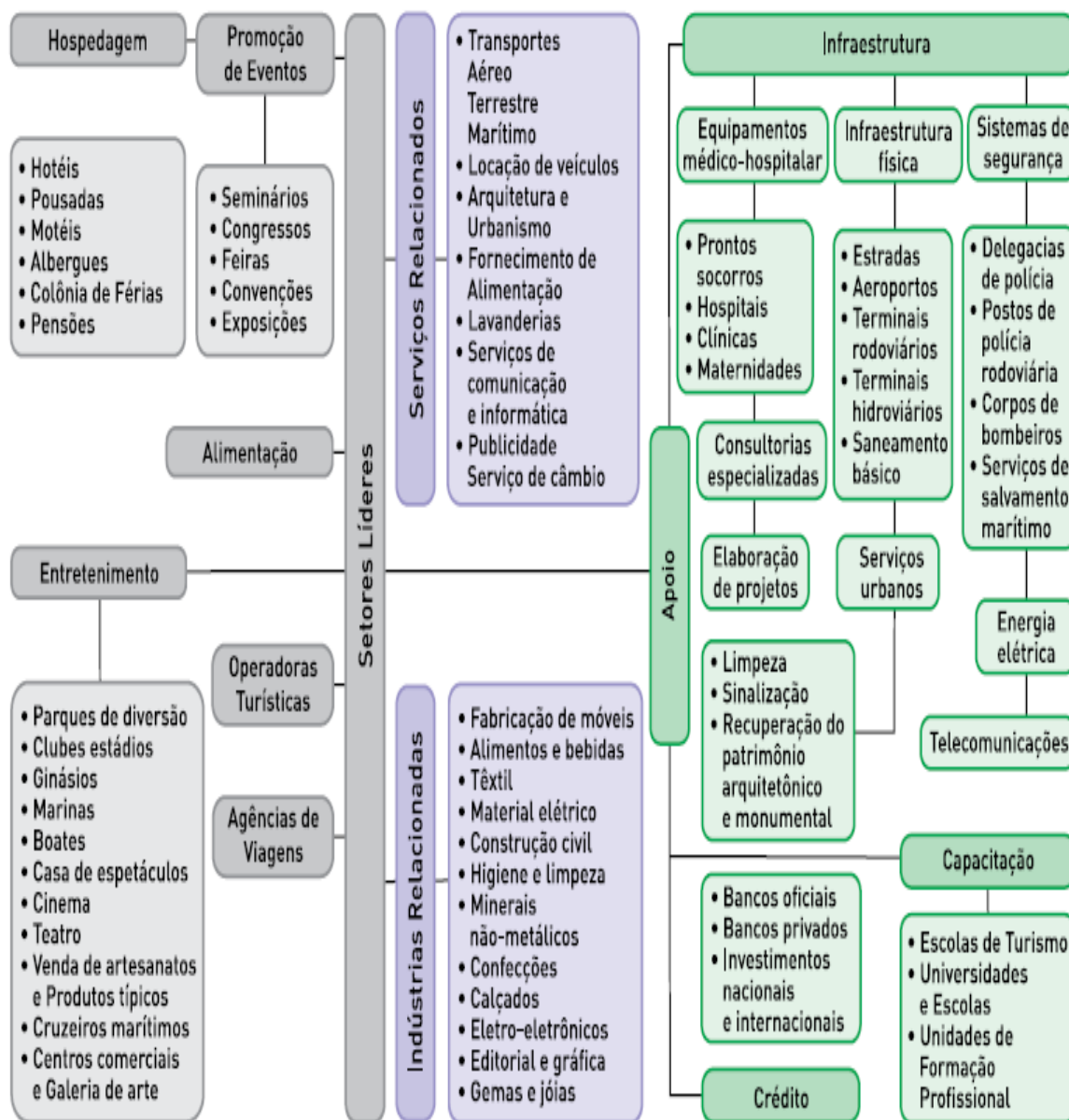


Figura 2 – Cadeia produtiva do Turismo
 Fonte: SEBRAE Nacional, 2010.

O Território é formado por:

Um conjunto de municípios com mesma característica econômica e ambiental, identidade e coesão social, cultural e geográfica. Maiores que o município e menores que o estado, os Territórios demonstram, de forma mais nítida, a realidade dos grupos sociais, das atividades econômicas e das instituições de cada localidade. Isso facilita o planejamento de ações governamentais para o desenvolvimento dessas regiões (MDA, 2009, p. 7).

