PRODUTO 4

PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

PDITS POLO AGRESTE/TRAIRÍ

VOLUME 1 – DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Setembro/2016

FICHA TÉCNICA – SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE

SECRETÁRIO DE ESTADO DE TURISMO
Ruy Pereira Gaspar

ASSESSORIA TÉCNICA
Carla Cristina Dutra Barbosa

CHEFE DE GABINETE
Ana Paula S. Vieira

ASSESSORIA JURÍDICA
Thiago Batista de Gusmão

SECRETÁRIO ADJUNTO
Manuel Neto Gaspar Junior

UNIDADE INSTRUMENTAL DE FINANÇAS – UIF
Mércia Maria P. da Mota

UNIDADE INSTRUMENTAL DE ADMINISTRAÇÃO – UIAG
Maria de Fátima Medeiros Marques

SUBSECRETÁRIA DE TURISMO
Solange Araújo Portela

COORDENADORIA DE MARKETING TURÍSTICO
Edna Regia Sales Pinheiro
Coordenadora
Danielle Suyane Oliveira
Subcoordenadora de Promoção Turística
Sthefanie Marinho Mouzallas
Subcoordenadora de Operações Turísticas

COORDENADORIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO – CODET
Lucas Lira de Carvalho
Coordenador
Denis Cavalcante Barbosa
Subcoordenador de Informática e Informações Turísticas
Fabiano Tavares Rodrigues
Subcoordenador de Articulação e Planejamento

SUBSECRETÁRIO
Nailson Dantas de Azevedo

COORDENADORIA FINANCEIRA
Darlene Leite Silva

COORDENADORIA JURÍDICA
Liz Fernandes Freire

COORDENADORIA OPERACIONAL
Carmen Vera Araújo de Lucena
Coordenadora
Trizana Silva Cavalcanti
Subcoordenadora de Meio Ambiente
Michel Platiny Miranda Pinheiro
Subcoordenador de Transportes
Daniel Carlos da Silveira
Subcoordenador de Resíduos Sólidos
Edilma Teixeira da Silva
Subcoordenadora de Saneamento Básico

COORDENADORIA TÉCNICA
Eduardo Lima da Trindade
Coordenador
Virgínia de Barros Sales
Subcoordenadora de Patrimônio Histórico
Maria Helena Barreto Furtado
Subcoordenadora de Fortalecimento Institucional
Dayane Murielle da Silva Santos
Subcoordenadora de Gestão Municipal

CONSELHO DE TURISMO DO POLO AGRESTE/TRAIRI

PODER PÚBLICO FEDERAL

BANCO DO NORDESTE

BANCO DO BRASIL

PODER PÚBLICO ESTADUAL

SETUR – SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

EMPROTUR – EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA DO RN

SETHAS/PROART

PODER PÚBLICO MUNICIPAL

CORONEL EZEQUIEL

JAÇANÃ

PASSA E FICA

SANTA CRUZ

SERRA DE SÃO BENTO

TANGARÁ

SÍTIO NOVO

TERCEIRO SETOR

PARÓQUIA DE SANTA CRUZ

INSTITUTO CULTURAL MACAMBIRAIS

COOPERCACHO

IFRN – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

UERN – Universidade Estadual do Rio Grande do Norte

UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

APOESC – Associação dos Poetas e Escritores de Santa Cruz

ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE SANTA CRUZ

INSTITUTO FILHOS DA ESPERANÇA (TANGARÁ)

INICIATIVA PRIVADA

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CDL – CÂMARA DOS DIRIGENTES LOJISTAS/SANTA CRUZ

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

FICHA TÉCNICA – ITEC

DIRETORA

Adriana Papaleo

COORDENADOR TÉCNICO

Euler Costa Sampaio

ESPECIALISTA EM ARQUITETURA E URBANISMO

Adriana Souza Papaleo

ESPECIALISTA EM GESTÃO PÚBLICA

Marina Laura da Silveira Dutra

ESPECIALISTA EM MEIO AMBIENTE

Nelson Amaral Nunan Eustáquio

ESPECIALISTA EMTURISMO

Ivy Tissiane Góis

ESPECIALISTA PUBLICIDADE E MARKETING

Milton Fontoura

ESPECIALISTA EM PROJETOS DE INFRAESTRUTURA

Luiz Fernando de Oliveira

ESPECIALISTA EM ESTUDOS E ANÁLISE DE VIABILIDADE

José Airton Mendonça

ESPECIALISTA EM PLANEJAMENTO REGIONAL

Joaquim Soutinho

EQUIPE COMPLEMENTAR

Júlio César Oliveira - Analista financeiro

Maialú Neves - Coordenadora de pesquisas

Raphael Vanderlei - Arquiteto e Urbanista

Bruno Monteiro da Silva - Estagiário

Santa Cruz e Sítio Novo

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Rodrigo Cardoso da Silva - coordenador.

Aline Mayara Marinho Xavier da Silva.

Nivaldo Lourenço de Carvalho Neto.

Aylana Laissa Medeiros Borges.

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS **8**
LISTA DE TABELAS **9**
LISTA DE GRÁFICOS **11**
LISTA DE FOTOS **12**
LISTA DE FIGURAS **14**
SIGLAS **15**
APRESENTAÇÃO **20**
INTRODUÇÃO **22**
1 LOCALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO GERAL DA ÁREA TURÍSTICA SELECIONADA: POLO TURÍSTICO AGRESTE/TRAIRÍ **29**
1.1 RIO GRANDE DO NORTE 29
1.2 POLO TURÍSTICO AGRESTE/TRAIRÍ 32
1.3 MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRÍ 36
2 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO DA ÁREA TURÍSTICA **47**
2.1 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA ATUAL 47
2.1.1 Tendências no perfil quantitativo dos visitantes 47
Distribuição dos Turistas por Meio de hospedagem 51
2.1.2 Caracterização do Perfil Qualitativo dos Segmentos Atuais 54
2.1.3 Tendências do Comportamento e Hábitos de Informação e Compra da Viagem 67
2.1.4 Tendência da estrutura do gasto turístico 67
2.1.5 Tendências da Valorização da Qualidade da Oferta Atual e Determinação da Imagem Percebida 70
2.1.6 Balanço das campanhas de promoção da Área 71
2.1.7 Identificação do Portfólio Estratégico de Produtos Turísticos/Segmentos Atuais de Demanda 72
2.2 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL 73
2.2.1 Projeção do Fluxo Turístico 73
2.2.2 Caracterização do perfil qualitativo dos segmentos potenciais 77
2.2.3 Identificação de elementos críticos que influem no processo de tomada de decisões de compra da viagem dos segmentos potenciais 94
2.2.4 Nível de expectativas dos diferentes segmentos potenciais 96
2.2.5 Hábitos de informação e compra dos diferentes segmentos potenciais 97
2.2.6 Grau de conhecimento e interesse da demanda potencial pela Área 99
2.2.7 Identificação de destinos competidores 99
2.3 OFERTA TURÍSTICA 103
2.3.1 Atrativos Turísticos 104
2.3.2 Avaliação dos serviços e equipamentos turísticos existentes 136

Resultados da Pesquisa Primária com Serviços e Equipamentos de Hospedagem do Polo Agreste/Trairí 143
Resultados da Pesquisa Primária com Serviços e Equipamentos de Agenciamento do Polo Agreste/Trairí 156
Resultados da Pesquisa Primária com Serviços e Equipamentos de Gastronomia 164
3 INFRAESTRUTURA BÁSICA E SERVIÇOS GERAIS 174
3.1 REDE VIÁRIA DE ACESSO ÀS ÁREAS E PRINCIPAIS ATRATIVOS E SISTEMA DE TRANSPORTE URBANO 174
3.1.1 Rodoviário 174
3.1.2 Aeroviário 180
3.1.3 Cicloviário 180
3.1.4 CALÇADAS E PASSEIOS 181
3.2 SISTEMA DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA 183
3.3 SISTEMA DE ESGOTAMENTO SANITÁRIO 189
3.4 SISTEMA DE LIMPEZA URBANA 190
3.5 REDE DE DRENAGEM PLUVIAL 197
3.6 SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO 198
3.7 ILUMINAÇÃO PÚBLICA E ENERGIA 200
3.8 SERVIÇOS DE SAÚDE 202
3.9 SEGURANÇA 206
4 QUADRO INSTITUCIONAL 208
4.1 ÓRGÃOS E INSTITUIÇÕES QUE ATUAM NA GESTÃO DO TURISMO 208
4.1.1 Coordenação Estadual do Turismo 210
4.1.2 Coordenação Regional de Turismo 212
4.1.3 Coordenações Municipais de Turismo 214
4.2 IMPACTOS E LIMITAÇÕES DAS POLÍTICAS PÚBLICAS E DA CAPACIDADE DE GESTÃO PÚBLICA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO E ORGANIZAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO 219
4.3 LEGISLAÇÃO INCIDENTE 229
4.4 QUADRO DOS INCENTIVOS PARA O INVESTIMENTO TURÍSTICO 231
5 ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS 234
5.1 CONDIÇÕES SOCIOECONÔMICAS 234
5.2 CONDIÇÕES AMBIENTAIS 238
5.2.1 Cobertura Vegetal 238
5.2.2 Solos 243
5.2.3 Relevo 244
5.2.4 Clima 247
5.2.5 Recursos Hídricos 250
5.2.6 Unidades de Conservação 254

5.3 IDENTIFICAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS NO MEIO AMBIENTE 255
5.4 GESTÃO AMBIENTAL PÚBLICA 257
5.5 GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS PRIVADAS 265
5.6 INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO E CONTROLE TERRITORIAL 265
6 CONSOLIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO 267
6.1 VALORAÇÃO PONDERADA DOS PRODUTOS OU TIPOS/SEGMENTOS TURÍSTICOS ATUAIS E POTENCIAIS 267
6.2 IDENTIFICAÇÃO DE ÁREAS CRÍTICAS DE INTERVENÇÃO 270
6.3 POSIÇÃO ATUAL DA ÁREA NO MERCADO TURÍSTICO X POSICIONAMENTO POTENCIAL 277
7 REFERÊNCIAS 278
APÊNDICES 298

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Informações gerais dos municípios - Polo Agreste/Trairí. 35
Quadro 2: Perfil da Demanda – Rio Grande do Norte e Polo Agreste/Trairí 55
Quadro 3: Perfil do Visitante do Complexo do Alto de Santa Rita– Pesquisas realizadas em 2011 e 2013. 58
Quadro 4: Características da Demanda – Município de Santa Cruz. 60
Quadro 5: Perfil da demanda por segmentação 62
Quadro 6: Perfil do Turista nacional desejado – Polo Agreste/Trairí 92
Quadro 7: Perfil do Turista Internacional desejado – Polo Agreste/Trairí 93
Quadro 8 – Atrativos Turísticos – Polo Agreste/Trairí 105
Quadro 9: Principais Locais e Empresas Organizadores de Eventos- Polo Agreste/Trairí 151
Quadro 10: Transportadoras Turísticas por município – Polo Agreste/Trairí 169
Quadro 11: Empreendimentos de Entretenimento e Lazer- Polo Agreste/Trairí 170
Quadro 12: Relação das concessionárias, mananciais, adutoras e bacia responsáveis pelo abastecimento das sedes dos municípios do Polo Agreste/Trairi. 184
Quadro 13: Matriz de avaliação da Administração Pública Municipal - Polo Agreste/Trairí 215
Quadro 14: Polo Agreste/Trairí - Coordenação municipal do turismo 216
Quadro 15: Polo Agreste/Trairí – Sites institucionais na internet com informações dos municípios 218
Quadro 16: Servidores lotados na pasta responsável pelo turismo por município - Polo Agreste/Trairí 219
Quadro 17: Outros Projetos/Ações relacionadas ao turismo – Polo Agreste/Trairí 223
Quadro 18: Recursos para o turismo - Polo Agreste/Trairí 225
Quadro 19: Projetos/ações ligados ao turismo nos municípios – Polo Agreste/Trairí. 225
Quadro 20: Legislação incidente sobre os municípios – Polo Agreste/Trairí. 229
Quadro 21: Matriz de Priorização de segmentos 268

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Informações gerais dos municípios - Polo Agreste/Trairí. 34
Tabela 2: Rio Grande do Norte: Meios de hospedagens, Unidades Habitacionais, leitos e fluxo turístico Hoteleiro estimado– Set/2015.....47
Tabela 3: Rio Grande do Norte e Natal: Estatísticas Utilizadas na Estimação do Fluxo Turístico.....48
Tabela 4:Rio Grande do Norte: Fluxo Turístico Hoteleiro total, doméstico e estrangeiro 2015 48
Tabela 5: Natal/RN: Meios de hospedagem utilizados pelos turistas.....49
Tabela 6: Brasil e Rio Grande do Norte: Fluxo Turístico estrangeiro 49
Tabela 7: RN e Polos: Fluxo Turístico Total, 2015. 50
Tabela 8: Rio Grande do Norte RN e Polos: Fluxo Turístico Total Doméstico e estrangeiro, 2015. 50
Tabela 9: Rio Grande do Norte e Polo Agreste/trairí: Distribuição dos turistas por Meio de hospedagem – 2015.....51
Tabela 10: Rio Grande do Norte: principais países emissores do turismo receptivo, 2010-2014 53
Tabela 11: Brasil: Participação do Fluxo turístico por Motivo e Gasto, 2011, a preços de 2015. 68
Tabela 12: Brasil: Permanência média do Fluxo por Motivo de viagem, 2007 e 2011 68
Tabela 13: Rio Grande Do Norte: Projeção De Gastos Per Capita Por Motivo De Viagem 69
Tabela 14: Participação, Gasto e Permanência do Fluxo Turístico estrangeiro – 2014. 69
Tabela 15: Rio Grande Do Norte: Projeção do Gasto Per Capita por motivo de Viagem do Fluxo Turístico estrangeira, 2015-2025. 70
Tabela 16: Rio Grande do Norte e Polo Agreste-Trairi: Projeção do Fluxo Turístico total por Cenários (em milhares) 75
Tabela 17: Projeção do Fluxo Turístico total para os municípios do polo agreste/trairi - cenário tendencial 76
Tabela 18: Projeção do Fluxo Turístico total para os municípios do polo Agreste/Trairi cenário programático 77
Tabela 19: Quantitativo de meios de hospedagem, unidades habitacionais e leitos por polo turístico - RN 139
Tabela 20: Quantitativo de meios de hospedagem e unidades habitacionais por município- polo Agreste/Trairí 140
Tabela 21:Quantitativo de meios de hospedagem Polo Agreste/Trairí 140
Tabela 22: Quantitativo de Empreendimentos de Alimentação –Polo Agreste/Trairí 162
Tabela 23: Indicadores operacionais para o abastecimento de água no Polo Agreste/Trairi pela CAERN.....187

Tabela 24: Informações gerais dos serviços de limpeza urbana em sedes de municípios do Polo Agreste/Trairi. 192
Tabela 25: Informações sobre população atendida, frequência e quantidade de coletores e motoristas. 193
Tabela 26: Informações sobre características das unidades de processamento por disposição no solo. 194
Tabela 27: Consórcios Intermunicipais com gestão ou serviços de manejo de RSU 195
Tabela 28: Número de estações de rádio base por município 199
Tabela 29: Dados sobre receitas e atendimento por setor da COSERN - RN. 201
Tabela 30: Número de estabelecimentos de saúde e morbidade hospitalar nos municípios do Polo Agreste/Trairi. 203
Tabela 31: Dados do Cadastro Nacional de Entidade de Saúde quanto aos serviços de saúde nos municípios do Polo Agreste/Trairi. 205
Tabela 32: Dados IBGE - Cidades 2013. 235
Tabela 33: Dados climatológicos para Santa Cruz 249

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Mundo – Chegadas Internacionais de Turistas (em milhões) – 1995, 2007/2013. 23
Gráfico 2: Brasil – Chegadas de Turistas Internacionais (em milhões) – 2007/2014.24
Gráfico 3: Brasil – Desembarque de passageiros nos aeroportos (em milhões) – 2012/2013. 25
Gráfico 4: Rio Grande do Norte: principais estados emissores do turismo doméstico, 2011 52
Gráfico 5: Rio Grande do Norte: evolução dos cinco principais países emissores do turismo receptivo, 2010-15 53
Gráfico 6: rio grande do norte: principais países emissores do turismo receptivo, 2015 54

LISTA DE FOTOS

Foto 1: Açude do Governo – Coronel Ezequiel 36
Foto 2: Vista da Pedra Redonda – Jaçanã 37
Foto 3: Igreja de São João Batista – Montanhas 38
Foto 4: Pedra da Mesa – Monte das Gameleiras 39
Foto 5: Igreja Matriz – Nova Cruz 40
Foto 6: Pedra da Boca – Passa e Fica 41
Foto 7: Imagem de Santa Rita de Cássia – Santa Cruz 42
Foto 8: Cruzeiro de Frei Damião – São José do Campestre 43
Foto 9: Pousada Villas da Serra – Serra de São Bento 44
Foto 10: Castelo Zé dos Montes – Sítio Novo 45
Foto 11: Açude da Guarita – Tangará 46
Foto 12: Pousada Villas da Serra 142
Foto 13:Pousada Pedra Grande 142
Foto 14: Festival Gastronômico e Cultural de Serra de São Bento em 2015. 152
Foto 15: Restaurante Pôr do Sol 163
Foto 16: Café Serrano 163
Foto 17: Restaurante O Moinho – Pousada Pedra Grande 164
Foto 18: Parque da Borborema em Santa Cruz 172
Foto 19: RODOVIA FEDERAL BR- 226. 177
Foto 20: Rodovia Estadual RN - 093. 178
Foto 21: Rodovia Estadual RN-269. 178
Foto 22: Acesso ao Museu Rural Auta Pinheiro Bezerra, Santa Cruz, RN. 179
Foto 23: Terminal Rodoviário de Tangará, RN. 179
Foto 24: Praça da Bíblia, Santa Cruz, RN. 182
Foto 25: Largo da Igreja de Santa Rita, Santa Cruz, RN. 182
Foto 26: Reservatório da CAERN em Montanhas 185
Foto 27: Açude Trairi observando-se estar com nível muito abaixo do normal. 185
Foto 28: Ao fundo estação de tratamento de esgotos domésticos de Santa Cruz. 190
Foto 29: Disposição inadequada de entulho as margens de açude em Montanhas. 191
Foto 30: Em azul lixeiras dispostas em praça na cidade de Serra de São Bento que são recolhidas pela prefeitura. 196
Foto 31: Via asfaltada e meio fio em ambos os lados que funciona como coletor de águas pluviais na cidade de Tangará. 198
Foto 32: Via calçada com paralelepípedos que juntamente com o meio fio é responsável pela coleta e condução das águas pluviais na cidade de Passa e Fica. 198
Foto 33: Ao fundo torre de captação e transmissão de sinais em Serra de São Bento. 199
Foto 34: Iluminação pública em via de Nova Cruz com posteação no canteiro central. 201
Foto 35: Iluminação pública em via de Passa e Fica com posteação unilateral. 202

Foto 36: Unidade serviço de atendimento de emergência em Tangará. 203
Foto 37: Lojas em Tangará que contribuem para o setor de serviços.....234
Foto 38: Confecção Daya na cidade de Passa e Fica.....234
Foto 39: Vista de um trecho de Caatinga Arbórea Aberta no período de seca em Serra de São Bento.....240
Foto 40: Espécie coroa de frade (*Melocactus bahiensis*) ao centro e a direita espécie conhecida como gravatá (*Neoglazioviavariegata*) em afloramento rochoso em Monte das Gameleiras. 241
Foto 41: Facheiro (*Pilosocereu spachycladus)* em área no município de Monte das Gameleiras. 241
Foto 42: Espécie xique-xique (*Pilosocereus polygonus*) em afloramento rochoso em Monte das Gameleiras 242
Foto 43: Algarobeiras as margens de estrada rural em Tangará. 242
Foto 44: Açude Trairi no município de Tangará no centro da Depressão Sertaneja Sublitorânea. 246
Foto 45: Ao fundo amostra de Planalto Residual ao lado da cidade de Sítio Novo. 246
Foto 46: Vista de área de Monte das Gameleiras na Chapada da Borborema e ao fundo aDepressão Sertaneja.....247
Foto 47: Área da Pedra da Mesa em Monte das Gameleiras na Chapada da Borborema.....255