Sabendo que cada território tem suas especificidades, é necessário correlacionar suas ações previstas com o desenvolvimento turístico em cada um deles. Partindo da análise de que, todos ou quase todos os projetos dos territórios da cidadania do Estado interferem ou visam atingir metas direcionadas para os empresários do setor turístico, torna-se relevante a proposta de realizar processos para roteirização nesses referidos espaços.

Identificar as principais atividades desenvolvidas em cada região, bem como suas potencialidades, são fatores intrínsecos a esse projeto e que pretendem colaborar com o crescimento econômico e o desenvolvimento sócio-cultural local. Porém, vale salientar que, de maneira alguma, sugere-se que haverá desenvolvimento e sim contribuições para que o mesmo venha a ocorrer de maneira igual para todos. Tal esclarecimento permite inferir que a atividade turística, através dos processos de roteirização, venha a induzir melhorias tanto estruturais, com o incremento na oferta de empreendimentos do setor, quanto de fluxo, gerando emprego e renda aos autóctones.

Sachs (2004) explica que o termo desenvolvimento é distinto de crescimento econômico, na medida em que os objetivos do desenvolvimento vão além da mera multiplicação da riqueza material. O crescimento é uma condição necessária, mas de forma alguma suficiente (muito menos é um objetivo em si mesmo), para se alcançar a meta do bem-estar social.

Diante disso, o desenvolvimento turístico deve considerar diversos fatores, dentre eles o planejamento, a sustentabilidade, a integração e a atuação dos agentes que fazem parte de sua formação, importantes quando se trata de disseminar benefícios para inúmeras pessoas, o que na atividade do turismo podem ser entendidas por população local, empresários e turistas.

De um modo geral, o elo entre turismo e os territórios está evidenciado no projeto em tela. Partindo de uma matriz de necessidades e oportunidades, espera-se que os resultados sejam favoráveis, contudo, em longo prazo, visto que o turismo é complexo, dinâmico e não ocorre de um momento para outro, nem depende de um ou outro ator envolvido, precisa de todos.

3 PROCESSO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE ROTEIROS SIMPLIFICADOS: A EXPERIÊNCIA DO TERRITÓRIO AÇU MOSSORÓ

Tabela 3 – Processos para implementação de Roteiros

Processo	Detalhamento	Realização	Duração
PLANEJAMENTO	Inventariar; Diagnosticar e; Analisar produtos já comercializados por agencias locais.	Visitas técnicas	45 dias
SEGMENTAÇÃO	Identificar e selecionar os potenciais turísticos dos locais, para segmentar e direcionar a oferta.	Visitas técnicas	15 dias
DEMANDA	Realizar estudo de mercado para identificar os potenciais clientes	Pesquisa de mercado	20 dias
CAPACITAÇÃO			

	Identificar a necessidade de capacitação para pessoas envolvidas diretamente no processo de roteirização, realizar cursos e consultorias com o público-alvo do processo	Reuniões, consultorias individuais e cursos.	60 dias
MERCADO	Apresentar e discutir com as agências de turismo e operadoras as propostas dos roteiros	Reuniões, palestras e debates.	15 dias
DIVULGAÇÃO	Elaboração de folder; Realização do evento de lançamento do roteiro para a imprensa e parceiros e; Realização de Famtour.	Seminário, entrevistas e Famtour.	15 dias
MONITORAMENTO	Ações de controle e avaliação; Feedback dos envolvidos no processo.	Pesquisa de avaliação junto ao consumidor e aos operadores.	Semestral

Fonte: Elaboração Própria, 2012.

Haverá realização de roteiros descritivos e operadores, a fim de facilitar o processo de planejamento e gestão na etapa de mercado.

O Roteiro Descritivo tem objetivo comercial. Sua principal função é a venda do produto, passando tanto para o cliente, quanto para os agentes de viagens as informações detalhadas do dia a dia das atividades que compõem um roteiro, de forma atrativa, sedutora, utilizando uma linguagem comercial. O Roteiro Operador tem objetivo operacional. Sua principal função é o planejamento do roteiro, de forma a organizar e padronizar o roteiro, criando um conjunto de informações que garantam a execução da operação com maior qualidade e segurança (CREATO, 2004).

Sabe-se que o referido projeto vem atendendo às necessidades dos clientes internos e externos, pelo efeito dinamizador e multiplicador induzido pelo incremento no fluxo de turistas nos locais roteirizados. Observou-se o envolvimento de aproximadamente 50 empresas direta e indiretamente envolvidas no processo de roteirização no território trabalhado.