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização do Rio Grande do Norte 29
Figura 2: Polos Turísticos – Rio Grande do Norte 31
Figura 3: Polo Agreste/Trairí 33
Figura 4: Envolvimento com as mídias (assina + lê + folheia) 98
Figura 5: Forma mais eficiente de se informar sobre viagens de natureza e aventura no Brasil 99
Figura 6: Ilustração esquemática de Oferta Turística 103
Figura 7: Atrativos Turísticos – Polo Agreste/Trairí 110
Figura 8: Serviços e equipamento turísticos – Polo Agreste/Trairí. 138
Figura 9: Site da Pequeno Felino Adventure. 154
Figura 10: Site da ANCL Adventure. 155
Figura 11: Malha Rodoviária no Rio Grande do Norte. 175
Figura 12: Malha Rodoviária – Polo Agreste/Trairí. 176
Figura 13: adutoras implantadas e em implantação no Rio Grande do Norte - em vermelho os municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi. 183
Figura 14: Percentuais de tratamento de esgotos no segundo programa SANEAR. 189
Figura 15: Manejo de Águas Pluviais – Polo Agreste/Trairí 197
Figura 16: Sistema Elétrico do Rio Grande do Norte mostrando a rede de linhas de transmissão que atendem todos municípios do Polo Agreste/Trairi. 200
Figura 17: Estrutura Institucional para o turismo 209
Figura 18: Organograma da SETUR/RN 211
Figura 19: Cobertura do Bioma Caatinga no Brasil. 239
Figura 20: Mapa do desmatamento do Projeto Caatinga de 2009. 240
Figura 21: Mapa de Solos do Rio Grande do Norte. 243
Figura 22: Mapa do relevo do Rio Grande do Norte observando-se em vermelho os municípios do Polo Agreste/Trairi. 245
Figura 23: Mapa de recursos hídricos – Rio Grande do Norte. 250
Figura 24: Bacia hidrográfica do Potengi 251
Figura 25: Bacia hidrográfica do Trairi 252
Figura 26: Bacia hidrográfica do Jacu 253
Figura 27: Bacia hidrográfica do Curimataú 254

SIGLAS

AAE - Avaliação Ambiental Estratégica

ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens

ABES - Associação Brasileira de Engenharia Ambiental e Sanitária

ABETA - Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura

ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

ABLA - Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis

AE - Autorização Especial

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações

ARIE – Área de Relevante Interesse Ecológico

ATO - Autorização para Teste de Operação

AVIFESP - Associação das Agências de Viagens Independentes do Interior do Estado de São Paulo

AVIRRP – Associação das Agências de Viagens de Ribeirão Preto

BASA – Banco da Amazônia

BB - Banco do Brasil

BCG – *Boston Consulting Group*

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNB – Banco do Nordeste

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa

CADASTUR – Cadastro Nacional do Ministério do Turismo

CAERN – Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte

CAL - Centro de Atividades do Lajedo

CAMEAM/UERN – Campus Avançado Profª Maria Elisa de A. Maia da Universidade Estadual do Rio Grande do Norte

CNSA - Cadastro Nacional de Sítios Arqueológicos

CATs - Centros de Atenção ao Turista

CEF- Caixa Econômica Federal

CET/UnB - Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília

CEPRO - Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí

CMA - Coordenadoria do Meio Ambiente

CNES – Cadastro Nacional das Entidades de Saúde

CONEMA - Conselho Estadual de Meio Ambiente

Conetur – Conselho Estadual de Turismo

COPIRN - Consórcio Intermunicipal do Rio Grande do Norte

COSERN - Companhia Energética do Rio Grande do Norte

CPTEC – Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

EMPROTUR - Empresa Potiguar de Turismo

FALS - Fundação Amigos do Lajedo de Soledade

FECOMÉRCIO/RN – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte

FEMURN - Federação dos Municípios do Rio Grande do Norte

FGV – Fundação Getúlio Vargas

FIERN - Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Norte

FIFA – Federação Internacional de Futebol

FINECAP - Feira Intermunicipal de Educação, Cultura, Turismo e Negócios do Alto Oeste Potiguar

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

FITUR – Feria Internacional de Turismo

FUNGETUR - Fundo Gestor do Turismo

FUNDETUR - Fundo Estadual de Desenvolvimento Turístico

GMID – Gasto Médio Individual Diário
IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e Recursos Renováveis
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBERTUR – *Red de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible*

IDEMA – Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente

IES – Instituição de Ensino Superior

IGARN – Instituto de Gestão de Águas

IGP-M – Índice Geral de Preço, Mercado

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais

INFRAERO - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Ampliado

IPDC - Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

ITEP - Instituto Técnico-Científico de Polícia Civil

LA - Licença de Alteração

LED - *Light Emitting Diode*

LI - Licença de Instalação

LO - Licença de Operação

LRO - Licença de Regularização de Operação

LP - Licença Prévia

LS - Licença Simplificada

LSIO - Licença Simplificada de Instalação e Operação

LSP - Licença Simplificada Prévia

MICT – Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo

MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário

MH – Meio de Hospedagem

MMA – Ministério do Meio Ambiente

MPEs - Micro e Pequenas Empresas

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

MTur - Ministério do Turismo

OAB/RN - Ordem dos Advogados do Brasil, Seção do Rio Grande do Norte

OMS – Organização Mundial de Saude

OMT – Organização Mundial do Turismo

PDITS - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável

PDTRS - Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável

PERH - Plano Estadual de Recursos Hídricos

PET - Política Estadual de Turismo

PMD – Permanência Média Diária

PNT - Plano Nacional do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PPA – Plano Plurianual

PPCN - Programa de Promoção e Comercialização Nacional

PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo

PRONATEC - Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

RN – Rio Grande do Norte

SAAE - Serviço Autônomo de Água e Esgoto

SB Class - Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEBRAE/RN - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte

SETUR – Secretaria de Turismo

SETUR/RN – Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte

SETURDE - Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico

SEMARH – Secretaria do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos

SETUR/RN- Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Norte

SISLIA – Sistema de Licenciamento Ambiental Eletrônico

SISNAMA - Sistema Nacional do Meio Ambiente

SISMUMA – Sistema Municipal de Meio Ambiente

SNIS – Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento

SNUC – Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza

SM – Salário Mínimo

SMT - Sistema Municipal de Turismo

TIES - *The International Ecotourism Society*

UERN – Universidade Estadual do Rio Grande Do Norte

UFERSA - Universidade Federal Rural do Semi-Árido

UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

UNWTO – *World Tourism Organization*

WTTC – *World Travel & Tourism Council*

UH – Unidades Habitacionais

APRESENTAÇÃO

O presente documento corresponde ao **PRODUTO 4 – Versão Final**, referente à Ordem de Serviço nº 007/2015, do contrato celebrado entre o estado do Rio Grande do Norte, por intermédio da Secretaria de Estado de Planejamento e das Finanças, e a empresa ITEC INFRATECH Engenharia e Consultoria, e que tem por objeto a "Elaboração do **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS do Polo Agreste/Trairí**".

O PDITS do Polo Agreste/Trairí está estruturado em VOLUME 1 e VOLUME 2 e é composto pelos seguintes capítulos:

VOLUME 1 – Diagnóstico Estratégico, correspondente a este documento:

Introdução: discorre a respeito de questões gerais do turismo no mundo, no Brasil, no estado do Rio Grande do Norte e apresenta a área de planejamento do presente estudo, o Polo Turístico Agreste/Trairí.

Mercado Turístico: apresenta a análise da demanda turística atual e potencial e a análise da oferta turística do Polo Agreste/Trairí.

Infraestrutura Básica e dos Serviços Gerais: trata da rede viária de acesso e do sistema de transporte urbano, do sistema de abastecimento de água, esgoto e limpeza urbana; da rede de drenagem pluvial, e também avalia o sistema de comunicação, a iluminação pública, os serviços de saúde e a segurança da área turística.

Quadro Institucional: traz a análise das questões institucionais do Polo quanto à atividade turística.

Aspectos Socioambientais: aborda os impactos ambientais causados pela atividade turística, a gestão ambiental pública e privada, os instrumentos de controle territorial e a participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento turístico.

Consolidação do Diagnóstico Estratégico: sintetiza todos os principais pontos tratados no diagnóstico.

VOLUME 2 – Estratégias e Plano de Investimentos:

Matriz SWOT: apresenta a metodologia utilizada para a construção da análise SWOT e os resultados da matriz alcançados em Oficina Participativa.

Justificativa da Seleção da Área Turística: contém a análise da importância e do nível atual e potencial de uso dos atrativos turísticos, das condições de acessibilidade e conectividade, da infraestrutura física existente, dos serviços básicos prestados à população e do quadro institucional vigente no setor de turismo. Apresenta ainda as áreas prioritárias previstas para investimento.

Estratégias de Desenvolvimento Turístico: trata da definição de estratégias para o desenvolvimento do turismo no Polo Agreste/Trairí, levando em conta as linhas de produto e os tipos de turismo, o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização, fortalecimento institucional, infraestrutura básica, além das diretrizes socioambientais requeridas.

Plano de Investimentos: apresenta o conjunto de ações e projetos que consubstanciam os investimentos previstos, incluindo:

- O quadro indicativo dos investimentos totais a serem realizados;
- A metodologia utilizada para priorização das ações previstas e a matriz de investimento resultante;
- Os quadros descritivos das ações elegíveis para os dezoito primeiros meses de implantação do PDITS.

Avaliação dos Impactos Socioambientais: identifica os possíveis impactos que a implantação das ações propostas no PDITS e aponta medidas de mitigação, no caso dos impactos negativos, ou potencialização, no caso dos positivos.

Acompanhamento e Avaliação do PDITS: indica os mecanismos de monitoramento da implantação do PDITS, os princípios metodológicos para a avaliação de resultados e para a revisão do Plano em questão.

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade em crescimento ao longo das últimas décadas e que apresenta perspectivas promissoras para os próximos anos. Os impactos econômicos – diretos, indiretos e induzidos - advindos da atividade são importantes para a maioria dos países do mundo, de acordo com a *World Travel & Tourism Council* (WTTC), 2014[1].

Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT) "a motivação e a conduta dos turistas se caracterizam, cada vez mais intensamente, pelo crescimento da seletividade ao escolher o destino, da sensibilidade do meio ambiente e cultura locais e pela exigência da qualidade da experiência"(OMT, 1999 apud BRASIL, 2007, p.16)[2]. Diante disso, algumas tendências devem nortear o desenvolvimento do turismo, quais sejam:

- Os destinos turísticos serão ecologicamente corretos e planejados;
- As viagens não terão apenas uma motivação. A conjunção de atrativos diferenciados num destino determinará sua demanda;
- A viagem passará de mero deslocamento para uma experiência que proporcione além do descanso, enriquecimento cultural.

O turista tem se tornado cada vez mais informado e consciente, importando-se não só com a qualidade do produto adquirido, mas também com o reflexo positivo que sua visita poderá ter na comunidade visitada.

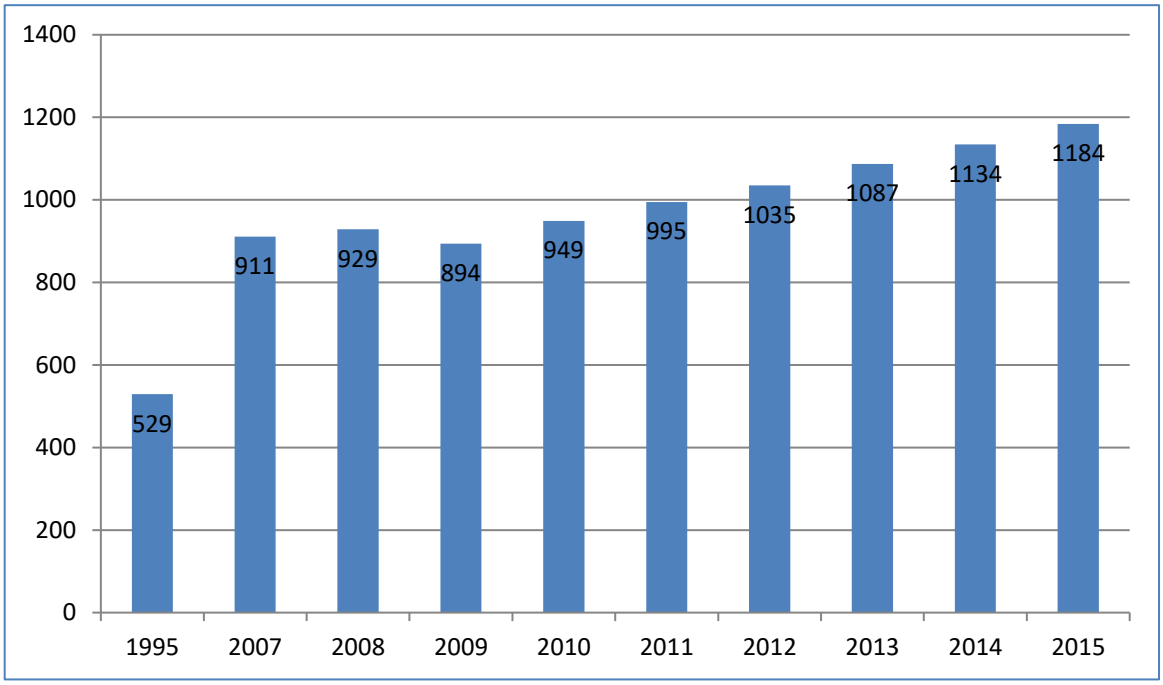
A OMT aponta ainda que o turismo intrarregional deve continuar responsável por 80% dos deslocamentos nos próximos 20 anos (UNWTO, 2011)[3], ou seja, as viagens serão mais numerosas e de curta distância, fortalecendo o turismo regional.

Dados divulgados pela OMT demonstram que o aumento no número de chegadas internacionais de turistas em 2015 foi de 4,4% em relação a 2014. São 50 milhões a mais de turistas viajando pelo mundo, sendo que 2015 foi o 6º ano consecutivo de crescimento desde a crise mundial de 2010, o que gerou mais postos de trabalho e renda no mundo todo. (UNWTO, 2016)[4]

O documento "*Travel&Tourism: Economic Impact World*", demonstra que a contribuição do turismo no Produto Interno Bruto – PIB - mundial foi de 10%, em 2014, e gerou 7,6 trilhões de dólares e 277 milhões de empregos; ressalta que há desafios a serem enfrentados devido à volatilidade de muitas moedas em relação ao dólar. No entanto, as perspectivas para o setor do turismo para os próximos anos são boas, com o surgimento de novos destinos e oportunidades de investimento (WTTC, 2015).

[1]WTTC. Travel & Tourism: Economic Impact World. 2014.
[2]Brasil.MTUR. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo-Roteiros do Brasil: Turismo e Sustentabilidade – Brasília, 2007.
http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf. Acessadoem 01/02/2016.
[4]UNWTO.World Tourism Barometer.Volume 14. Advance Release January 2016. Em: www.unwto.org. Acessado em 01/02/2016.

GRÁFICO 1: MUNDO – CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS (EM MILHÕES) – 1995, 2007/2015.



Fonte: UNWTO, 2016.

A demanda para o turismo internacional foi mais forte na Europa, nas Américas, na Ásia e no Pacífico, onde o crescimento foi 5%. No Oriente Médio o aumento foi de 3%; a África registrou diminuição de 3% no fluxo turístico. Na América do Sul o crescimento registrado foi de 4%. Para 2016, as previsões também são de crescimento, no entanto, abaixo do registrado nos anos anteriores (UNWTO, 2016).

O documento da 19ª Sessão da Assembleia Geral da OMT, "Turismo para 2030, uma visão global (UNWTO, 2011)[5], afirma que em cerca de cinco anos, o número de chegadas de turistas internacionais a países emergentes deve superar o de países ricos. Afirma ainda que as Américas devem continuar como terceiro maior receptivo de turistas – atrás de Europa e Ásia - com um crescimento acentuado do receptivo na América do Sul, onde o volume deve mais que dobrar: de 24 para 56 milhões de chegadas de turistas. Nas últimas décadas, o setor cresceu consideravelmente na América do Sul, saindo de 12 milhões, em 1995.

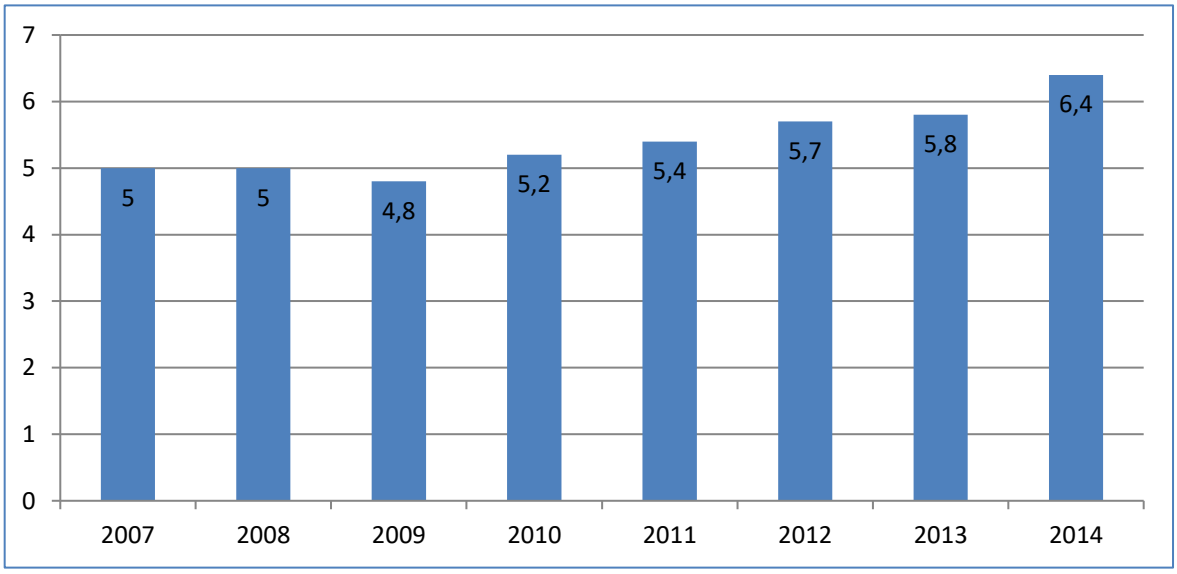
No Brasil, acompanhando a tendência mundial, observa-se um desempenho positivo da atividade turística. Trata-se de uma evolução clara, considerando que o país vem buscando promover políticas que visem o incentivo ao turismo interno. No entanto, ressalta-se que o país não tem atendido as metas estabelecidas no Plano Nacional de Turismo – PNT 2013 – 2016.

[5] UNWTO. General Assembly 19th Session. Tourism towards 2030 – Global Overview.Gyeongju, Republic of Korea, 10 October 2011.

A estruturação da oferta turística com o modelo proposto pelo Programa de Regionalização, a promulgação da Lei do Turismo, os incentivos à qualificação profissional e os grandes eventos favoreceram o turismo e a visibilidade do país. Com o advento da Copa do Mundo de Futebol da Federação Internacional de Futebol (FIFA) em 2014 e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Verão – 2016 espera-se que o turismo brasileiro alcance um novo patamar.

De acordo com dados do Ministério do Turismo (MTur), em 2014 o país recebeu 6.430 milhões de turistas internacionais, significando um aumento de 10,3% em relação a 2013. Ressalta-se que as expectativas eram que o fluxo de turistas aumentasse para 7,2 milhões, devido à Copa do Mundo de Futebol. (BRASIL, 2015a).

GRÁFICO 2: BRASIL – CHEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONAIS (EM MILHÕES) – 2007/2014.



Fonte: BRASIL (2015a).

A América do Sul, a América do Norte e a Europa totalizaram 90% do receptivo internacional do Brasil em 2014. A Argentina continua sendo o principal emissor, com 27,1% de participação e os Estados Unidos, com 10,2%, o segundo emissor. Na 3ª e 4ª colocação estão o Chile e o Paraguai. A França e a Alemanha destacam-se entre os emissores europeus, ocupando respectivamente a 5ª e a 6ª posição. As principais motivações foram sol e praia (49,2%), Copa do Mundo de Futebol (25%), e natureza, ecoturismo ou aventura (12,8%). (BRASIL, 2015b)

Os turistas que vêm a lazer têm preferência pelos destinos: Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis, Foz do Iguaçu e Armação de Búzios; enquanto os turistas de negócios e

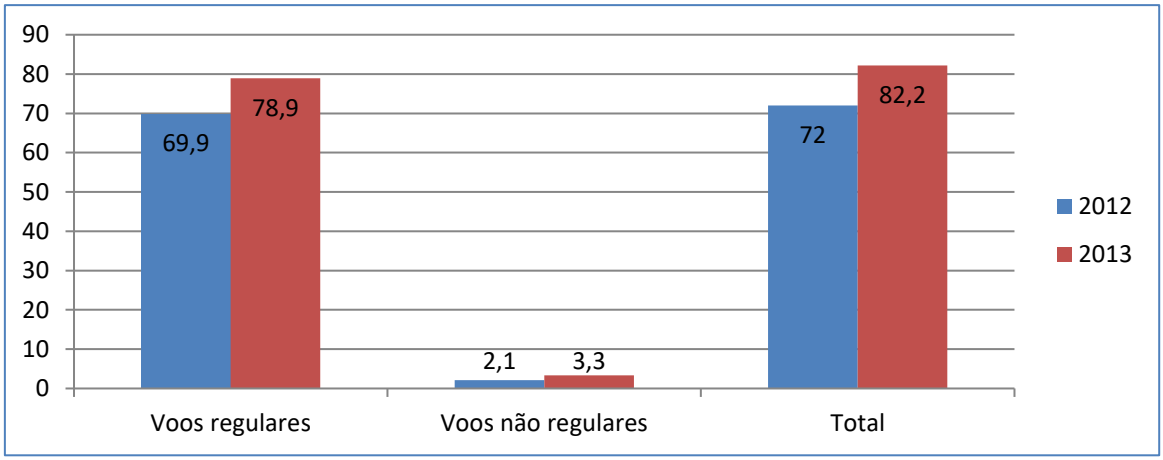
eventos visitam mais São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba. (BRASIL, 2015b)

No que diz respeito aos gastos turísticos, em 2014 foram deixados US$1.294,22 milhões por turistas estrangeiros no Brasil, 14% a mais que no ano anterior. O turista de negócios e eventos realiza o maior gasto per capita/dia, US$ 103,06, seguido do turista de lazer, US$ 86,98. (BRASIL, 2015b)

Uma das maiores comunidades de viajantes e turistas da *internet*, a Minube, elegeu o Brasil como o terceiro melhor destino do mundo e a cidade do Rio de Janeiro a nona mais apreciada para o turismo. Esta comunidade é visitada por mais de 30 milhões de viajantes, reunindo *Pinterest, Facebook, Twitter e Google+*. O Brasil é considerado o primeiro do mundo em atrativos naturais, de acordo com o ranking de competitividade em turismo do Fórum Econômico Mundial, que avaliou 140 nações (BRASIL, abr. 2014)[6].

Com relação ao turismo doméstico, o Brasil cresceu 13,8% no número de desembarque de passageiros entre 2012 e 2013, de acordo com dados da Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – INFRAERO (abr. 2015).

GRÁFICO 3: BRASIL – DESEMBARQUE DE PASSAGEIROS NOS AEROPORTOS (EM MILHÕES) – 2012/2013.



Fonte: INFRAERO, 2014.

Segundo dados da Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem (Dezembro/2015), os destinos turísticos nacionais superaram os internacionais na preferência dos brasileiros; 86,4% disseram pretender realizar viagens para destinos nacionais, enquanto 10,9% para destinos internacionais; os demais não responderam à pesquisa. As regiões preferidas são o Nordeste, o Sudeste e o Sul (BRASIL/FGV PROJETOS, dez. 2015). De acordo com o

[6] http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/04/brasil-esta-entre-os-melhores-destinos-para-viajar, acessadoem 08/04/2014.

MTur, a Copa do Mundo de Futebol colocou o Brasil em evidência para os próprios turistas brasileiros e estimulou o turismo interno (BRASIL, jun. 2014)[7].

No que tange aos aspectos normativos, o Setor Turístico no Brasil é regido pela Lei n° 11.771/08, de setembro de 2008. Intitulada como Lei Geral do Turismo, dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo do setor turístico. Além disso, disciplina a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos.

Segundo a Lei, a Política Nacional do Turismo é regida por um conjunto de leis e normas, voltadas ao planejamento e ordenamento do setor, e por diretrizes, metas e programas definidos no Plano Nacional do Turismo – PNT, estabelecido pelo Governo Federal (BRASIL, 2008).

A partir da criação do MTur e do lançamento do PNT, uma nova política para o setor teve início. Adotou-se um modelo de gestão e estruturação da oferta descentralizado e participativo, que prioriza os produtos turísticos segmentados, tendo por base pesquisas realizadas junto aos mercados nacionais e internacionais identificados como estratégicos.

O PNT 2013-2016 foi lançado em um momento importante para o país com relação ao turismo, devido ao acontecimento de grandes eventos como a Copa das Confederações, realizada em 2013, a Copa do Mundo FIFA 2014 e as Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro. Esses eventos trouxeram grande visibilidade ao Brasil e, a partir deles, a realidade turística no país poderá ser transformada (BRASIL, 2013).

Um dos mais importantes programas em andamento na esfera federal, o Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR Nacional surgiu a partir do interesse de diversos estados brasileiros em obter financiamento para o desenvolvimento turístico, a fim de alcançar as metas do Plano Nacional de Turismo.

Um dos mais importantes programas em andamento na esfera federal, o Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR Nacional surgiu a partir do interesse de diversos estados brasileiros em obter o financiamento para o desenvolvimento turístico, a fim de alcançar as metas do Plano Nacional de Turismo.

O objetivo geral do PRODETUR Nacional é proporcionar o alcance das metas do PNT, de forma a ampliar o papel desempenhado pelo setor no processo de desenvolvimento do país e reduzir a desigualdade de renda da população. Os componentes elegíveis do Programa são:

- Estratégia de produto turístico;
- Estratégia de comercialização;
- Fortalecimento institucional;
- Infraestrutura e serviços básicos;

[7] http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/2563-copa-estimula-o-turismo-interno-revela-pesquisa.html. Acessado em 01/02/2016.

- Gestão ambiental.

Para serem iniciadas as ações do PRODETUR Nacional, os estados e municípios que aprovaram suas cartas-consulta devem elaborar o PDITS.

O PDITS é, assim, um instrumento de planejamento e gestão do desenvolvimento do turismo em sua área de abrangência, de maneira integrada entre as diversas instituições envolvidas com o turismo, tendo em vista a exploração racional dos recursos turísticos, respeitando o meio ambiente natural e construído e a identidade cultural das populações residentes no local em que o turismo acontece.

No caso do estado do Rio Grande do Norte, o PDITS está sendo elaborado via Projeto RN Sustentável, por meio de contrato de empréstimo firmado junto ao Banco Mundial.

Visando beneficiar-se com esse momento especial para o turismo brasileiro, e contribuir como um dos principais destinos do país, o Rio Grande do Norte, alinhado às diretrizes e objetivos definidos pelo PNT 2013-1016 está desenvolvendo o PDTIS do Polo Agreste/Trairí.

A metodologia adotada para a elaboração deste documento segue a estrutura e conteúdo constantes nos Termos de Referência para a sua consecução e se baseia em pesquisas primárias e secundárias de natureza quantitativa e qualitativa.

As pesquisas primárias realizadas foram direcionadas aos serviços e equipamentos turísticos, bem como aos atrativos turísticos.

No que tange aos serviços e equipamentos turísticos, foram aplicados formulários de pesquisa nos empreendimentos indicados pelos municípios do Polo.

Para a caracterização e a avaliação dos atrativos turísticos, foi realizada pesquisa *in loco*, seguindo a metodologia proposta nos formulários de pesquisa do Inventário da Oferta Turística, do Ministério do Turismo (MTur).

Ao longo do documento, foram utilizados os conceitos constantes nos Manuais de Segmentação do MTUR[8], a saber:

> TURISMO CULTURAL compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2006 apud BRASIL, 2010a, p.15).
>
> TURISMO RELIGIOSO uma subcategoria do Turismo Cultural, configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo (BRASIL, 2010a, p.19).
>
> ECOTURISMO é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e

Acessado em 02/02/2016

busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações (BRASIL, 2010b, p.17).

TURISMO DE AVENTURA compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo (BRASIL, 2006 apud BRASIL, 2010c, p.14).

TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social (BRASIL, 2006 apud BRASIL, 2010 d, p.15).

1 LOCALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO GERAL DA ÁREA TURÍSTICA SELECIONADA: POLO TURÍSTICO AGRESTE/TRAIRÍ

1.1 RIO GRANDE DO NORTE

O estado do Rio Grande do Norte localiza-se na Região Nordeste do Brasil.

FIGURA 1: LOCALIZAÇÃO DO RIO GRANDE DO NORTE

Fonte: ITEC,2016.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, o estado possui área total de 52.811,126 km² e é composto por167 municípios. Sua população estimada para 2015 é de 3.168.027. Sua densidade demográfica de 59,99 hab./km² (IBGE,2013a).

O Produto Interno Bruto (PIB) do Rio Grande do Norte em 2013, ainda segundo o IBGE (2013a), foi de R$51.445.700, o que corresponde a 7,11% de participação no PIB

nordestino. Quanto ao PIB per capita, o estado possui o 3º maior do Nordeste, R$ 15.247,87.

Os principais setores econômicos do Rio Grande do Norte são serviços (70,9%), indústria (24%) e agropecuária (5,1%) (Francisco, [s.d]).

A agricultura é bem diversificada, com enfoque para o cultivo de arroz, algodão, feijão, fumo, mamona, cana-de-açúcar, mamão, melão, coco, mandioca, melancia, manga, acerola, banana, caju e milho. A agropecuária potiguar também representa um forte segmento econômico, representada pelos rebanhos bovinos e suínos. A atividade industrial concentra-se na região metropolitana de Natal, com destaque para os produtos têxteis, bebidas e agroindústrias. A indústria petrolífera é de fundamental importância para a economia do Rio Grande do Norte, uma vez que o estado é o maior produtor nacional de petróleo em terra, além de possuir três unidades de processamento de gás natural. A mineração destaca-se com a extração de sal marinho (cerca de 90% da produção nacional), calcário, estanho, gás natural, petróleo e feldspato (Francisco, [s.d]).

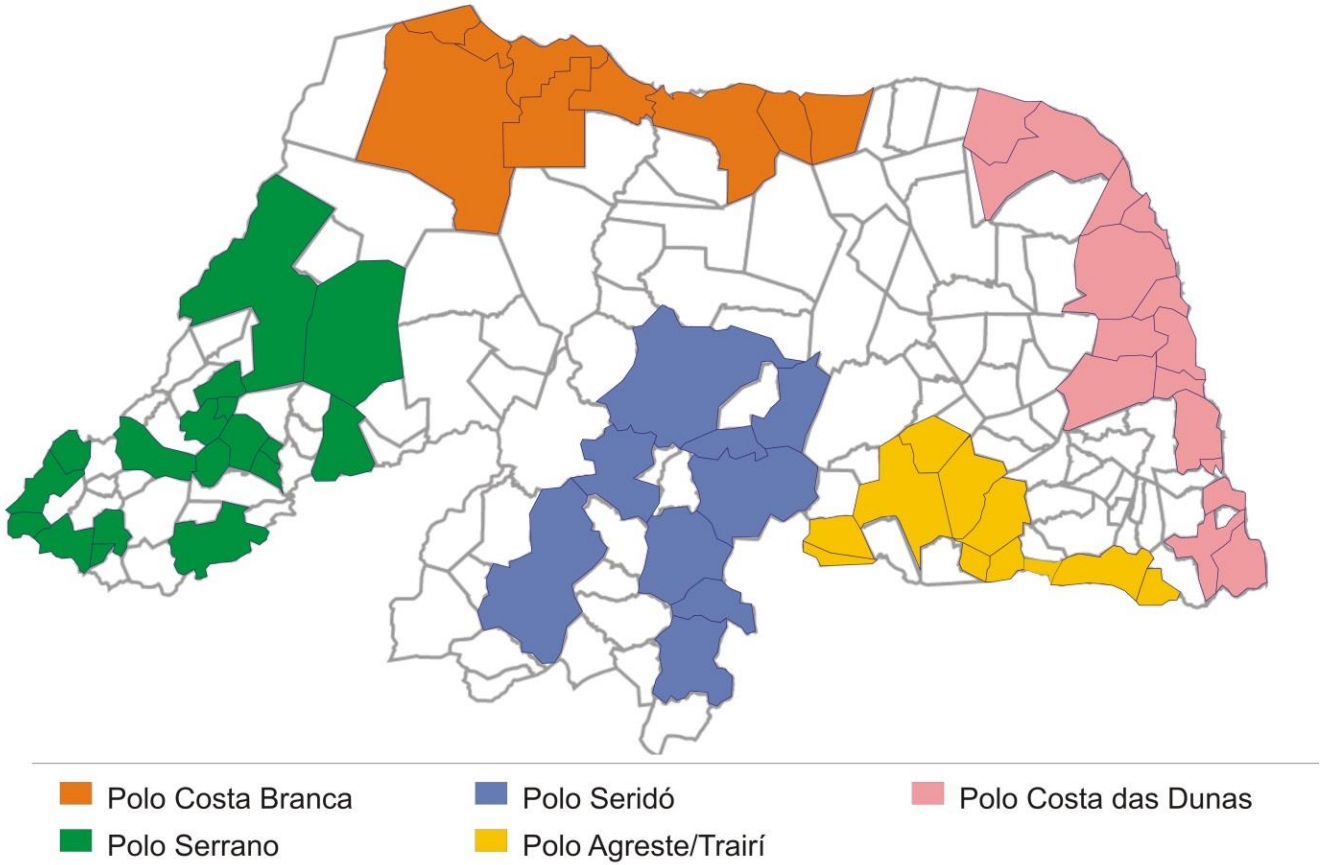
O turismo também é uma atividade importante para o desenvolvimento econômico regional, constituindo-se no segmento econômico que mais emprega no Rio Grande do Norte, cerca de 120 mil postos atualmente. Impacta ainda 56 atividades econômicas, direta ou indiretamente e possui enorme potencial e perspectiva de incremento, diante do potencial existente no estado. São mais de dois milhões de visitantes anualmente, sendo que os principais destinos são as praias de Ponta Negra, Pipa e Genipabu (Francisco, [s.d]).

Como forma de promover a interiorização do turismo, tendo como objetivo central aumentar as fontes de renda e o emprego formal no setor para que este não fique apenas concentrado em Natal e arredores, o governo estadual criou cinco polos turísticos. Os Polos reúnem municípios com potencialidades turísticas semelhantes como forma de promover a estruturação e o planejamento do desenvolvimento do turismo sustentável, respeitando as tradições e as práticas sociais e culturais, além de promover o desenvolvimento do turismo seletivo e organizado, gerador de ganho econômico e social (Rio Grande do Norte, 2015a).

Assim, pretende-se que os recursos turísticos nas diversas regiões do estado se transformem efetivamente em produtos turísticos, propiciando o desenvolvimento sustentável da atividade, com a valorização e a proteção do patrimônio natural e cultural e o respeito às diversidades regionais.

A figura a seguir apresenta os cinco Polos Turísticos do Rio Grande do Norte que abrangem, ao todo, 65 municípios.

FIGURA 2: POLOS TURÍSTICOS – RIO GRANDE DO NORTE



Fonte: ITEC, 2016. Baseado no RIO GRANDE DO NORTE (2015a).

O Polo Costa das Dunas é o portão de entrada do estado e o que recebe maior fluxo de turistas, tanto nacionais como internacionais. O principal segmento trabalhado é o Sol e Mar. Também é a região com melhor infraestrutura turística. Destaque para a capital Natal e praias internacionalmente conhecidas, como Ponta Negra, Genipabu, Maracajaú e Pipa.

O Polo Costa Branca localizado na região do semiárido também é uma importante região turística para o estado. Dispõe de um conjunto municípios com alternativas do turismo de natureza, cultural, religioso ou místico, gastronômico, eventos ou negócios, rural, e do turismo de Sol e praia. Além disso, o Polo é composto por municípios que desenvolvem atividades produtivas de grande importância para a economia do Estado como o sal, a fruticultura irrigada e o petróleo. Reúne também sítios arqueológicos e paleontológicos.

Ao sul do Estado, no Polo Seridó são encontrados ecossistemas naturais com vegetação de caatinga. Abrange importantes sítios arqueológicos, que registram a presença do homem pré-histórico, através de inscrições rupestres. Encontram-se ainda serras, cavernas, trilhas, rios, açudes e tanques naturais. As tradições populares, como folguedos e festas religiosas, são importantes insumos turísticos, além da gastronomia genuinamente sertaneja e o rico artesanato com seus famosos bordados.

Localizado no semi-árido nordestino, o Polo Serrano possui clima ameno em algumas de suas cidades, que varia entre 16º a 22º. Favorecido pela geografia repleta de serras e outros atributos naturais, a região possui grande potencial para o desenvolvimento de atividades ligadas à natureza. O clima de serra e a gastronomia requintada fazem da região o melhor lugar para se viver a experiência do “inverno nordestino”.

O Polo Agreste/Trairí atrai fluxo de turistas em busca de atividades ligadas a fé, e também devido a seus recursos naturais, propícios a prática de atividades ligadas à natureza. Os festejos juninos e religiosos e a culinária são outros atrativos para quem visita a região.

Este último Polo, objeto do presente trabalho, ainda não possui planejamento para o desenvolvimento do turismo sustentável, daí a importância da elaboração do PDITS que tem por objetivo nortear o crescimento da atividade turística e estabelecer as diretrizes para a definição de ações necessárias. Existe a necessidade de aprofundamento sobre a avaliação do mercado turístico nas áreas, de modo a subsidiar a identificação e priorização de ações coerentes com os objetivos estratégicos do turismo para o estado e de acordo com a realidade de atratividade do Polo, tanto do ponto de vista da demanda quanto da oferta.

1.2 POLO TURÍSTICO AGRESTE/TRAIRÍ

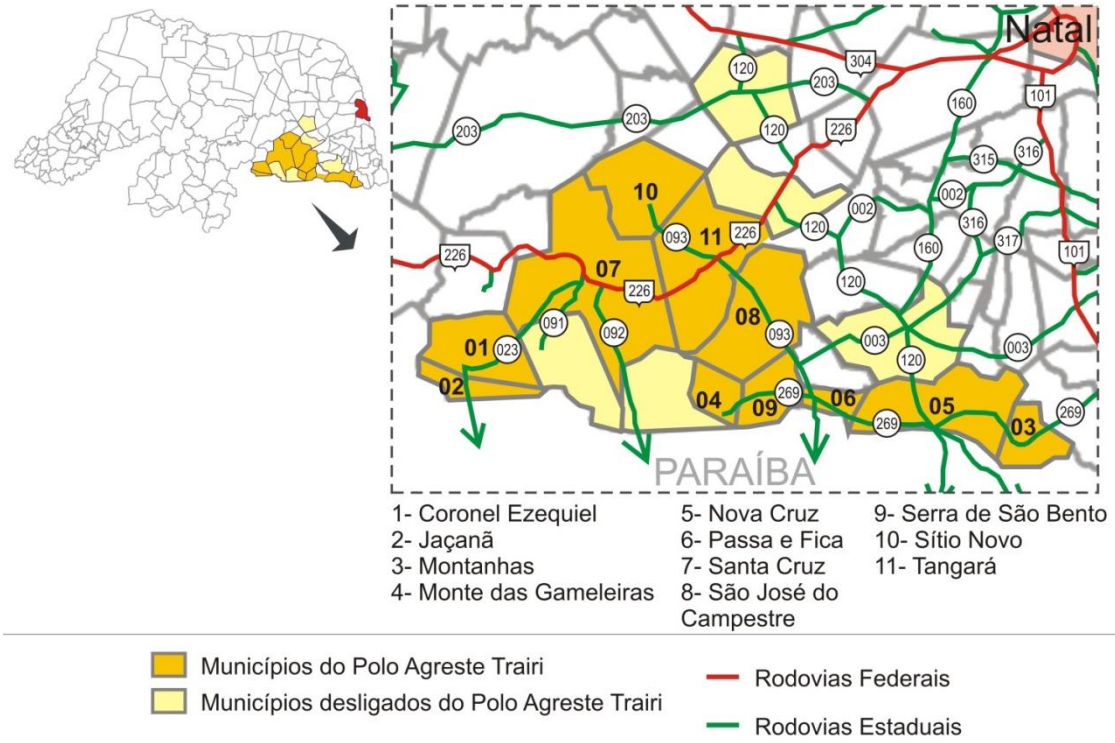
A região do Polo Agreste/Trairí localiza-se a uma média de 126 km da capital rio-grandense e a faz divisa com o estado da Paraíba.

Inicialmente o Polo Agreste/Trairí era composto por 16 municípios. No entanto, no final de 2015, em uma ação demandada pelo MTur para todas as Regiões Turísticas brasileiras, foi realizado um novo mapeamento dos Polos Turísticos do Rio Grande do Norte.

Esse remapeamento baseou-se em critérios definidos pelo próprio Mtur e aplicados em oficinas pela Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Norte – SETUR/RN junto aos atores locais, que validaram o novo formato da Região Turística.

Sendo assim, do Polo Agreste/Trairí foram retirados 5 municípios: Japi, Santo Antônio, São Bento do Trairí São Paulo do Potengi, Serra Caiada; e mantiveram-se 11: Coronel Ezequiel, Jaçanã, Montanhas, Monte das Gameleiras, Nova Cruz, Passa e Fica, Santa Cruz, São José do Campestre, Serra de São Bento, Sítio Novo e Tangará, conforme apresentado na figura a seguir.

FIGURA 3: POLO AGRESTE/TRAIRÍ



Fonte: ITEC, 2016. Baseado em RIO GRANDE DO NORTE (2015a).

O Polo possui 5% da população do Rio Grande do Norte e 4,4% de sua área territorial, conforme apresentado na tabela a seguir.

TABELA 1: INFORMAÇÕES GERAIS DOS MUNICÍPIOS - POLO AGRESTE/TRAIRÍ.