Outro fator importante está relacionado ao fato de que o processo sugerido nesse projeto ter sido implementado, outrora, no território Açú Mossoró e lançado em dezembro de 2011, ainda em fase de finalização da etapa de mercado. O roteiro DO SERTÃO PARA O MAR envolveu quatro municípios e atingiu, diretamente, mais de 20 empresas. Foi formatado num prazo de 06 meses e teve como principal foco o segmento de turismo rural com forte apelo à produção associada ao turismo.



Figura 3 – Processo de Roteirização Turística simplificado.

Fonte: Elaboração Própria, 2012.

O referido roteiro ainda possui os seguintes resultados obtidos até o mês de julho de 2012:

- Agendamento de 11 grupos predominantemente de Turismo Pedagógico aos produtores rurais (em poucos meses de funcionamento do Roteiro);
- Média de 40 pessoas por visita;
- Realização de 02 visitas técnicas com agentes de viagens e empresários do setor de educação de grandes escolas de Natal;
- Média de faturamento dos produtores apenas com taxa de visitação: R\$ 340,00;
- Divulgação dos produtos durante as visitas;
- Faturamento com comercialização dos produtos oriundos da Agricultura Familiar:
 - Mel Boa Fé – R\$ 600,00 em média por visita
 - Coopercaju – R\$ 300,00 em média por visita
 - Apismel – R\$ 400,00 em média por visita.

Por fim, novos olhares e novas possibilidades para os territórios estão sendo formatadas a partir da roteirização turística, com a finalidade de alavancar os negócios e induzir desenvolvimento local beneficiando toda a sociedade que ali se encontra.

Diversos entraves surgiram nesse processo, porém, serviram de aprendizado e deram suporte a construção desse projeto.

Quanto à viabilidade econômico e financeira do projeto, pode-se dizer que a relação custo x benefício existente na implementação desses roteiros nos territórios da cidadania do estado são inteiramente satisfatórias, visto que são, aproximadamente, quatro vezes mais baratos comparados ao valor cobrado por uma consultoria para realizá-los.

De um modo geral, os projetos territórios da cidadania o Rio Grande do Norte apresentam o turismo como uma das atividades que mais podem contribuir com o desenvolvimento das localidades, no entanto, percebe-se que a integração entre os setores e o envolvimento dos que atuam diretamente nesses projetos, são os diferenciais que remontam ao sucesso de ações efetivas ao desempenho de uma atividade complexa como o turismo.

Dentre as atividades realizadas em parceria com o setor de turismo do SEBRAE/RN (2012), os territórios da Cidadania obtiveram, ao longo dos anos, alguns dos seguintes resultados:

Território Mato Grande:

- Roteirização Turística no município de São Miguel do Gostoso;
- Inserção de 03 municípios do Mato Grande no Comitê do Pólo Costa das Dunas;
- Implantação do Programa Turismo Melhor;
- Recriação de diversas Secretarias de Turismo nos municípios, como São Bento do Norte, Maxaranguape, São Miguel do Gostoso e Touros;
- Ações de benchmarking;
- Apoio ao surgimento de novos operadores;
- Trabalho de marketing com inserção na mídia internacional do novo destino/roteiro de São Miguel do Gostoso;
- Plano Mercadológico;
- Desenvolvimento do turismo de aventura.

Território Sertão do Apodi:

- Consultoria para levantamento de Potencialidades Turísticas;
- Inventário Turístico em municípios do território;
- Roteirização;
- Plano Estratégico de Turismo;
- Plano Mercadológico.

Território Açu-Mossoró:

- Desenvolvimento de Roteiro para turismo rural. (ação base para o planejamento do referido projeto).

Território Seridó:

- Roteiro Seridó;

- Desenvolvimento da Marca SERIDÓ, com reconhecimento pelo INPI;
- Ações de benchmarking;
- Inventário;
- Plano Estratégico e participação no PTDRS e Plano de Desenvolvimento do Turismo do Seridó;
- Indicação Geográfica dos Bordados e do Queijo manteiga.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto no presente trabalho, nota-se que simplificar processos de Roteirização pode ser o caminho mais eficiente para o desenvolvimento de municípios e até de regiões turísticas.