MUNICÍPIO		POPULAÇÃO ESTIMADA (2015)	UNIDADE TERRITORIAL (KM²)*	DISTÂNCIA DE NATAL (KM)**	IDHM[9]
1	**Coronel Ezequiel**	5 587	185,7	159	baixo
2	**Jaçanã**	8 827	54,5	158,5	médio
3	**Montanhas**	11 572	82,2	99	baixo
4	**Monte das Gameleiras**	2 219	71,9	149,8	baixo
5	**Nova Cruz**	37 395	277,6	104	médio
6	**Passa e Fica**	12 655	42,1	130,7	médio
7	**Santa Cruz**	38 924	624,3	122	médio
8	**São José do Campestre**	12 933	341,1	118	médio
9	**Serra de São Bento**	5 883	96,6	137,6	baixo
10	**Sítio Novo**	5 433	213,4	117	baixo
11	**Tangará**	15 529	356,8	93,9	médio
TOTAL		156957	2346,2	-	-

Fonte: ITEC, 2016. Baseado em: * IBGE (2013a). ** GOOGLE MAPS (2016) e ATLAS BRASIL (2010)

Os municípios que fazem parte das regiões turísticas brasileiras foram categorizados pelo MTur a partir da metodologia de análise de cluster (agrupamento) que as seguintes variáveis de desempenho econômico:

> I – número de estabelecimentos formais cuja atividade principal é hospedagem (Relação Anual de Informações Sociais – RAIS/ Ministério do Trabalho e Emprego - MTE);
>
> II – número de empregos formais no setor de hospedagem (RAIS/MTE);
>
> III – estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Doméstica (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE/MTur); e
>
> IV – estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Internacional.

A categorização, instituída pela Portaria do MTur nº144/2015,atende à necessidade do MTur de aprimorar os critérios para definir políticas públicas para o setor e criar um instrumento capaz de subsidiar, de forma objetiva, a tomada de decisões de acordo com o desempenho da economia do turismo de cada localidade. .

Os municípios do Polo Agreste/Trairí encontram-se, em sua maioria, nas categorias D e E, que reúne municípios de menor fluxo de turistas e empregos formais no setor. Apenas Santa Cruz ficou na categoria C. O quadro a seguir apresenta a categoria de cada um dos municípios do Polo, de acordo com o MTur.

[9] Fonte: http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/ranking, acesso em novembro de 2014.

QUADRO 1: INFORMAÇÕES GERAIS DOS MUNICÍPIOS - POLO AGRESTE/TRAIRÍ.

	MUNICÍPIO	CATEGORIA
1	**Coronel Ezequiel**	E
2	**Jaçanã**	D
3	**Montanhas**	E
4	**Monte das Gameleiras**	E
5	**Nova Cruz**	D
6	**Passa e Fica**	D
7	**Santa Cruz**	C
8	**São José do Campestre**	D
9	**Serra de São Bento**	D
10	**Sítio Novo**	E
11	**Tangará**	E

Fonte: Informações fornecidas por e-mail pela SETUR/RN, 2015.

A seguir, breve descrição dos municípios do Polo Agreste/Trairí.

1.3 MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRÍ

CORONEL EZEQUIEL

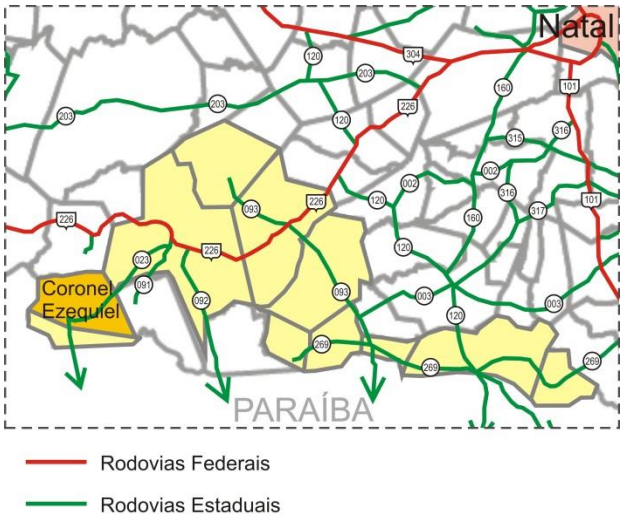


FOTO 1: AÇUDE DO GOVERNO – CORONEL EZEQUIEL
Fonte: ITEC,2015.

O município de Coronel Ezequiel está localizado na Borborema Potiguar, na Região do Trairí, já próximo à fronteira com o estado da Paraíba e a 159 km de Natal. O nome do município é uma homenagem ao coronel Ezequiel Mergelino de Sousa (1866 – 1953), um dos grandes responsáveis pelo desenvolvimento da região. Possui atributos naturais que possibilitam o desenvolvimento de atividades turísticas ligadas à natureza, e festas tradicionais. Pela metodologia do MTur, o Município enquadra-se na categoria E.

JAÇANÃ

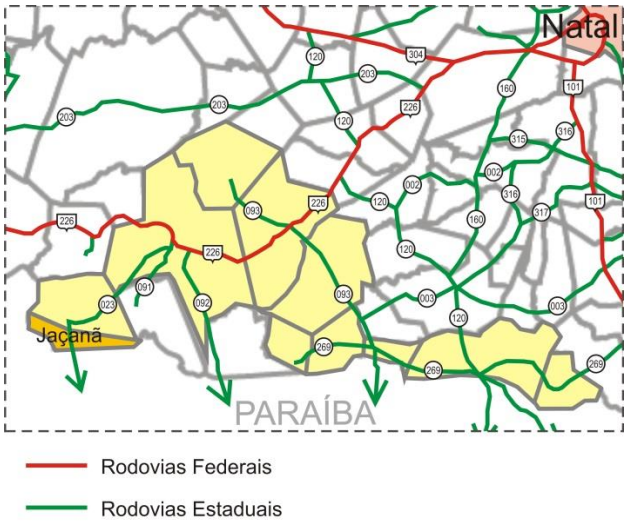


FOTO 2: VISTA DA PEDRA REDONDA – JAÇANÃ
Fonte: ITEC,2015.

O município de Jaçanã está localizado na Região do Trairí, na fronteira com o estado da Paraíba, a 158,5 km de Natal. O município produz cerca de 150 mil toneladas de caju por ano e tem potencial para o desenvolvimento de atividades turísticas ligada à natureza. Além disso, promove todos os anos a Festa do Caju, festa tradicional que tem o objetivo de promover a “cultura do caju” e do agronegócio em geral. A Jaçanã recebe a categoria D segundo metodologia adotada pelo MTur.

MONTANHAS

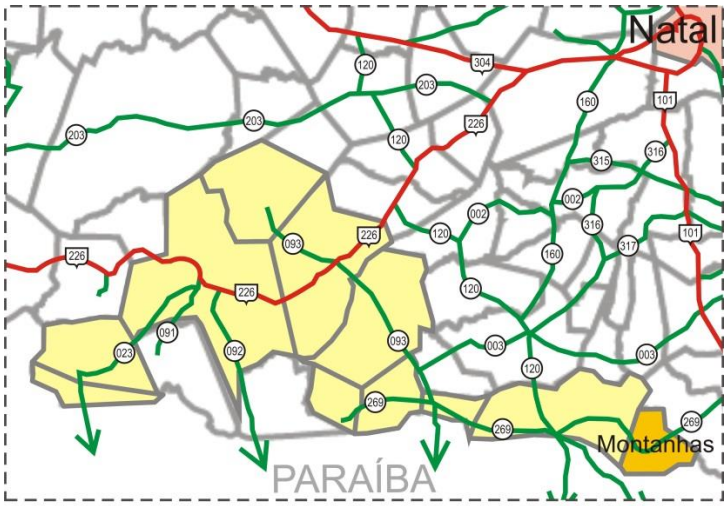


FOTO 3: IGREJA DE SÃO JOÃO BATISTA – MONTANHAS
Fonte: ITEC,2015.

O município de Montanhas está localizado na Região do Trairí, na fronteira com o estado da Paraíba, a99 km de Natal. A povoação de Lagoa de Montanhas alcançou progresso a partir da fertilidade de suas terras, que sempre garantiu grande produção de cereais. A chegada da estrada de ferro, interligando a região à capital do estado, no ano de1882, foi o acontecimento que veio garantir o crescimento do povoado. A categoria E foi atribuída ao município pela metodologia adotada pelo MTur.

MONTE DAS GAMELEIRAS

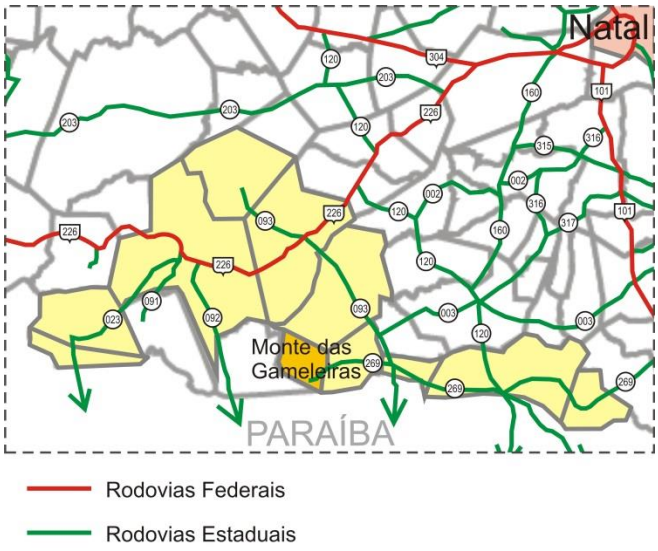


FOTO 4: PEDRA DA MESA – MONTE DAS GAMELEIRAS
Fonte: ITEC,2015.

Monte das Gameleiras está localizado na Região Agreste do Rio Grande do Norte, já na divisa com o estado da Paraíba, a 149,8 km de Natal. O município favorece a prática de atividades turísticas ligadas à natureza, devido a sua geografia privilegiada. O clima mais ameno também é um dos seus atrativos. A categoria E foi atribuída ao município segundo o MTur.

NOVA CRUZ

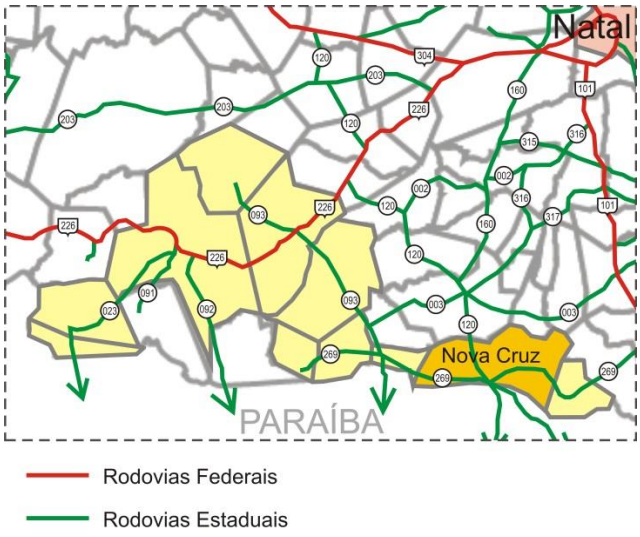
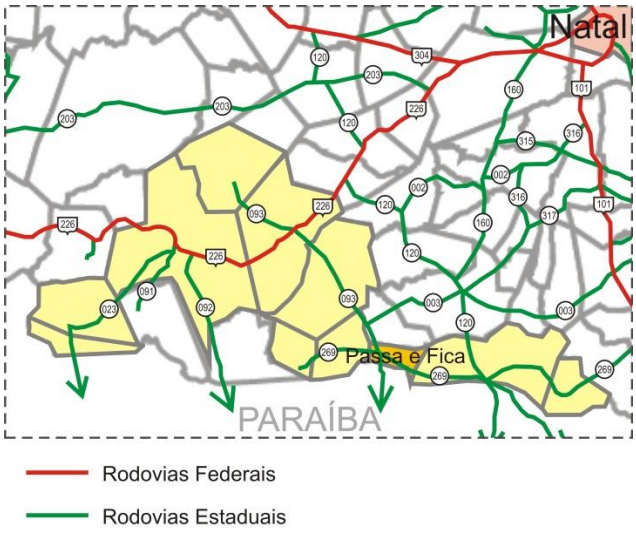


FOTO 5: IGREJA MATRIZ – NOVA CRUZ
Fonte: ITEC,2015.

Um dos mais importantes municípios da Região Agreste Potiguar, Nova Cruz está a 104 km de Natal. A cidade destaca-se pelo patrimônio histórico cultural material e imaterial. A categoria D lhe foi atribuída a partir de metodologia adotada pelo MTur.

PASSA E FICA



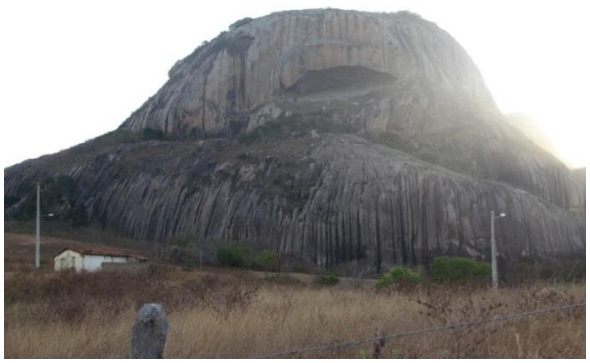


FOTO 6: PEDRA DA BOCA – PASSA E FICA
Fonte: ITEC,2015.

Localizado em pleno Agreste Potiguar, a 130,7 km de Natal, o município de Passa e Fica possui importantes atributos naturais, onde já acontecem atividades de ecoturismo e turismo de aventura, como rapel, escaladas e caminhadas. A Pedra da Boca, que é uma atração do estado vizinho, localiza-se grande parte no território de Passa e Fica, e pode ser aproveitada pelas pessoas que visitam o Rio Grande do Norte. A categoria do município segundo o MTur é a D.

SANTA CRUZ

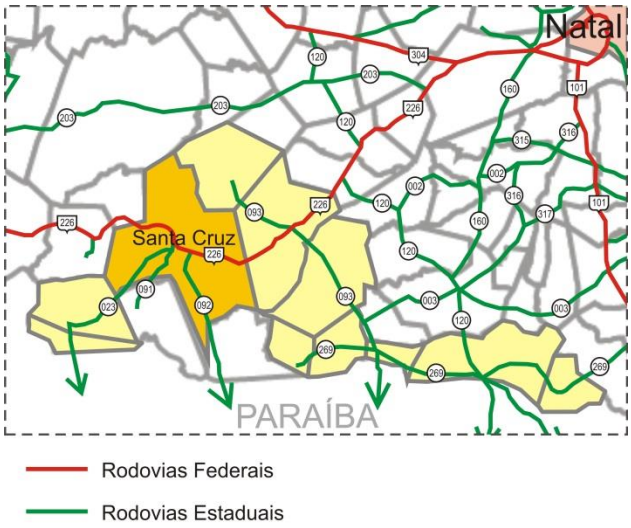


FOTO 7: IMAGEM DE SANTA RITA DE CÁSSIA – SANTA CRUZ
Fonte: ITEC,2015.

Importante polo de serviços da região Trairí, Santa Cruz localiza-se a 122 km de Natal. A É muito procurado para o turismo religioso devido ao Complexo Turístico Religioso Alto de Santa Rita que possui uma estátua da santa de 56 metros de altura. Santa Cruz também conta com eventos culturais e festivos. A categoria do município segundo o MTur é a C.

SÃO JOSÉ DO CAMPESTRE

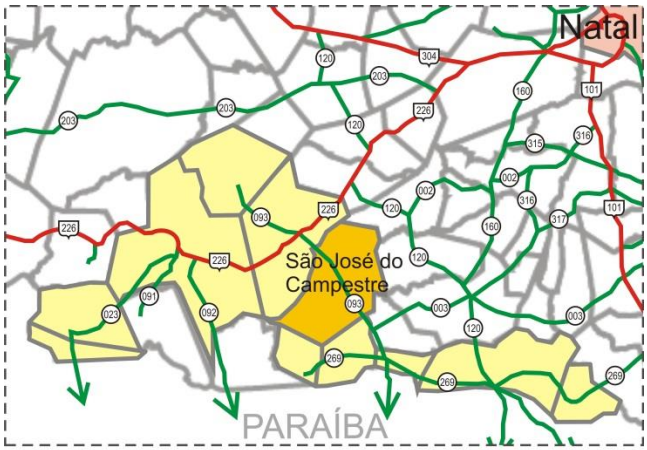


FOTO 8: CRUZEIRO DE FREI DAMIÃO – SÃO JOSÉ DO CAMPESTRE
Fonte: ITEC,2015.

São José do Campestre localiza-se a 118 km de Natal, microrregião da Borborema Potiguar.É voltada para as atividades da agricultura, da pecuária e para a avicultura, contando ainda com significativa produção leiteira. Possui uma das feiras mais movimentadas do interior do estado do Rio Grande do Norte. A categoria D foi atribuída ao município segundo o MTur.

SERRA DE SÃO BENTO

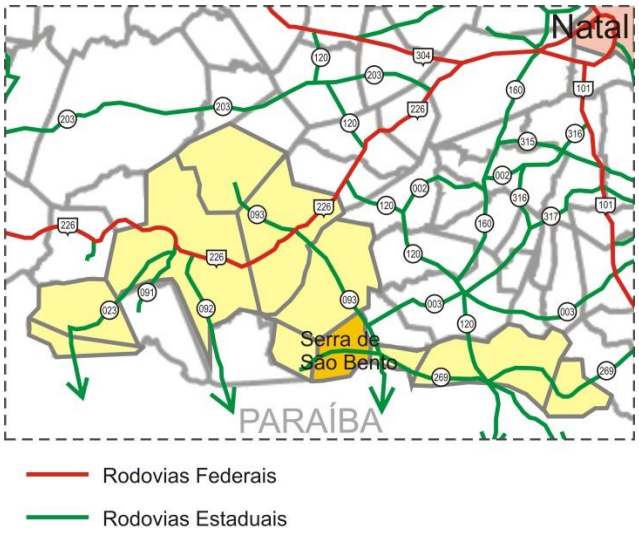


FOTO 9: POUSADA VILLAS DA SERRA – SERRA DE SÃO BENTO
Fonte: ITEC,2015.

Localizada na Região da Borborema Potiguar a 137,6 Km de Natal, a cidade de Serra de São Bento possui geografia adequada à prática de atividades ligadas à natureza. A gastronomia também é um de seus atrativos. A categoria do município segundo o MTur é a D.

SÍTIO NOVO

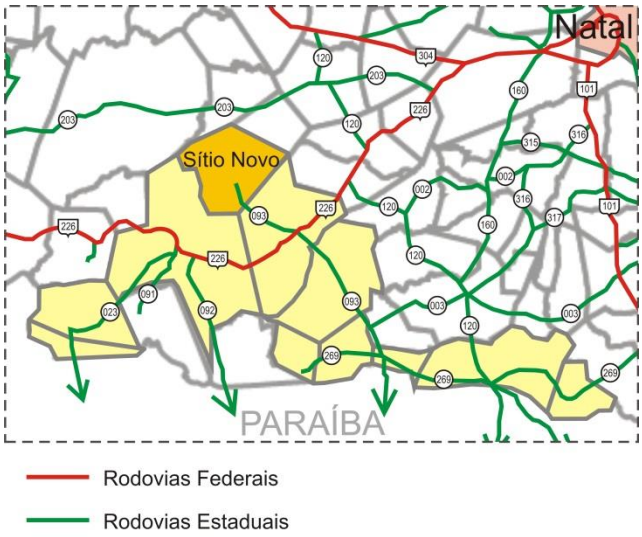


FOTO 10: CASTELO ZÉ DOS MONTES – SÍTIO NOVO
Fonte: ITEC,2015.

A cidade de Sítio Novo está localizada na Região da Borborema Potiguar a 117 km de Natal. Uma das atrações que mais atrai a curiosidade dos visitantes é o Castelo Zé dos Montes, localizando no alto da Serra dos Tapuios. Além disso, o município já desenvolve atividades de ecoturismo e turismo de aventura. A categoria do município segundo o MTur é a E.

TANGARÁ

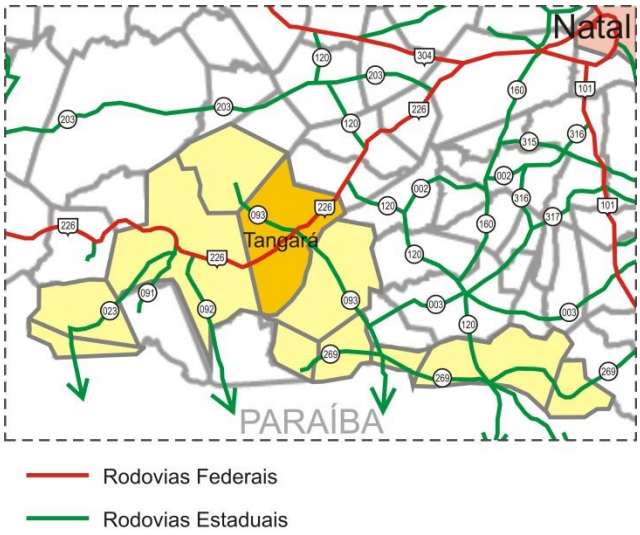


FOTO 11: AÇUDE DA GUARITA – TANGARÁ
Fonte: ITEC,2015.

O município de Tangará está localizado na Região da Borborema Potiguar, a 93,9 km de Natal. A tradição cultural é o seu ponto forte. O premiado Arraiá do Lampião, que acontece durante os festejos juninos é um dos destaques. A categoria E foi atribuído ao município segundo metodologia do MTur.

2 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO DA ÁREA TURÍSTICA

2.1 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA ATUAL

2.1.1 Tendências no perfil quantitativo dos visitantes[10]

DEMANDA ATUAL

Na ausência de pesquisas de campo sobre fluxo de demanda turística no Estado do Rio Grande do Norte, RN, e no Polo Turístico Agreste/Trairi, decidiu-se por estimar este fluxo por meio de estatísticas sobre ocupação, utilização e permanência da oferta de unidades habitacionais, UH, existentes no Estado e no Polo. O procedimento desta estimação é apresentado na sequência, enquanto os seus resultados estão ilustrados na tabela a seguir, discriminados para o Estado para todos os polos turísticos potiguares.

Em outubro de 2015, a Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte, SETUR-RN divulgou o resultado de um levantamento concluído em setembro daquele mesmo ano sobre a oferta de meios de hospedagem no Estado. O estudo foi confeccionado a partir de pesquisas telefônicas, sites e com o auxílio do sistema do CADASTUR (cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo).

TABELA 2: RIO GRANDE DO NORTE: MEIOS DE HOSPEDAGENS, UNIDADES HABITACIONAIS, LEITOS E FLUXO TURÍSTICO HOTELEIRO ESTIMADO– SET/2015

MICRO REGIÕES	MH	UH SET/2015	LEITOS	FLUXO TUR.HOTEL SET 2015	PARTICIPAÇÃO DO FLUXO NO ESTADO
Rio Grande do Norte	**625**	**18.636**	**52.550**	**1.375.534**	100%
Polo Turístico Costa da Dunas	473	14846	42.892	**1.029.015**	74,81%
Polo Turístico Costa Branca	65	1926	4.771	133.496	9,71%
Polo Turístico Seridó	28	683	1.730	47.341	3,44%
Polo Turístico Serrano	22	510	1.493	35.349	2,57%
Polo Turístico Agreste/Trairi*	**24**	**321**	**850**	**22.249**	**1,618%**
Outros Municípios	13	350	814	24.259	1,76%

Fonte: Elaborada por ITEC, baseada em estatísticas da Setur RIOGRANDE DO NORTE (set. 2015b).

[10] Estudo econométrico completo no Apêndice V.

A tabela a seguir aporta as demais estatísticas e parâmetros utilizados para deduzir a demanda turística no Estado e no Polo.

TABELA 3: RIO GRANDE DO NORTE E NATAL: ESTATÍSTICAS UTILIZADAS NA ESTIMAÇÃO DO FLUXO TURÍSTICO

VARIÁVEIS	VALOR	ANO	FONTE
Brasil: tx. média de ocupação hoteleira	50,2%	2015	FOB (2015)
Agreste/Trairi: número de UH	321	2015	SETUR/RN (2015)
Agreste/Trairi: número de leitos por UH	850	2015	SETUR/RN (2015)
Estado do RN: leitos por UH	2,82		
Agreste/Trairi: leitos por UH	2,65	2015	SETUR/RN (2015)
Agreste/Trairi: Tx .Cresc.anual MH	10,4%	2006 a 2013	IBGE (2014) -CNAE 2.0 - Alojamento e Alimentação
Natal: Turistas domésticos hospedados em hotéis/Pousadas/flats/Resort	60,9%	2011	SETUR/RN (2012)
Natal: Turistas estrangeiros hospedados em Hotel, flat, pousadas ou resort	73,1%	2011	SETUR/RN (2012)
Dias no ano	365		-
RN: Permanência média (dias) em Hotel	7		FECOMERCIO/RN (2014)
Brasil: Turismo Receptivo Permanência Média (dia)	9	2010/11	MTUR/FIPE (2012)

Fonte: Elaborado por ITEC.

Estimado o fluxo turístico hoteleiro para o Estado e para o Polo, o passo seguinte consistiu na segmentação do fluxo total em doméstico e estrangeiro

TABELA 4:RIO GRANDE DO NORTE: FLUXO TURÍSTICO HOTELEIRO TOTAL, DOMÉSTICO E ESTRANGEIRO 2015

ESTADO E POLOS	DOMÉSTICO	ESTRANGEIRO	TOTAL
Rio Grande do Norte	**1.229.621**	**145.913**	**1.375.534**
Polo Turístico Costa da Dunas	1.016.946	120.675	1.137.621
Polo Turístico Costa Branca	131.930	15.655	147.586
Polo Turístico Seridó	46.785	5.552	52.337
Polo Turístico Serrano	**34.935**	**4.146**	**39.080**
Polo Turístico /Trairi*	34.935	4.146	39.080
Outros Municípios	11.028	1.309	12.337
Participação no Total	**89,4%**	**10,6%**	**100%**

Fonte: Elaborado por ITEC, baseada em estatísticas de tabelas anteriores.

Segundo a SETUR-RN (*apud* Prefeitura Municipal de Natal, 2012) um total de176.303 turistas estrangeiros visitaram o Estado do Rio Grande do Norte, o que significa que 3,1% é a participação (*market-share*) do Estado no total de turistas estrangeiros que vieram ao Brasil naquele ano.

Ainda segundo aquele mesmo Plano, 73,1% dos turistas estrangeiros utilizaram meios de hospedagem (hotel, pousada, flat/apart, albergue, pensão/hospedaria, resort). Admitindo-se o mesmo percentual do *market-share* potiguar para os anos seguintes, obtém-se um total 199.689 (3,106% x 6.429.852) turistas estrangeiros em 2014 para o Estado. Para 2015 foram atribuídos valores iguais, considerando a situação econômica do país nesse ano. Multiplicando-se este total pelo percentual de hospedagem em hotelaria, tem-se então o número de turistas estrangeiros que se utilizam de meios de hospedagem = 145.913 (199.689 x 0,731). Essa mesma estimativa para o Polo Agreste/Trairi correspondeu a 2.360 turistas, onúmero obtido da multiplicação da participação de UH do Polo no Estado, de 1,62%, pelo total de turistas estrangeiros hospedados em hotelaria, ou seja, 1,618% x 145.913.

TABELA 5: NATAL/RN: MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS PELOS TURISTAS

MEIOS DE HOSPEDAGEM	TOTAL	NACIONAL	ESTRANGEIRO
Hotéis	41,7%	41,1%	47,4%
Pousada	16,1%	15,7%	20,0%
Flat/Apart	2,8%	2,8%	3,2%
Albergue	2,0%	0,8%	1,4%
Pensão/hospedaria	4,0%	0,3%	1,1%
Resort	0,2%	0,2%	0,0%
Total	**66,8%**	**60,9%**	**73,1%**

Fonte: SETUR/RN (2012, apud PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL, 2012) – PDITS – Natal

TABELA 6: BRASIL E RIO GRANDE DO NORTE: FLUXO TURÍSTICO ESTRANGEIRO

ANO	BRASIL	RN: CHEGADAS DE TURISTAS ESTRANGEIROS		
		PELO ESTADO	POR OUTROS	TOTAL*
2010	5.161.379	46.578	121.698	168.276
2011	5.433.354	44.235	124.506	168.741
2012	5.676.843	40.488	135.815	176.303
2013	5.813.342	35.888	144.654	180.542
2014	6.429.852	38.014	161.675	199.689

Fontes: BRASIL (2015a) - Brasil e Portão RN: Mtur, Anuário Estatístico do Turismo; Total: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL, 2010, até 2012. A partir de 2013, estimados a partir do total Brasil.

Segundo a SETUR/RN (*apud* Prefeitura Municipal de Natal, 2012), em 2012, 60,9% dos turistas domésticos que visitaram o Rio Grande do Norte se hospedaram em meios de hospedagem (hotel, pousada, flat/apart, albergue, pensão/hospedagem, resort). Novamente mantém-se constante este percentual para os anos seguintes, por se tratar de um parâmetro dependente de variáveis socioeconômicas estruturais, cujos valores não se alteram

significativamente no curto prazo. Então, dividindo-se fluxo hospedado em hotelaria por aquele percentual, obtém-se o total de turistas domésticos no estado, ou seja, 2.019.082 (1.229.621 / 0,609). Pelo mesmo procedimento, obteve a estimativa para o Polo Agreste/Trairi, ou seja, 32.659 (19.889 / 0,609) turistas domésticos.

TABELA 7: RN E POLOS: FLUXO TURÍSTICO TOTAL, 2015.

ESTADO E POLOS	DOMÉSTICO	ESTRANGEIRO	TOTAL
Rio Grande do Norte	**2.019.082**	**199.689**	**2.218.771**
Polo Turístico Costa das Dunas	1.510.444	149.384	1.659.828
Polo Turístico Costa Branca	195.953	19.380	215.333
Polo Turístico Seridó	69.489	6.873	76.361
Polo Turístico Serrano	51.888	5.132	57.020
Polo Turístico Agreste /Trairi*	**32.659**	**3.230**	**35.889**
Outros Municípios	35.609	3.522	39.131
Participação no Total	**91,0%**	**9,0%**	**100%**

Fontes: Doméstico: baseados na oferta hoteleira de 2015 em RIOGRANDE DO NORTE (SET. 2015B); Estrangeiro: manteve-se o mesmo fluxo de 2014 do MTUR em BRASIL (2015a).

A tabela a seguir mostra as participações do fluxo hoteleiro, doméstico e estrangeiro, em relação aos respectivos totais, ou seja, do fluxo total de turistas de 2015 no Estado, 91,0% são de origem doméstica e, deste percentual, 39,1% hospedam-se em hotéis, pousadas, albergues, pensões/hospedarias, *resorts*. No período 2006 a 2011 a média do fluxo doméstico no total foi, segundo a SETUR/RN (*apud* Prefeitura Municipal de Natal, 2012), de 89,5%.

TABELA 8: RIO GRANDE DO NORTE RN E POLOS: FLUXO TURÍSTICO TOTAL DOMÉSTICO E ESTRANGEIRO, 2015.

ESTADO E POLOS	DOMÉSTICO			ESTRANGEIRO			TOTAL
	HOTELEIRO	OUTROS	TOTAL	HOTELEIRO	OUTROS	TOTAL	
RN	**1.229.621**	**789.461**	**2.019.082**	**145.913**	**53.776**	**199.689**	**2.218.771**
Costa das Dunas	919.861	590.584	1.510.444	109.155	40.229	149.384	1.659.828
Costa Branca	119.335	76.618	195.953	14.161	5.219	19.380	215.333
Seridó	42.319	27.170	69.489	5.022	1.851	6.873	76.361
Serrano	31.600	20.288	51.888	3.750	1.382	5.132	57.020
Agreste-Trairi*	19.889	12.770	32.659	2.360	870	3.230	35.889
Outros Municípios	21.686	13.923	35.609	2.573	948	3.522	39.131
Participação nos totais	**60,9%**	**39,1%**	**91,0%**	**73,1%**	**26,9%**	**9,0%**	**100%**

Fonte: Estimado a partir da oferta de leitos
Nota: (*): distribuído de acordo com a capacidade hoteleira

DISTRIBUIÇÃO DOS TURISTAS POR MEIO DE HOSPEDAGEM

Verifica-se que hotéis e pousadas hospedam mais da metade dos turistas entre todos os meios de hospedagem, tanto os turistas nacionais (56,8%) como os estrangeiros (67,4%).

TABELA 9: RIO GRANDE DO NORTE E POLO AGRESTE/TRAIRÍ: DISTRIBUIÇÃO DOS TURISTAS POR MEIO DE HOSPEDAGEM – 2015

MEIOS DE HOSPEDAGEM	ESTADO			POLO AGRESTE/TRAIRÍ		
	NACIONAL	ESTRANGEIRO	NACIONAL	ESTRANGEIRO	NACIONAL	ESTRANGEIRO
Hotel	829.843	94.652	924.495	13.432	1.531	14.954
Pousada	316.996	39.938	356.934	5.127	646	5.773
Flat/Apart	56.534	6.390	62.924	914	103	1.018
Albergue	16.153	2.736	18.888	261	44	306
Pensão/hospedaria	6.057	2.197	8.254	98	36	134
Resort	4.038		4.038	65		65
Total	1.229.621.	145.913	1.375.534	19.889	2.360	22.249

Fonte: Elaborado por ITEC, baseado em SETUR/RN.

ORIGEM DO FLUXO TURÍSTICO DOMÉSTICO

Considerando-se a inexistência de estatísticas exclusivas sobre a origem do fluxo turístico doméstico no Polo, foram empregados mais uma vez os dados das pesquisas FIPE e MTur, referentes ao ano 2011, para o Estado, cujas participações percentuais dos principais estados emissores estão reproduzidas no gráfico a seguir (BRASIL/FIPE, set. 2012).

Observa-se que, fora os habitantes do próprio Rio Grande do Norte, com 50,1%, São Paulo e Paraíba são os dois estados cujas populações mais visitam o RN, com 11,4% e 8,1%, respectivamente.

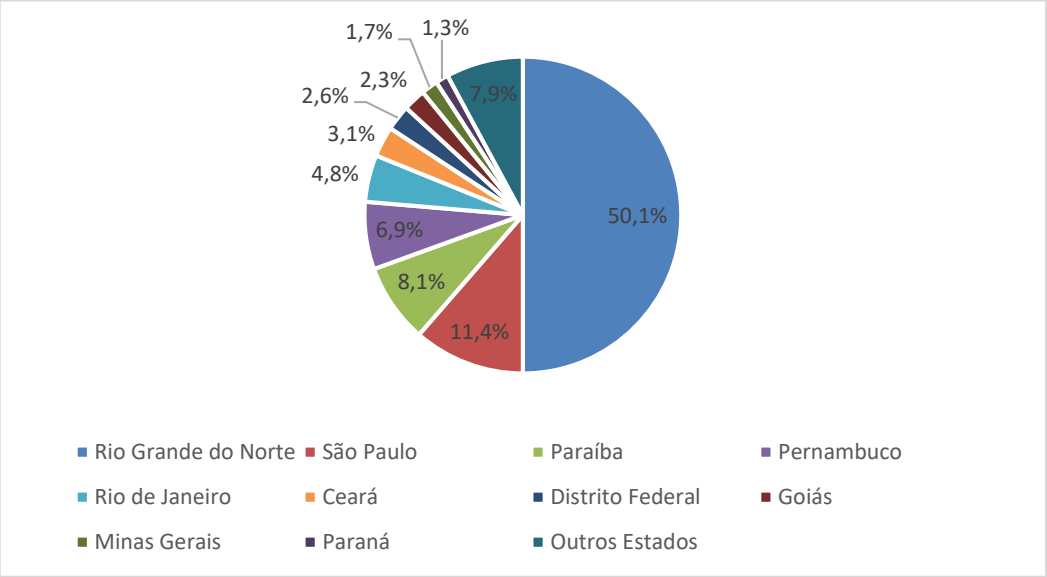


GRÁFICO 4: RIO GRANDE DO NORTE: PRINCIPAIS ESTADOS EMISSORES DO TURISMO DOMÉSTICO, 2011
Fonte: Elaborado pelos autores, baseado em BRASIL/FIPE (set. 2012)

ORIGEM DO FLUXO TURÍSTICO ESTRANGEIRO

Para determinação da procedência do turismo receptivo de estrangeiros, foram utilizadas as estatísticas do Ministério do Turismo, Brasil (2015a), que, em conjunto com o Departamento de Polícia Federal, publica o Anuário Estatístico de Turismo, com dados mensais, anuais e série histórica, detalhados por todos os países e continentes. No período analisado, Argentina e Itália sempre foram os dois principais países emissores, respondendo na média do período, por 31,2%. Apenas em 2011 Portugal ultrapassou a Argentina e se equiparou à Itália.

TABELA 10: RIO GRANDE DO NORTE: PRINCIPAIS PAÍSES EMISSORES DO TURISMO RECEPTIVO, 2010-2014

PAÍS DE RESIDÊNCIA	2010	2011	2012	2013	2014	MÉDIA
	(%)					
Argentina	8,8	11,7	14,3	24,1	14,0	14,6%
Itália	20,5	13,5	19,1	16,3	13,4	16,6%
Estados Unidos	8,4	7,8	7,6	6,8	10,3	8,2%
Uruguai	0,6	3,6	2,3	2,1	8,3	3,4%
Portugal	11,6	13,5	13,9	9,0	6,7	10,9%
Espanha	10,8	8,6	9,6	5,1	5,1	7,8%
Noruega	5,7	5,9	4,7	4,3	4,6	5,0%
Holanda	4,4	6,8	2,7	3,9	3,7	4,3%
França	4,3	3,1	4,4	3,1	3,7	3,7%
Alemanha	4,1	3,4	4,5	4,8	2,9	3,9%
Outros	20,8	22,1	16,9	20,5	27,3	21,5%
Total	100	100	100	100	100	100%

Fonte: Elaborado por ITEC, baseado em dados do BRASIL (2015a).

Observa-se no gráfico a seguir que, à exceção da Argentina, todos os outros quatro principais países emissores apresentaram uma tendência de queda de emissão de turismo para o Estado do Rio Grande do Norte no período. O efeito Copa 2014 parece ter revertido esta tendência apenas pelos uruguaios e norte-americanos.

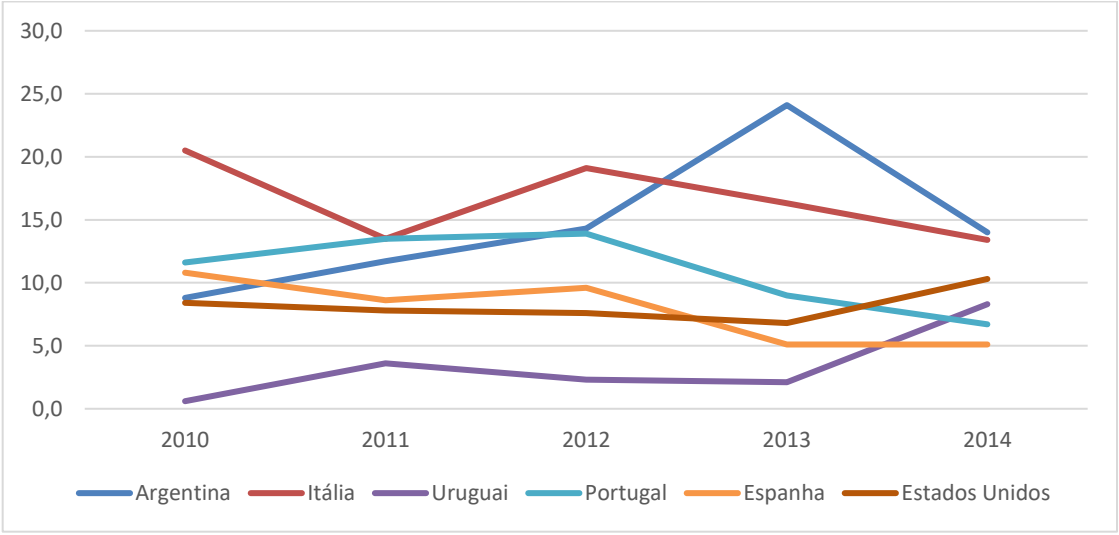


GRÁFICO 5: RIO GRANDE DO NORTE: EVOLUÇÃO DOS CINCO PRINCIPAIS PAÍSES EMISSORES DO TURISMO RECEPTIVO 2010-15

Fonte: Elaborado por ITEC, baseado em BRASIL (2015a)

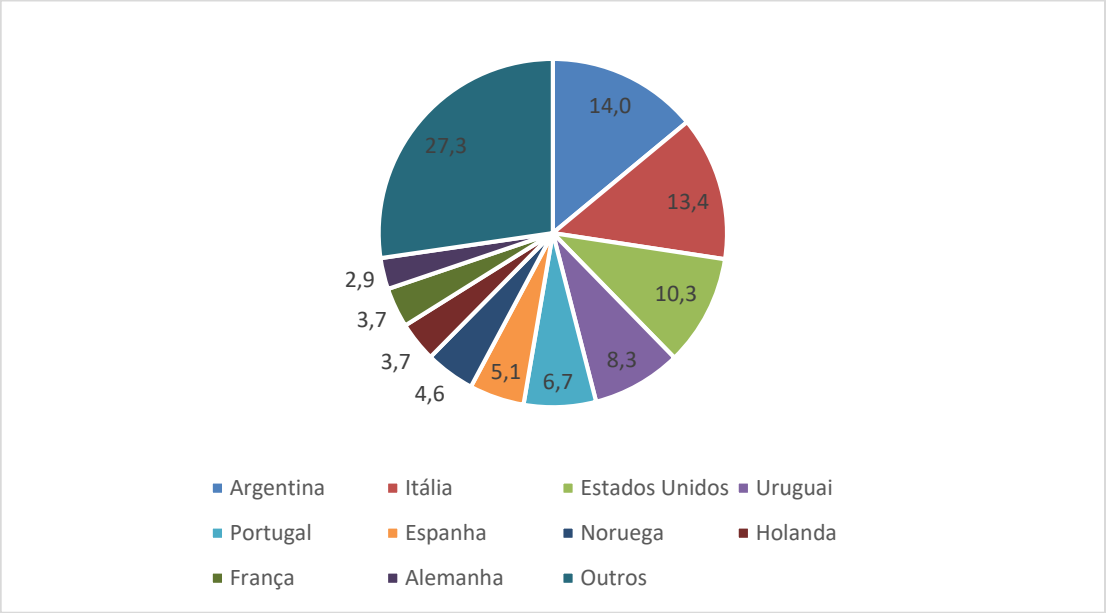


GRÁFICO 6: RIO GRANDE DO NORTE: PRINCIPAIS PAÍSES EMISSORES DO TURISMO RECEPTIVO, 2015
Fonte: Elaborado pelos autores, baseado em BRASIL (2015a).