As etapas de planejamento turístico devem ser obrigatórias, partindo do inventário, realizando um diagnóstico, no entanto a etapa de monitoramento deve ser essencial nessa construção.

Por vezes, inúmeras consultorias que se dizem especialistas em elaboração de roteiros conseguem grandes recursos para implementar processos de roteirização conhecidos por todos, quando o trabalho de montagem é finalizado e chega-se à etapa de mercado, parece que o trabalho de um roteiro termina, quando na verdade ele está apenas começando.

Esta consideração é parte da contribuição do que se propôs a apresentar o atual trabalho. Não se pretendeu esgotar o tema, nem tampouco criar processos inovadores, na verdade trata-se de um relato de experiência que vem dando certo e pode ser adaptado em outras regiões do país.

Com todo o discurso da interiorização do turismo de forma regionalizada e o interesse em dinamizar a oferta de atrações turísticas existentes no interior dos estados do país, parece válido afirmar que a criação de roteiros de forma simplificada, ou melhor, comercialmente viáveis, venha a ser um tema capaz de instigar novas ações de forma planejada, com monitoramento e sustentabilidade na cadeia produtiva do turismo.

INSERT A SIMPLIFIED CREATION OF TOURIST ROUTES WITHIN THE ACU MOSSORÓ CITIZENSHIP, FROM THE RIO GRANDE DO NORTE

Abstract

Given the context in which they operate micro and small enterprises in the tourism sector Potiguar, and even before the inclusion of the Capital Natal as one of the venues of the World Cup to be held in the country in 2014, notes a change in current entrepreneurial local tourism industry. Many are those who want to gain advantages with the accomplishment of this event on ground state, so the expectations generated by this mega event World Cup Football has enabled and enhanced the search for innovations, improvements, differentials. Formatting a new product: 'From wilderness to the sea' occurred through a process simplified routing tourist who falls within that context because it represents one of the most solid foundation for increasing the flow of tourists in the state. Therefore, knowing the multiplier effect that the tours tend to aggregate in the localities where they belong, which is the goal of the current study was to insert a simplified creation of tourist routes within the Acu Mossoró citizenship, from the Rio Grande do Norte, which brought benefits to a large number of people and companies in different localities participating in the project, from the development of tourism.

Keywords: *Routing. Territory Citizenship. Entrepreneurs in the tourism sector.*

REFERÊNCIAS

ADM&TEC. Instituto de Administração e Tecnologia. **Recife e Arredores: Roteiros Turísticos**. Pernambuco: Prefeitura do Recife, Novembro de 2003.

ARC; EMBRATUR; SEBRAE/RN. **Estudo da implantação de Roteiros Turísticos temáticos, segmentados e estruturantes do Rio Grande do Norte**. 1º Relatório “O Cenário dos Roteiros Turísticos”. Natal, Outubro de 2001.

CREATO Oficina de Roteiros. **Manual de Operações Roteiros e Banco de Dados: Rota do Cariri Ceará**. Ceará, 2004.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO – MDA. **Territórios da Cidadania: integração de políticas públicas para reduzir desigualdades**. Brasília, 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO – MTUR. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística/Ministério do Turismo**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007.

_____. **Programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil: diretrizes políticas**. Ministério do Turismo, SNPT. Brasília: 2004.

ORNELLASTOUR CONSULTORIA. **Costa Branca: plano mercadológico**. Relatório final preliminar. São Paulo, 2010.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SEBRAE NACIONAL. **Turismo no Brasil: termo de referência para a Atuação do Sistema SEBRAE**. Brasília, 2010.

_____. Mapa Estratégico do Sistema SEBRAE 2009 – 2015. Brasília, 2009.

SEBRAE RN. **Mapa dos territórios da cidadania**. Natal, 2011.

_____. Projeto Território do Alto Oeste. Pau dos Ferros, 2011.

SETUR – Secretaria de Estado do Turismo. **Plano estratégico de desenvolvimento turístico do Rio Grande do Norte**. Natal, 2006.

UEE – Unidade Executora Estadual. **Recursos para o PRODETUR nacional**. Natal: PRODETUR/RN, 2009.

VIRGINIO, Darlyne Fontes. **Gestão Pública do Turismo: uma análise dos impactos da política Macro de regionalização turística no período 2004-2011, no estado do Rio Grande do Norte, Brasil**. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2011.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The tourism and travel competitiveness report index.** Geneva, Switzerland, 2011.

Artigo recebido em 09/10/2012. Aceito para publicação em 22/12/2012.