2.1.2 Caracterização do Perfil Qualitativo dos Segmentos Atuais

O quadro a seguir apresenta um comparativo do perfil do turista do Rio Grande do Norte - RN e do turista do Polo Agreste/Trairí. Os dados do perfil do RN são baseados nos documentos de 2007 e 2012 da Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil, do MTur, e leva em consideração os principais emissores de turistas para as principais motivações dos segmentos trabalhados no Polo; no entanto, não estão disponíveis informações para todos os indicadores.

Os dados referentes ao perfil do turista do Polo foram retirados do Produto 2 – Estudo de Demanda do Planejamento Estratégico e Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte realizado pela Empresa Consultora Solimar International em 2016. Ressalta-se que este é o resultado da primeira pesquisa de demanda realizada no Polo, e para que se reflita a realidade do perfil do turista, tais pesquisas devem ser constantes e sistemáticas.

QUADRO 2: PERFIL DA DEMANDA – RIO GRANDE DO NORTE E POLO AGRESTE/TRAIRÍ

INDICADOR	PERFIL RN*	PERFIL POLO AGRESTE/TRAIRI**
Emissores	- RN: 50,1% - PB: 8,1% - PE: 6,4%	- Natal e região (geral RN)
Geradores de Receita	- RN: 14,3% - PE: 6,7% - PB: 4,5%	---
Faixa Etária	-	- Menos de 18: 3,3% - 18-29 anos: 20,9% - 30-39 anos: 28% - 40-49 anos: 18,1% - 60-69 anos 18,1% - Mais de 60: 11,5%
Escolaridade	-	- Fundamental: 12,6% - Médio: 22,5% - Profissionalizante:11,5% - Graduação: 34,1% - Pós-Graduação: 12,4%
Estado Civil	-	- Casado: 60%
Viaja com	-	- Família: 48,3% - Amigos: 24,4% - Grupo: 27,2%
Quantidade de pessoas no grupo de viagem	-	- 15,63.
Renda familiar		- Menos de R$6.000,00: 70,4%
Motivo da Viagem	- Visita parentes/amigos (lazer): 54,4% - Turismo cultural: 7,9% - Religião: 3,8%	- Lazer/Recreação (99,3%) Relaxamento s/atividade específica; Visita a amigos e parentes; Atividade relacionada a natureza ou cultura;

INDICADOR	PERFIL RN*	PERFIL POLO AGRESTE/TRAIRI**
	- Ecoturismo: 3,4% - Praticar esportes: 1,6%	Religião.
Tempo de permanência	-	- 1,65 dias
Meio de transporte	-	- Veículo próprio: 62% - Ônibus de Turismo: 27,2%
Hospedagem	-	- Pousada: 72,3% - Amigos/parentes: 10,8% - Hotel: 10,8%

Fonte: *(BRASIL/FIPE,2009; 2012). **EMPRESA CONSULTORA SOLIMAR INTERNACINAL (jun. 2016)

Não existe ainda uma série histórica de pesquisas exclusivas para o Polo Agreste/Trairí, até porque o fluxo turístico ainda é bem incipiente. Sabe-se, no entanto que, em geral, a demanda é basicamente regional, vinda de municípios próximos da Paraíba e do próprio Rio Grande do Norte, e a principal motivação é o lazer, com foco em relaxamento, visitação a amigos/parentes, atividades relacionadas à natureza ou religião. Os gestores locais, em entrevistas, também destacam a importância das festas religiosas e populares no deslocamento da demanda para o Polo e afirmam que os atrativos de cunho religioso cumprem papel relevante na atratividade do Polo.

A pesquisa realizada em função da elaboração deste PDITS junto a estabelecimentos de prestação de serviços e a equipamentos hoteleiros instalados no Polo (APÊNDICE III), corrobora as informações anteriores, dando conta que: a média de permanência dos turistas que visitam o Polo Agreste/Trairí é de dois a três dias; seus clientes têm como origem principal a Paraíba, o próprio Rio Grande do Norte, Pernambuco, Ceará e São Paulo; sua motivação para a viagem é principalmente o lazer, seguida de negócios e eventos, aventura. O clima e a religiosidade também foram citados como motivadores.

Dos 18 empreendimentos hoteleiros que citaram o lazer como motivação para as viagens de seus hóspedes estão sediados nos municípios de Santa Cruz, Serra de São Bento, Passa e Fica e Monte das Gameleiras. Já os 13 empreendimentos que citaram Negócios e Eventos têm sua sede nos municípios de: Santa Cruz – quase 80%, - Nova Cruz, Passa e Fica e Serra de São Bento.

Especificamente para o segmento Turismo Religioso, o município de Santa Cruz tem realizado algumas pesquisas no sentido de identificar o perfil dos visitantes do Complexo Turístico Religioso Alto de Santa Rita. As informações estão disponíveis no quadro a seguir.

QUADRO 3: PERFIL DO VISITANTE DO COMPLEXO DO ALTO DE SANTA RITA– PESQUISAS REALIZADAS EM 2011 E 2013.

INDICADOR	RESULTADOS 2011	RESULTADOS 2013
Gênero	- Feminino:43% - Masculino: 57%	- Feminino: 63,7% - Marculino: 36,3%
Faixa Etária	- 26 a 50 anos: 58%	- 26 a 40 anos: 37,8% - 46 a 50 anos: 12,8% - Mais de 60 anos: 12,1%
Procedência	- RN: 87%, sendo que 40% de Natal - PB: cerca de 6%	- RN: 47,5% - PB: 44% - PE: 7,1%
Escolaridade	- Ensino médio: 44% - Ensino fundamental: 19% - Superior completo: 17%	- Fundamental: 48,2% - Médio: 32,6 - Superior Completo: 11,3%
Principais ocupações	- Do lar - Funcionário público - Estudante	- Agricultor - Doméstica - Do lar - Comerciante - Aposentado - Professor
Renda mensal	-	- De R$500 a R$1000: 47,5%
Primeira visita	-	- Sim: 74,5% - Não: 25,5%
Avaliação da cidade em relação à visita anterior	-	- Melhor: 49,3% - Igual: 35,6%
Expectativas com relação à cidade	-	- Superou: 60,2% - Correspondeu: 34,4%
Com quem viaja	- Familiares: 62% - Excursão: 11%	- Familiares: 51,8% - Amigos: 51,8%
Pensa em voltar	-	- Sim: 99,3%

INDICADOR	RESULTADOS 2011	RESULTADOS 2013
Aspectos da cidade que mais agradou	-	- Imagem da Santa: 46,3% - Vista da cidade do Alto: 11,7 - Localização da imagem: 8,6%
Opiniaão quanto a Complexo	- Superou: 50% - Atendeu: 49%	-
Outros atrativos que podem ser explorados na cidade	- Artesanato: 33% - Gastronomia: 19% - Eventos: 13%	-
Observações, críticas e sugestões	-	- A distância do estacionamento até o local em que a imagem está situada; - O estacionamnto não é coberto e deveria ser calçado; - Pequena quantidade de banheiros; - A estrutura é pequena para a grande demanda; - O acesso para pessoas idosas não é adequado; - Poderia ter opções de passeios; - Fila muito grande no restaurante; - Ter uma equipe para receber os visitantes e dar iformações; - Falta opção de comércio local; - Retirar o lixão da proximidade do santuário; - Ter banheiro próximo ao estacionamento; - Ter eventos culturais e religiosos; - Ter caixa eletrônico; - A área da missa deveria ser separada da área de alimentação.

Fonte: Documentos: Pesquisa de Demanda Turística no Santuário de Santa Rita de Cassia, Santa Cruz/RN (PREFEITURA MUNICIPALDE SANTA CRUZ, 2011); e RELATÓRIOPerfil do Romeiro – Turismo Religioso em Santa Cruz (SEBRAE/RN,2013)

Os dados das pesquisas realizadas pelo Complexo do Alto de Santa Rita, registrados na tabela anterior não trazem conclusões claras quanto às características e o comportamento dos visitantes, pois não houve regularidade na aplicação dos formulários. Além disso, alguns indicadores diferem entre uma pesquisa e outra. Indicadores importantes como tempo de permanência, tipo de alojamento e meio de transporte utilizado não foram considerados.

Já o "Plano de Posicionamento do Produto Turístico Religioso no Mercado" (Prefeitura Municipal de Santa Cruz, 2014) afirma que as pessoas que vão a Santa Cruz "por motivos religiosos, não pernoitam na cidade". Pode-se dizer, portanto, que boa parte do fluxo relativo ao Complexo Alto de Santa Rita, é de visitantes e não de turistas, já que, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), "turismo é um deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias."

O referido Plano traz ainda algumas conclusões acerca do perfil do turista de Santa Cruz, aí incluído o fluxo para turismo de negócios e eventos; turismo Cultural, em especial o nicho religioso, e Ecoturismo, de menor intensidade.

QUADRO 4: CARACTERÍSTICAS DA DEMANDA – MUNICÍPIO DE SANTA CRUZ.

- Pessoas que visitam por motivos religiosos, apresentam baixo pernoite na cidade. Porém as que vão ao município por negócios, vendedores ligados à agricultura, comércio e serviços, pernoitam mais.
- Pessoas que visitam o Santuário de todas as idades, com destaque para mulheres com mais de 50 anos, em especial no fim de semana.
- Existência de excursões dos estados vizinhos Pernambuco e Paraíba, além de fluxo estadual do Rio Grande do Norte - em especial aos domingos.
- Podem se dispersar, vez ou outra;
- Pessoas questionadoras;
- Pessoas extrovertidas;
- Poderiam usar com maior intensidade os serviços de gastronomia ofertados no município;
- Poderiam visitar mais atrativos na cidade, em especial, o museu rural e o teatro municipal.
- O turista de negócios e eventos interessa-se pelo entretenimento noturno; maioria masculina, entre 20 e 50 anos.
- Turista com motivação religiosa - maior parte do sexo feminino, entre 40 e 70 anos
- As visitas são em grupo, na maioria das vezes;
- Raramente surgem grupos menores ou visitas individuais, usando carro particular;
- O turismo acontece em dia de semana;
- Turista procura conhecer antecipadamente o cronograma anual de eventos;
- Não trazem família; vêm em grupos organizados.

Fonte: PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA CRUZ (2014) - Santa Cruz (RN). Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico. Plano de Posicionamento do Produto Turístico Religioso no Mercado / Desenvolvimento de Ações Estruturantes e Gestão Coordenada do Complexo Turístico Religioso: Santa Rita de Cássia / Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Santa Cruz (RN). – Florianópolis: Foco Opinião e Mercado, 2014.

O turista de negócios e eventos, conhecido como “viajante” pela população local, é o que ocupa os equipamentos de hospedagem e dá lhes dá sustentabilidade; não são considerados turistas pelo *Trade* local.

A realização de pesquisas estruturadas e periódicas nos principais atrativos da cidade e nos meios de hospedagem, com a utilização de metodologias apropriadas, constitui condição necessária para conhecimento do perfil do turista (visitante) atual e potencial do Polo Serrano. Do mesmo modo, ressalta-se a importância da criação de uma base de dados que identifique as peculiaridades de cada tipo de demanda turística trabalhada de forma a proporcionar aos gestores públicos e empresários meios de estabelecer estratégias de planejamento, gestão e promoção dos destinos. A inexistência de pesquisas bem estruturadas e frequentes dificulta o processo de desenvolvimento turístico.

O quadro a seguir traz informações coletadas em manuais e estudos elaborados pelo MTur e outros parceiros, buscando comparar os perfis de demanda pelos segmentos identificados no Polo Serrano.

QUADRO 5: PERFIL DA DEMANDA POR SEGMENTAÇÃO

INDICADOR	CULTURAL	RELIGIOSO	AVENTURA E ECOTURISMO	NEGÓCIOS E EVENTOS
Faixa etária	-	-	- 18 a 39 anos: 69%	- 25 e 34 anos:27% - 35 e 44 anos: 35,44% - 45 e 54 anos: 23,2%
Formação escolar	- Alto índice de escolaridade	-	- Ensino superior incompleto	- Nível superior: 96%
Ocupação principal	-	-	-	- Setor privado: 35,6%
Faixa de renda média	-	-	- Classe B	- Até US$3.000,00: 38,40% de - Entre US$ 3.001,00 e US$ 6.000,00: 27,11% - Mais de US$ 6.000,00: 26,20%
Composição do grupo	- Grupos (amigos, família, casal)	-	Sempre grupos - De 18 a 29 anos: Amigos/ Cônjuge/namorado (75%) - De 30 a 39 anos: Cônjuge/namorado, família completa (71%) - De 40 a 49 anos: Cônjuge/namorado, família completa (84%) - De 50 a 59 anos: Cônjuge/namorado, família completa (83%)	- Viajou sozinho: 59,3% - Acompanhado de umapessoa: 14,6%
Gasto médio per capita/dia	-	-	-	- US$ 285,10
Permanência Média	-	-	-	- 6,8 dias
Meio de transporte utilizado	-	-	- Carro próprio: 59% - Avião: 16% - Ônibus: 15%	-

INDICADOR	CULTURAL	RELIGIOSO	AVENTURA E ECOTURISMO	NEGÓCIOS E EVENTOS
			- Excursões rodoviárias: 6%	
Organização da Viagem/ Fonte de Informação	-	-	- Mídias - Internet - Revistas especializadas - Contribui no planejamento da viagem	- Agência de turismo: 34,9% - Organização própria: 34% - Organizado pela empresa onde trabalha: 20,3%
Tipo de Alojamento	- Meios de hospedagem convencional	-	-	- Hotel: 97,2%
Imagem em relação ao destino	-	-	-	- Permaneceu positivaou chegou a melhorar para 78,8% dos participantes após a viagem
Intenção de retorno	-	-	-	- 81,7% pretendem voltar à cidade do evento - 94,5% pretendem voltar ao - Brasil, **destes, 82,6% querem retornar a lazer**
Interesse pelo segmento	- Musicalidade, danças e hospitalidade como características	-	- Nunca realizaram atividades de aventura e ecoturismo: 28% - Realizaram 1 atividade: 13% - Realizaram de 02 a 05 atividades: 34% - Realizaramde 06 a 10 atividades: 21%	-

INDICADOR	CULTURAL	RELIGIOSO	AVENTURA E ECOTURISMO	NEGÓCIOS E EVENTOS
	mais expressivas: 60% - Manifestações populares: 47% - Artesanato e gastronomia: 30%		- Realizaram mais de 10 atividades: 4%	
Exigências	-	-	- Qualidade - Segurança - Acessibilidade - Informação	- Praticidade - Comodidades - Atendimento e equipamentos de qualidade
Aspectos valorizados	- Patrimônio material e imaterial	- Peregrinações e romarias; - Roteiros de cunho religioso; - Retiros espirituais; - Festas, comemorações e apresentações artísticas de caráter religioso. - Encontros e celebrações relacionados à evangelização de fiéis; - Visitação a espaços e edificações religiosas (igrejas, templos, santuários, - terreiros); - Realização de itinerários e percurso de cunho	- Cachoeiras, rios e mar: 46% - Cultura regional: 19% - Matas e florestas: 17%	-

INDICADOR	CULTURAL	RELIGIOSO	AVENTURA E ECOTURISMO	NEGÓCIOS E EVENTOS
		religioso e outros.		
Sazonalidade	-	-	- Durante as férias: 91 % - Finais de semana prolongados: 72% - Finais de semana normais: 40%	- Pode ser realizado durante todo o ano
Percepções de qualidade	-	-	- Consideram que a qualidade da prestação deserviços nas atividades na natureza melhorou: 72% - Certificado influencia na decisão de contratação do prestador de serviços de atividades na natureza: 73%	-
Atividades realizadas	-	-	- Passeios de bugues e cavalgadas: 36% - Caminhadas: 31% - Tirolesa, mergulho (inclusive snorkeling) e canoagem ou caiaque: maisde 20% - Espeleoturismo (visitação de grutas ou cavernas), passeios em veículos 4x4, arvorismo, rafting, flutuação, quadriciclo, bóia-cross,cicloturismo e rapel: mais de 10% - Canionismo, cachoeirismo, escalada, bungee jump, voo livre, paraquedismo,windsurfe, balonismo e kitesurfe: menos de 10%	- Compras e serviços pessoais: 64,70% - Passeios turísticos: 40,90% - Não realizou: 19% - Eventos esportivos: 13%
Atividades desejadas	-	-	- Bugue emergulho: 70% - Observação da vida selvagem, passeios em veículos 4X4,quadriciclo, balonismo e flutuação: mais de 60% - Caminhadas, cavalgadas,espeleoturismo, arvorismo e boia-cross: mais de 50%.	-

Fontes: BRASIL (2010a; 2010b; 2010c; 2010d; 2010e);.BRASIL/FGV Projetos (2009); BRASIL/ABETA(2010f).

Segundo o Manual Turismo Cultural: Orientações Básicas (BRASIL, 2010a), ainda não existem pesquisas específicas sobre o turista do segmento cultural, incluído aí o segmento religioso, que identifiquem as principais tendências sobre os hábitos de viagem e as preferências. Destacam-se, no entanto, dois tipos de turistas que visam atrativos culturais: aqueles que têm como motivação principal a cultura e aqueles que possuem outras motivações para viajar, mas que também se interessam pela cultura como atividade de lazer. Estes últimos, apesar de não se configurarem como público principal segundo o conceito de turismo cultural, são também importantes para o destino. O turismo cultural é complementar a outros segmentos e pode ser oferecido a turistas com diferentes perfis. Desta forma, agrega valor aos demais produtos e contribui para a diversificação da oferta, esta como fator fundamental para a competitividade do destino, pois apresenta ao consumidor oportunidades de experiências diferenciadas e de abertura para novas experiências.

No Manual Turismo de Aventura: Orientações Básicas (BRASIL, 2010c) afirma-se ser complexo definir um único perfil para o turismo de aventura, dada a diversidade de produtos existentes neste segmento, que atraem públicos distintos. No entanto, destaca-se a existência de elementos comuns entre os turistas que demandam tais produtos, como o apreço pela emoção, pelo desafio e por novas experiências e sensações.

Já o ecoturista, de acordo com o Manual Ecoturismo: Orientações Básicas (BRASIL, 2010b) possui elevada consciência ambiental e busca experiências únicas que tenham como premissa a conservação dos recursos ambientais, históricos e culturais, e o envolvimento da comunidade, contribuindo, assim, para ampliar as expectativas de que esta atividade esteja realmente relacionada ao desenvolvimento sustentável das diversas localidades e regiões.

O turismo de aventura e o ecoturismo são segmentos muito próximos por terem como principal ambiente para a prática das atividades correlacionadas ao meio natural e partirem de interesses comuns, levando, basicamente, ao mesmo perfil da demanda. Com relação ao interesse por esses segmentos, os resultados da pesquisa de perfil determinam que 72% dos turistas ou “são amantes das viagens para interação e atividades na natureza” ou “viajam para interagir com a natureza”, ou outros motivos e estão dispostos, em geral, a praticar atividades de aventura ou ecoturismo.

O Manual citado (BRASIL, 2010b) ressalta as principais motivações para a escolha do segmento, quais sejam:

- Fuga do dia a dia, da correria, do trabalho, do estresse e da violência.
- Busca de descanso;
- Resgate da vida e do prazer;
- Retorno às origens;
- Vivências e experiências memoráveis.

2.1.3 Tendências do Comportamento e Hábitos de Informação e Compra da Viagem

Conforme já mencionado, não existem estudos sistemáticos que definam o perfil, o comportamento e os hábitos do turista do Polo Agreste/Trairí. No entanto, sabe-se que os segmentos de demanda estudados utilizam como fontes de informações principais a internet e amigos e parentes. Destacam-se os segmentos de ecoturismo e de turismo de aventura para os quais, além dessas, são utilizadas revistas especializadas disponíveis no mercado gráfico. Essas informações são corroboradas pela pesquisa de demanda realizada no Polo em 2016 que afirma que as principais fontes de informação são Amigos/Família (69%) e Internet (13%) (Empresa Consultora Solimar Interational, Jun. 2016).

A utilização da *web* como fonte de informação para viagens demonstra crescimento constante, acentuado pelo advento da *web marketing* e do *e-commerce*, em sites específicos ou não para tal fim. Os principais sites visitados para pesquisa sobre o Polo são: RN Natural, Google, *ancladventure*.wix.com/aventura, facebook, site villas da serra (Empresa Consultora Solimar International, Jun. 2016).

Por possuírem características similares, como o relevo rochoso, açudes, festas populares, culinária, artesanato e forma de expressão cultural; e também por terem no mercado regional o seu fluxo principal, o Polo Seridó e o Polo Serrano, ambos no Rio Grande do Norte, são os principais destinos concorrentes do Polo Agreste/Trairí.

O processo de decisão de compra refere-se a gastar (ou não) para obter uma satisfação material ou imaterial. Na compra de um serviço turístico torna-se difícil mensurar a satisfação, pois o turista está comprando uma ilusão, uma expectativa; por isso, sua decisão é tomada com alguma cautela e renúncia. Sabe-se que o preço é um dos fatores que mais pesam na hora de decidir uma viagem; no entanto, este item não depende apenas da disponibilidade financeira, embora seja este o fator principal, mas também de decisões envolvendo questões de custo/benefício (VAZ,1999).

2.1.4 Tendência da estrutura do gasto turístico[11]

Neste item são apresentados o valor dos gastos, o tempo de permanência média e o motivo dos turistas que visitam o Rio Grande do Norte e o Polo Serrano, com vistas à determinação da receita turística e dos impactos macroeconômicos, no médio e no longo prazo, considerando o turismo doméstico e, em seguida, o fluxo estrangeiro. .

COMPORTAMENTO FUTURO DO TURISTA DOMÉSTICO

As estatísticas mais recentes, confiáveis e adequadas ao Polo relativas ao perfil do turista doméstico são aquelas apresentadas pelo estudo “Caracterização e Dimensionamento do

[11] Estudo econométrico completo em Apêndice V.

Turismo Doméstico no Brasil, 2010-2011", Brasil/FIPE (set. 2012), que abrangem todo o país.

TABELA 11: BRASIL: PARTICIPAÇÃO DO FLUXO TURÍSTICO POR MOTIVO E GASTO, 2011, A PREÇOS DE 2015.

GASTO MÉDIO (R$)	PRINCIPAL MOTIVO			TOTAL/MÉDIA PONDERADA
	LAZER	NEGÓCIOS	OUTROS	
Participação do Fluxo	12,8%	35,0%	52,2%	33%
Gasto per capita dia (R$)	75,36	116,52	58,95	76,04
Gasto Médio (R$)	1.525,43	1.673,69	1.008,07	1.489,45
Gasto per capita (R$)	652,65	1.301,48	576,43	688,03

Fontes: BRASIL/FIPE (set. 2012)

As estatísticas do estudo da FIPE e do MTur de 2012, trazem a permanência do turista doméstico segmentada por motivo de viagem e por faixa de renda.

TABELA 12: BRASIL: PERMANÊNCIA MÉDIA DO FLUXO POR MOTIVO DE VIAGEM, 2007 E 2011

PERMANÊNCIA MÉDIA (DIAS)	PRINCIPAL MOTIVO							
	LAZER		NEGÓCIOS		OUTROS		TOTAL	
	2007	2011	2007	2011	2007	2011	2007	2011
1	5,7%	5,0%	13,9%	13,9%	15,3%	11,6%	8,6%	6,6%
2 ou 3	3,0%	30,3%	40,4%	36,7%	34,8%	37,6%	33,2%	31,7%
4 ou 5	17,0%	18,0%	13,9%	15,1%	1,1%	14,1%	15,7%	17,3%
6 ou 7	15,6%	15,2%	10,5%	10,4%	10,0%	9,3%	13,9%	14,1%
8 a 10	10,7%	11,2%	6,4%	4,7%	6,9%	6,6%	9,3%	10,0%
11 a 15	9,7%	9,3%	5,4%	5,5%	8,7%	8,5%	8,6%	8,8%
16 a 30	9,1%	8,7%	6,2%	6,6%	9,1%	7,5%	8,4%	8,4%
31 ou mais	0,2%	2,3%	3,3%	7,1%	3,9%	4,7%	2,4%	3,0%
Média	8,5	8,7	8,2	11,2	9,2	9,8	8,5	9,0

Fonte: BRASIL/FIPE (set. 2012; jun. 2009)

O gasto médio per capita do turista doméstico por viagem a lazer evoluirá de R$ 652,65, em 2015, para R$ 805,87, em 2025, o que significará um incremento real de 23% no período.

TABELA 13: RIO GRANDE DO NORTE: PROJEÇÃO DE GASTOS PER CAPITA POR MOTIVO DE VIAGEM 2015-2025.

ANO	GASTO PER CAPITA, R$ 1,00		
	LAZER	NEGÓCIOS	OUTROS
2015	652,65	1.301,48	576,43
2016	629,81	1.255,93	556,25
2017	642,40	1.281,05	567,38
2018	655,25	1.306,67	578,72
2019	674,91	1.345,87	596,09
2020	695,15	1.386,24	613,97
2021	716,01	1.427,83	632,39
2022	737,49	1.470,67	651,36
2023	759,61	1.514,79	670,90
2024	782,40	1.560,23	691,03
2025	805,87	1.607,04	711,76
Relação 2025/15	**1,23**	**1,23**	**1,23**
Tx.Cresc. Anual	2,13%	2,13%	2,13%

Fonte: Elaborado pela ITEC.
Nota: valores atualizados segundo a expectativa de crescimento do PIB

TURISMO ESTRANGEIRO

As estatísticas referentes ao gasto e à permanência do fluxo turístico estrangeiro no estado do Rio Grande do Norte foram extraídas do Anuário Estatístico do Turismo (BRASIL, 2015a) e do estudo Demanda Turística Internacional (BRASIL, 2015b). O gasto *per capita* dia de U$S 75,17 e a permanência de 16/18 dias foram obtidos pela média dos gastos e permanência de cada país emissor, ponderados pela respectiva participação de cada país no fluxo turístico estrangeiro no Brasil (Ver apêndice I).

TABELA 14: PARTICIPAÇÃO, GASTO E PERMANÊNCIA DO FLUXO TURÍSTICO ESTRANGEIRO – 2014.

GASTO MÉDIO (R$)	PRINCIPAL MOTIVO			TOTAL/MÉDIA PONDERADA
	LAZER	NEGÓCIOS	OUTROS	
Participação do Fluxo*	54,4%	15,2%	30,5%	100%
Gasto per capita dia(US$)	82,12	116,31	42,26	75,17
Gasto per capita (US$)	1.026,10	1.402,14	1.049,20	1.090,22
Permanência Média (dias)	12,50	12,06	24,83	16,18

Fontes: Gastos: BRASIL (2015a), Anuário Estatístico do Turismo, 2015
Nota (*): estatísticas referentes à Natal (BRASIL, 2015b)

O gasto médio per capita do turista estrangeiro por viagem a lazer, por exemplo, evoluirá de US$ 1.026,10 em 2015, para US$ 1.325,62 em 2025, um incremento de 29% no período.

TABELA 15: RIO GRANDE DO NORTE: PROJEÇÃO DO GASTO PER CAPITA POR MOTIVO DE VIAGEM DO FLUXO TURÍSTICO ESTRANGEIRA, 2015-2025.

ANO	GASTO PER CAPITA, US$ 1,00		
	LAZER	NEGÓCIOS	OUTROS
2015	1.026,10	1.402,14	1.049,20
2016	1.047,14	1.430,90	1.070,72
2017	1.072,77	1.465,92	1.096,93
2018	1.101,53	1.505,22	1.126,34
2019	1.131,06	1.545,57	1.156,53
2020	1.161,38	1.587,00	1.187,53
2021	1.192,52	1.629,54	1.219,37
2022	1.224,48	1.673,23	1.252,06
2023	1.257,31	1.718,08	1.285,62
2024	1.291,02	1.764,14	1.320,09
2025	1.325,62	1.811,43	1.355,48
Relação 2025/159	1,29	1,29	1,29

Fonte: Elaborado por ITEC.

2.1.5 Tendências da Valorização da Qualidade da Oferta Atual e Determinação da Imagem Percebida

Segundo Kotler e Keller (2006), a imagem de um local pode ser definida como a soma das crenças, das ideias e impressões que as pessoas têm de uma localidade. As imagens apresentam-se como simplificação de várias associações e informações ligadas ao local. Elas são produto de uma mente que tenta processar e “tirar a essência” de uma série de dados sobre um local.

De acordo com os dados apresentados no quadro referente ao “Perfil do Visitante do Complexo do Alto de Santa Rita – Pesquisas realizadas em 2011 e 2013”, única fonte que oferece alguns dados a respeito da imagem percebida do principal atrativo de Santa Cruz e do município, têm-se:

- Avaliação da cidade em relação à visita anterior: Melhor: 49,3%/Igual: 35,6%;
- Expectativas com relação à cidade: Superou: 60,2%/ Correspondeu: 34,4%;
- Aspectos da cidade que mais agradou: Imagem da Santa: 46,3%/ Vista da cidade do Alto: 11,7%/ Localização da imagem: 8,6%;
- Opinião quanto a Complexo: Superou: 50%/ Atendeu: 49%
- Outros atrativos que podem ser explorados na cidade: Artesanato: 33%/Gastronomia: 19%/Eventos: 13%.

No entanto, pode-se citar algumas características gerais encontradas no Polo:

- Cultura rica e diferenciada com potencial de exploração turística;
- Oferta de festas populares e religiosas durante o ano todo que geram fluxo turístico regional;
- Oferta de atrativos de cunho religioso;
- Localização geográfica interessante com relevo acidentado, com potencial para o desenvolvimento de atividades ligadas à natureza;
- Proximidade de Natal e Mossoró, importantes cidades emissoras de fluxo turístico no estado;
- Povo hospitaleiro.

O estudo de demanda elaborado em 2016 também traz como indicativos fatores importantes na decisão de viajar pelo Polo, quais sejam: paisagem, natureza e cultura. - Natureza - Cultura

2.1.6 Balanço das campanhas de promoção da Área

Atualmente, a Empresa Potiguar de Promoção Turística – EMPROTUR é a responsável por promover o Rio Grande do Norte em feiras e eventos turísticos nacionais e internacionais. Suas ações abrangem: participação em feiras e eventos que envolvam o trade turístico; panfletagem e banners; veiculação de imagens e informações acerca do Rio Grande do Norte na mídia direcionada para a área turística; captação de voos *charters*; e informações divulgadas pelas redes hoteleiras pela internet.

Encontra-se prevista a elaboração, pelo governo estadual, do Plano Estratégico de Marketing Turístico para o Rio Grande do Norte, que poderá dar melhor direcionamento às ações promocionais; de acordo com os resultados de pesquisas de mercado que identificarão os principais segmentos para o RN.

A SETUR/RN mantém em seu *site,* hoje desatualizado, espaço reservado para a promoção dos polos turísticos estaduais e dos segmentos trabalhados. Além disso, o estado desenvolveu material promocional para promover os polos turísticos estaduais, incluindo aí o Polo Agreste/Trairí.

Alguns municípios do Polo desenvolvem material próprio, como é o caso de Santa Cruz que tem como base o turismo religioso, com foco no Complexo Turístico Alto de Santa Rita. Os municípios de Monte das Gameleiras, Serra de São Bento e Passa e Fica também desenvolveram material de divulgação, em parceria com o SEBRAE/RN, referente ao roteiro “Paraísos do Agreste” que foi divulgado, inclusive por um canal do *YouTube*, em uma série de reportagens feitas pela TV SERIDÓ.[12]

[12] FILHO, Wanderley. **Canal Conteúdo Arretado**. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCHmfYywNYwjATeB78RQsqDA. Acessado em 11 mar. 2016.

Sabe-se que a promoção do destino é primordial para que suas potencialidades sejam descobertas pelos turistas. No entanto, antes que a mesma aconteça de forma aleatória é necessário que se conheça bem o produto que se pretende vender e para quem se destina este produto. Faz-se, portanto, necessária a elaboração de um Plano de Marketing para o Polo, que direcione as ações de promoção. É importante, além disso, a implantação de um sistema de informações turísticas que reúna dados que sejam compilados para a geração de indicadores do turismo no Polo Agreste/Trairí.

2.1.7 Identificação do Portfólio Estratégico de Produtos Turísticos/Segmentos Atuais de Demanda

De modo geral, a oferta do Polo Agreste/Trairí pode ser considerada como potencial, pois se encontra ainda em sua forma original, necessitando ser estruturada para que, efetivamente, seja capaz de provocar o deslocamento de turistas até o destino. No entanto, diante dos elementos disponíveis, pode-se dizer que o Polo Agreste/Trairí atende a 5 (cinco) segmentos turísticos, mesmo que de forma ainda incipiente, se considerada a a segmentação proposta pelo MTur (BRASIL, 2010e)[13].

- Turismo Religioso;
- Ecoturismo
- Turismo de Aventura;
- Turismo de Negócios e Eventos;
- Turismo Cultural.

O **Turismo Religioso** é o principal gerador de fluxo de visitantes no Polo Agreste/Trairí, motivado principalmente pelos eventos religiosos promovidos nos vários municípios e e pelo principal atrativo do segmento na região, o Complexo Alto de Santa Rita, no município de Santa Cruz.

O Turismo Religioso constitui um subtipo do Turismo Cultural, de acordo com definições do MTur; no entanto, para efeito deste Diagnóstico, será considerado um segmento a parte, dadas as suas peculiaridades e sua importância no Polo Agreste/Trairí.

O **Ecoturismo e o Turismo de Aventura** motivam algum fluxo, ainda que incipiente, diante de atividades já desenvolvidas em ambiente natural, principalmente nos municípios de Santa Cruz, Sítio Novo, Monte das Gameleiras, Passa e Fica e Serra de São Bento. Esses segmentos possuem potencial de exploração, pois são segmentos amplos e em crescimento no Brasil. Também assumem papel de destaque, diante da possibilidade de favorecimento

[13] BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos Conceituais da Segmentação Turística**. 2010e. Em http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf. Acessado em 02 fev. 2016.

da conservação dos recursos naturais e da promoção do desenvolvimento sustentado do turismo.

O **Turismo de Negócios e Eventos** é proporcionado principalmente pelo fluxo de negócios ligados à agricultura e ao comércio e serviços centralizados em Santa Cruz. Os turistas deste segmento possibilitam aos meios de hospedagem a manutenção de uma taxa de ocupação constante.

O **Turismo Cultural** destaca-se no Polo como segmento que permeia todos os demais, complementando e valorizando a viagem de quem acessa a região por outros motivos, mas se interessam também pela cultura, integrada, por exemplo, às atividades de lazer.

Em síntese, portanto, apontam-se os principais segmentos turísticos foco do Polo Agreste/Trairí, ainda que não se apresentem na atualidade com a estrutura necessária ao seu pleno desenvolvimento:

PORTFÓLIO PRINCIPAL

Segmentos Destaque

1. **NEGÓCIOS E EVENTOS**
2. **TURISMO RELIGIOSO**
3. **TURISMO DE AVENTURA**
4. **ECOTURISMO**

Segmento Complementar

5. **TURISMO CULTURAL**

2.2 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL

Neste item encontra-se delineado o perfil qualitativo dos turistas potenciais para o Polo Serrano. O turista potencial corresponde àquele viajante que ainda não visita o Polo em estudo, mas que teria tanto perfil quanto motivação para fazê-lo, seja em função de seu desejo principal de viagem, ou das características da oferta de viagem. Este perfil foi desenvolvido com base no diagnóstico realizado e em tendências mercadológicas vigentes.

2.2.1 Projeção do Fluxo Turístico[14]

Com o objetivo de estimar o impacto da evolução do turismo no Polo Agreste/Trairi, foram desenhados dois cenários, tanto para o fluxo turístico nacional como para o fluxo doméstico, a seguir definidos:

[14] Projeções completas no Apêndice V.

Tendencial: assume-se que o crescimento do fluxo turístico é similar ao comportamento passado, o qual é influenciado pelas principais variáveis determinantes do crescimento do fluxo turístico: a variação da renda *per capita* e a elasticidade-renda da demanda. A importância deste cenário está em permitir mensurar o impacto (incrementos dos benefícios turísticos e socioeconômicos) das ações do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Turístico, tanto para o Estado, como um todo, como para o próprio Polo. Para tanto, toma-se a diferença entre os valores dos indicadores na situação *com o plano*, que será denominado cenário programático, e *sem o plano*, que é o **cenário tendencial**.

Programático: assume-se como hipótese primordial a concretização das ações propostas pelo PDITS Agreste/-Trairi, a ser implementado pelo Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Para tanto foi estabelecida uma meta de crescimento de 10% - crescimento de um ponto percentual ao ano – no fluxo turístico ao longo do horizonte de planejamento: 2015 a 2025, decorrente da realização das ações previstas. Espera obter, a partir deste crescimento no número de turistas, a melhoria dos resultados mensurados a partir de indicadores turísticos fixados para o Polo, tais como o aumento no gasto médio *per capita*, na taxa de ocupação e de hospedagem em hotéis e na arrecadação fiscal local, causando impactos positivos na arrecadação fiscal, no nível de emprego e renda e na qualidade de vida da população.

Embora nenhuma forma de previsão seja totalmente garantida, o que se pretende com o desenho desses dois cenários é construir um portfólio de cenários múltiplos, contendo a previsão de mudanças e tendências futuras para o macro-ambiente turístico do estado do Rio Grande do Norte, em especial para o Polo Turístico Agreste/Trairi.

Assim, o cenário tendencial constitui a alternativa de tendências e eventos futuros ao cenário programático. O primeiro representa suposição mais pessimista, pois sua validade depende da semelhança entre tendências passadas e condições futuras, mas sua importância está em servir de referência para o outro cenário. O cenário programático revela aos administradores públicos os efeitos e impactos futuros resultantes da execução plena das ações do Plano. Representa, portanto, o cenário desejável e o objetivo estratégico a ser alcançado por todo o planejamento, o que requer desses administradores a mobilização de recursos, o aproveitamento das oportunidades e o preparo de planos contingenciais para cobrir todas as ações especificadas neste cenário.

A tabela a seguir resume o total estimado de turistas para o período 2015 a 2025, segmentado em fluxos doméstico e estrangeiro para os dois cenários aqui considerados: tendencial e programático. Os procedimentos, tanto para a determinação do fluxo doméstico como para o estrangeiro, estão descritos na sequência.

TABELA 16: RIO GRANDE DO NORTE E POLO AGRESTE-TRAIRI: PROJEÇÃO DO FLUXO TURÍSTICO TOTAL POR CENÁRIOS (EM MILHARES)

ANO	DOMÉSTICO				ESTRANGEIRO			
	TENDENCIAL		PROGRAMÁTICO		TENDENCIAL		PROGRAMÁTICO	
	RN	AGRESTE /TRAIRI	RN	AGRESTE /TRAIRI	RN	AGRESTE /TRAIRI	RN	AGRESTE /TRAIRI
2.015	2.019.082	32.659	2.019.082	32.659	199.689	3.230	199.689	3.230
2.016	1.923.681	31.116	1.942.918	31.427	205.218	3.319	207.270	3.353
2.017	1.975.620	31.956	2.015.133	32.595	211.999	3.429	216.239	3.498
2.018	2.028.962	32.819	2.089.831	33.803	219.671	3.553	226.261	3.660
2.019	2.111.135	34.148	2.195.580	35.514	227.621	3.682	236.726	3.829
2.020	2.196.636	35.531	2.306.468	37.307	235.859	3.815	247.652	4.006
2.021	2.285.600	36.970	2.422.736	39.188	244.394	3.953	259.058	4.190
2.022	2.378.166	38.467	2.544.638	41.160	253.239	4.096	270.966	4.383
2.023	2.474.482	40.025	2.672.441	43.227	262.404	4.244	283.396	4.584
2.024	2.574.699	41.646	2.806.422	45.394	271.900	4.398	296.371	4.794
2.025	2.678.974	43.333	2.946.871	47.666	281.741	4.557	309.915	5.013
Relação 2025/15	1,327	1,33	1,460	1,46	1,41	1,41	1,55	1,55
Taxa geo anual	2,87%	2,87%	3,85%	3,85%	3,50%	3,50%	4,49%	4,49%

Fonte: Elaborado por ITEC.

No cenário tendencial e para o fluxo doméstico, o Estado parte de um fluxo de 2,02 milhões em 2015 para 2,68 milhões, em 2025, significando um incremento de 33% no período, equivalente a uma taxa de 2,87% ano; já para o cenário programático este fluxo alcançará 2,95 milhões, com incremento de 46% ou 3,85% ao ano. Este mesmo incremento aplica-se ao Polo, quando neste período o fluxo doméstico alcançará em 2025 43,3 mil no cenário tendencial, contra 47,6 mil no cenário programático.

Já para o fluxo estrangeiro, verifica-se ainda na Tabela anterior, que o Estado partirá de um fluxo de 199,7 mil, em 2015, para 281,7 mil, em 2025, incremento de 41% no período ou 3,5% ao ano. Já para o cenário programático este fluxo alcançará cerca de 310 mil, incremento de 55% no período ou 4,49% a.a. Este mesmo incremento aplica-se ao Polo, quando neste período o fluxo doméstico alcançará 4,56 mil no cenário tendencial, contra 5,03 mil no cenário programático.

As tabelas a seguir mostram para os dois cenários aqui adotados (tendencial e programático) a projeção do fluxo turístico total (doméstico e estrangeiro) para todos os onze municípios do Polo Agreste/Trairi.

Observa-se na Tabela 17 que os municípios de Jaçanã, São Jose de Campestre e Sítio Novo não registram fluxo turístico para o cenário tendencial projetado, já que até 2015 estes três, entre os onze municípios do Polo, não dispunham de qualquer meio de hospedagem. Para os demais municípios espera-se com este cenário um crescimento de 2,14% ao ano, o que fará com que Santa Cruz passe de um fluxo de 23.622, em 2015, para 29.198 turistas em 2025, ou seja, crescimento de quase um quarto, 24% no período.

TABELA 17: PROJEÇÃO DO FLUXO TURÍSTICO TOTAL PARA OS MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI - CENÁRIO TENDENCIAL

ANO	CORONEL EZEQUIEL	JAÇANÃ	MONTANHAS	MONTE DAS GAMELEIRAS	NOVA CRUZ	PASSA E FICA	SANTA CRUZ	SÃO JOSÉ DE CAMPESTRE	SERRA DE SÃO BENTO	SÍTIO NOVO	TANGARÁ
2015	674	-	1.223	1.329	2.681	1.119	23.622	-	3.895	-	1.345
2016	651	-	1.182	1.284	2.590	1.081	22.819	-	3.763	-	1.299
2017	664	-	1.205	1.310	2.642	1.103	23.275	-	3.838	-	1.325
2018	677	-	1.229	1.336	2.695	1.125	23.741	-	3.915	-	1.351
2019	697	-	1.266	1.376	2.776	1.159	24.453	-	4.032	-	1.392
2020	718	-	1.304	1.417	2.859	1.193	25.187	-	4.153	-	1.434
2021	740	-	1.343	1.460	2.945	1.229	25.942	-	4.278	-	1.477
2022	762	-	1.384	1.504	3.033	1.266	26.721	-	4.406	-	1.521
2023	785	-	1.425	1.549	3.124	1.304	27.522	-	4.539	-	1.566
2024	809	-	1.468	1.595	3.218	1.343	28.348	-	4.675	-	1.613
2025	833	-	1.512	1.643	3.314	1.383	29.198	-	4.815	-	1.662
Rel2025/15	1,24		1,24	1,24	1,24	1,24	1,24		1,24		1,24
Tx.geom. anual	2,14%		2,14%	2,14%	2,14%	2,14%	2,14%		2,14%	-	2,14%

Fonte: Elaborado por ITEC.

A Tabela a seguir, aporta para os onze municípios do Polo Agreste/Trairi a projeção do fluxo turístico total (doméstico e estrangeiro) para o cenário programático. Para este cenário, admitiu-se que a partir de 2017 os municípios de Jaçanã, São Jose de Campestre e Sítio Novo contariam com um estabelecimento de hospedagem que possa vir a ofertar pelo menos 62 leitos, média dos demais municípios do Polo. Em função do efeito-renda (elasticidade de 1,35), a taxa de crescimento nestes três municípios superará 8% ano no período de 2017 a 2025. Nos demais municípios, a taxa de crescimento anual ficará em torno de 3,9% ano, que no período de 2015 a 2025 elevará em 47% o fluxo turístico de cada um desses municípios.

TABELA 18: PROJEÇÃO DO FLUXO TURÍSTICO TOTAL PARA OS MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI CENÁRIO PROGRAMÁTICO

ANO	CORONEL EZEQUIEL	JAÇANÃ	MONTANHAS	MONTE DAS GAMELEIRAS	NOVA CRUZ	PASSA E FICA	SANTA CRUZ	SÃO JOSÉ DE CAMPESTRE	SERRA DE SÃO BENTO	SÍTIO NOVO	TANGARÁ
2015	674	-	1.223	1.329	2.681	1.119	23.622	-	3.895	-	1.345
2016	652	-	1.188	1.293	2.599	1.084	22.880	-	3.782	-	1.302
2017	676	620	1.233	1.342	2.697	1.125	23.743	620	3.925	620	1.351
2018	702	656	1.280	1.394	2.800	1.168	24.642	656	4.075	656	1.402
2019	737	710	1.344	1.463	2.940	1.226	25.880	710	4.279	710	1.472
2020	774	775	1.411	1.536	3.088	1.288	27.177	775	4.493	775	1.546
2021	813	855	1.482	1.613	3.242	1.352	28.536	855	4.717	855	1.624
2022	854	952	1.555	1.693	3.404	1.420	29.961	952	4.952	952	1.705
2023	896	1.070	1.633	1.777	3.573	1.490	31.454	1.070	5.198	1.070	1.790
2024	941	1.213	1.714	1.865	3.751	1.565	33.019	1.213	5.456	1.213	1.879
2025	988	1.389	1.798	1.957	3.937	1.642	34.658	1.389	5.726	1.389	1.972
Rel.2025/15	1,47	2,24	1,47	1,47	1,47	1,47	1,47	2,24	1,47	2,24	1,47
Tx.geom. anual	3,90%	8,40%	3,93%	3,94%	3,91%	3,91%	3,91%	8,40%	3,93%	10,61%	3,91%

Fonte: Elaborado por ITEC.

2.2.2 Caracterização do perfil qualitativo dos segmentos potenciais

O diagnóstico desenvolvido permitiu identificar 05 segmentos turísticos com potencial de atratividade e com possibilidade de inserção mercadológica visando elevar o número de visitantes da região e alçá-la a um novo patamar de atratividade.

Objetivando planejar a gradação de importância e o nível de investimentos necessários à inserção mercadológica de cada segmento selecionado utilizou-se a metodologia da **Matriz BCG**, que foi desenvolvida por Bruce Henderson para a empresa de consultoria ***Boston Consulting Group*** no início da década de 70. Pela Matriz BCG é possível realizar a análise de um portfólio de produtos ou de unidades de negócio com base no conceito de ciclo de vida do produto.

Fonte: SOBRE ADMINISTRACAO, 2010.

Para se proceder à análise de portfólio de produtos turísticos com base na Matriz BCG é necessário posicioná-los dentro da matriz de acordo com suas características principais e classificá-los de acordo com o quadrante que ocupam. Os quadrantes são:

- **Ponto de interrogação** (também conhecido como “em questionamento” ou “criança-problemática” ou “prodígios”): Neste quadrante, estão posicionados os produtos pertencentes a um mercado com altas taxas de crescimento. Exigem grandes investimentos e possuem baixo retorno, com possibilidade de se tornar “abacaxi” em pouco tempo. Porém, por tratar-se de um mercado com alto crescimento, podem também se tornar “estrela”, desde que sejam bem tratados;

- **Estrela**: Neste quadrante, estão posicionados os produtos com alta participação no mercado, com altas taxas de crescimento. São líderes de mercado, exigindo grandes investimentos. Caso o crescimento do mercado seja reduzido, pode facilmente se tornar uma “vaca leiteira”.

- **Vaca leiteira**: Neste quadrante, estão posicionados os produtos com taxa de crescimento moderada em mercados já estabelecidos. Não demandam grandes investimentos, uma vez que o crescimento do mercado é baixo. Alguns destinos têm esses produtos como sua base, por serem altos os lucros e a geração de caixa. É comum ver “estrelas” se transformando em “vacas leiteiras”.

- **Abacaxi:** (também conhecido como “animal de estimação”, “cão” ou “vira-lata”): Neste quadrante estão posicionados os produtos com baixa participação em um mercado maduro, sem crescimento aparente. Estes produtos devem ser evitados

ao máximo pelo destino, sendo possível até o seu descarte do portfólio, do ponto de vista financeiro e estratégico, evitando os altos custos de recuperação.

Assim, a matriz BCG é um instrumento que possibilita aos profissionais de marketing analisar os produtos passíveis de comercialização pelos destinos turísticos, identificando aspectos importantes para a sua manutenção tais como a possibilidade de crescimento, sua condição perante o mercado, seus custos, sua aceitação pelo público etc.

Assim, o diagnóstico aponta com propriedade que a maioria da oferta do Polo Agreste/Trairí pode ser considerada como potencial, pois se encontra ainda em sua forma original e ser estruturada para que efetivamente seja capaz de provocar o deslocamento de turistas até o destino.

Como visto, o Polo Agreste/Trairí possui 5 (cinco) segmentos turísticos, de acordo com a segmentação proposta pelo MTur (BRASIL, 2010e)[15], quais sejam:

Segmentos Destaque:

1. **TURISMO RELIGIOSO**
2. **TURISMO DE AVENTURA**

Segmentos Complementares:

3. **ECOTURISMO**
4. **TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS**
5. **TURISMO CULTURAL**

[15] BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos Conceituais da Segmentação Turística.** 2010e. Em http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf. Acessado em 02 fev. 2016.

A matriz BCG da oferta potencial é, portanto:

Matriz BCG		PARTICIPAÇÃO NO MERCADO	
		ALTA	**BAIXA**
CRESCIMENTO NO MERCADO	**ALTA**	ESTRELA **Religioso**	PRODÍGIO **Ecoturismo** **Turismo de Aventura**
	BAIXA	VACA LEITEIRA **Negócios e Eventos** **Cultural**	ABACAXI -------

Fonte: Organizado por ITEC, 2016. Baseado na metodologia de Matriz BCG em SOBRE ADMINISTRACAO, 2010.

O **Turismo Religioso** constitui o maior gerador de fluxo de visitantes do Polo Agreste/Trairí, carreado principalmente pelo principal atrativo do segmento, o Complexo Alto de Santa Rita no município de Santa Cruz. Entretanto, tem condições de ser desenvolvido em outras áreas do Polo e se configurar como segmento estrela, com alta participação no mercado e alto crescimento (inerente a este tipo de segmento) caso receba o necessário tratamento de *marketing* no que se refere à formatação dos produtos e adequada promoção/atração de turistas.

O **Turismo de Aventura e Ecoturismo** possui participação no mercado ainda incipiente, em Santa Cruz, Sítio Novo, Monte das Gameleiras, Passa e Fica e Serra de São Bento. Esses segmentos possuem alto potencial de exploração, pois são segmentos com grande penetração mercadológica e amplo crescimento no Brasil e no mundo. No entanto, exigem planejamento e investimentos consideráveis para se estruturarem e tempo para que os produtos se tornem competitivos frente às ofertas dos atuais concorrentes. Atualmente ocorre no Polo a visitação de áreas naturais, que, entretanto, ainda não se configura como Ecoturismo, pelas peculiaridades do segmento, embora seja identificado potencial para seu desenvolvimento.

O **Turismo de Negócios e Eventos** é proporcionado principalmente pelo fluxo de negócios ligados à agricultura, comércio e serviços com foco principal em Santa Cruz. Esse perfil de turista garante a ocupação dos meios de hospedagem do município e é importante a sua manutenção para a garantia da sustentabilidade destes equipamentos. Por outro lado, não

necessita de grandes investimentos e ainda pode constituir um canal relevante para atração de outros segmentos. O **Turismo Cultural** é um importante segmento que, na região do Polo, pode atuar de forma complementar aos demais, permeando os produtos turísticos oferecidos e fortalecendo-os, e assim, mantendo uma constância de atratividade, mas sem tornar-se um produto principal.

De acordo com o portfólio de produtos potenciais, o perfil do turista potencial para o Polo foi construído principalmente com base no Produto Estrela, **Turismo Religioso** e em mais três acepções, como se expõe a seguir.

SEGMENTO CAPAZ DE INDUZIR O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E GERAR IMPACTOS ECONÔMICOS POTENCIALMENTE FORTES

A região em estudo apresenta o Turismo Religioso com alta propensão para crescimento, caso devidamente alicerçado em termos de infraestrutura e planejamento. Não obstante, este segmento, considerado o turismo cultural de cunho religioso, ainda gera um no Agreste/Trairí um baixíssimo índice de pernoites, o que lhe impede de produzir impactos significativos na economia regional. Portanto, há de se fazer um esforço em termos de marketing com enriquecimento de portfólio e aumento de atratividade para manter estes visitantes pelo menos por uma diária e aumentá-la gradativamente.

No que se refere ao impacto do turismo foi realizada uma pesquisa que ocorreu no mês de abril de 2013 intitulada “O Turismo Religioso e o Impacto nas Micro e Pequenas Empresas do Município de Santa Cruz/RN” foi realizada em abril de 2013. Na ocasião foram entrevistadas 150 Micro e Pequenas Empresas locais. Tais empresas (12,5% dedicadas ao comércio e 1,47% à prestação de serviços) surgiram após o início do turismo religioso no município e correspondem a 14% das empresas existentes.

O surgimento dessas empresas denota que o turismo cultural de cunho religioso vem, desde a época, causando impactos positivos na estrutura produtiva de Santa Cruz que, entretanto, podem ser, em muito, ampliados e potencializados.

Não obstante há que se atentar para as expectativas com relação ao turismo religioso na cidade, uma vez que 54,4% das empresas entrevistadas declararam não ter tido as suas expectativas atendidas. Dentre as demais, 33,8% consideram ter tido as suas expectativas atendidas e 11,8% as expectativas superadas.

- O não atendimento às expectativas tiveram as seguintes razões, conforme os empreendedores: O turismo religioso não motivou nem desenvolveu o comércio local e não teve impacto no comércio da cidade;
- O valor do aluguel dos imóveis aumentou;
- Não aumentou o número de clientes;
- Os turistas são carentes, não têm condições de consumir;
- A cidade não tem estrutura para esse tipo de atividade;

- O movimento dos turistas ocorre apenas aos domingos, o comércio local está fechado e a prefeitura não autoriza funcionar;
- Elevou o preço dos produtos;
- O fluxo de turistas fica restrito à localização da Santa.

No entanto, na mesma pesquisa, os entrevistados reconhecem que o turismo religioso traz vantagens para a cidade, dentre os quais:

- Visibilidade da cidade (37,0%);
- Aumento do fluxo de visitantes (29,6%);
- Melhorou os hotéis e pousadas (8,9%);
- Movimento do comércio (6,7%);
- Mais restaurantes na cidade (6,7%).

Cabe salientar que este segmento já possui condições de atrair demandas regionais e nacionais importantes, desde que seja complementado em termos de infraestrutura e marketing. No entanto, este não tem sido, no caso do Brasil, um segmento com relevante atratividade para o turismo internacional, fato que pode ser comprovado nas pesquisas do receptivo realizadas pelo MTur, uma vez que o turismo religioso não é citado como motivação de viagem nas pesquisas realizadas. Não obstante, o religioso tem sido um grande indutor de fluxos relevantes em destinos nacionais e internacionais, transformando suas realidades e proporcionando um alto impacto sobre o desenvolvimento econômico. Constitui um segmento que movimenta a economia e faz circular a renda, seja no deslocamento de brasileiros, seja no de visitantes de outros países. As pessoas que vão para essas localidades usufruir do turismo religioso precisam de hospedagem (simples ou mais sofisticadas), vão a restaurantes e lanchonetes para se alimentar, consomem artesanato e outros produtos. Anualmente, segundo dados da *World Religious Travel Association (2010)*, o segmento de turismo religioso movimenta US$ 18 bilhões e atrai cerca de 300 milhões de pessoas em todo o mundo.

O viajante que, pela fé ou outro motivo, visita um santuário vivencia uma realidade, uma experiência ligada ao local e, ao mesmo tempo, consome produtos e serviços. Mas há ainda o acesso ao turismo artístico, arquitetônico e gastronômico. E, com isso, o turismo religioso é também um indutor do lançamento de cidades como uma área de visitação, melhorando a qualidade de vida de sua população, quando planejado e estruturado de maneira adequada. É o caso, por exemplo, da região onde viveu Irmã Dulce na Bahia, canonizada em 2011 pela Igreja Católica, ou do Templo de Salomão, no bairro do Brás, em São Paulo, onde fica a sede mundial da Igreja Universal do Reino de Deus.

De acordo com Aragão e Macedo (2011), conhecer as manifestações religiosas de um povo é conhecer também um pouco mais de sua cultura. Durante a Copa Mundo de 2014, no Brasil, grupos de missionários evangélicos de diversas nacionalidades convidaram turistas para cultos trilíngues e demais atividades religiosas realizadas nas igrejas evangélicas locais. Em algumas cidades-sede, como Brasília e São Paulo, igrejas católicas celebraram missas em quatro idiomas: inglês, espanhol, francês e italiano. Os visitantes de origem

muçulmana, por sua vez, tiveram acesso a um guia eletrônico em inglês com diversas informações, entre elas a indicação da direção da cidade sagrada de Meca nas cidades-sede da Copa do Mundo de Futebol.

Levantamento realizado pelo MTur em 2010/2011 mostra que o Brasil tem 96 destinos religiosos distribuídos por 344 cidades. No mês de outubro de cada ano, dois grandes eventos religiosos da Igreja Católica movimentam milhares de fiéis; mais de 200 mil pessoas são esperadas, nos dias 11 e 12, em Aparecida do Norte, cidade em São Paulo, que recebe, anualmente, mais de 10 milhões de visitantes. Próximo a esta data, o Círio de Nazaré em Belém (PA), conta com a participação de dois milhões de fiéis para uma romaria fluvial. Em 2013, segundo dados do governo do Pará, o Círio gerou uma renda de, aproximadamente, US$ 28 milhões para a economia do estado.

Em Aparecida do Norte/SP, está instalado o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil. Quase no meio do caminho entre o Rio de Janeiro e São Paulo, quem segue pela Rodovia Presidente Dutra não tem como deixar de ver a basílica nova, que chama a atenção por suas belezas e dimensões. A igreja e pontos próximos, incluindo o local onde a imagem de Nossa Senhora foi encontrada em 1717, transformaram Aparecida em um dos principais destinos religiosos do Brasil.

É cada vez maior o número de pessoas que buscam na religião conforto para suas angústias e paz interior, mas também, como meio de preenchimento espiritual, conhecimento de si e reconhecimento do outro.

A Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR em parceria com a Arquidiocese do Rio de Janeiro criou o catálogo denominado “Roteiros da Fé Católica” (JURKEVICS, 2005) que divulga as datas das principais festas e procissões religiosas do país.

Outros destinos de turismo religioso que também atraem grande fluxo de turistas são: Juazeiro do Norte, no Ceará, terra do Padre Cícero; Nova Trento, em Santa Catarina, onde se encontra o Santuário de Madre Paulina; Caicó, no Rio Grande do Norte, com a procissão dedicada a Nossa Senhora Sant’Ana; Bom Jesus da Lapa, na Bahia, com o santuário e festa dedicado à Bom Jesus da Lapa, São Cristóvão em Sergipe, com a festa ao Nosso Senhor dos Passos.(BRASIL, 2000).

A cada dia crescem os números relacionados ao turismo religioso no Brasil. Os motivos para isso são diversos, como por exemplo, o aumento da renda e da expectativa de vida da população, a maior disponibilidade de tempo livre de grande parcela da população com mais idade, a democratização do acesso ao transporte de longa distância e à internet, a maior divulgação de eventos religiosos nos veículos de comunicação de massa, a maior divulgação de destinos e festas religiosas e a proliferação de veículos de comunicação religiosos.

Com a maior divulgação dada pelos veículos de comunicação de massa, as festas, tradições e devoções religiosas que anteriormente estavam restritas a uma determinada cidade, estado ou região, agora se tornam conhecidas nacionalmente. Milagres, obras e prodígios passaram a ser divulgados instantaneamente para milhões de pessoas.

Testemunhos de cura e demonstrações públicas de fé são compartilhados rapidamente com brasileiros de norte a sul e até mesmo com nossos vizinhos latino-americanos.

Segundo dados preliminares do mapeamento do Turismo Religioso, realizado pelo Ministério do Turismo, existem no país 344 municípios com oferta de Turismo Religioso. Desses, 177 possuem calendário de eventos religiosos. O levantamento identificou 96 produtos turísticos, prontos para comercialização, de norte a sul do país.

Segundo a Secretária Nacional de Políticas de Turismo, “as festas religiosas são fortes expressões da cultura brasileira. O Brasil é o maior país católico do mundo. O segmento é, sem dúvida, além de promissor, uma excelente estratégia de diversificação da oferta turística brasileira como os eventos da Semana Santa”.

No que tange ao Polo Agreste/Trairi o deslocamento para o turismo religioso pode gerar muitas outras oportunidades de negócios caso bem gerenciados por agentes institucionalizados (redes hoteleiras, operadoras de turismo etc.), com a participação do próprio estado e dos agentes religiosos. Com isso, o turismo passa a ser visto como uma oportunidade de negócios: criam-se empregos para guias, incrementa-se o artesanato em geral e o ligado às peças religiosas, aumenta-se a utilização da estrutura de apoio ao turismo, dentre outras vantagens.

Diversas atividades econômicas estão relacionadas ao turismo religioso, tais como:

- Agências de viagens de turismo religioso
- Agências de viagens em geral
- Transporte aéreo e rodoviário
- Sistemas de hospedagem, incluindo casas de aluguel para temporada
- Artesanato de artigos religiosos
- Indústria de itens religiosos
- Comércio local em geral, incluindo serviço de alimentação
- Serviços de apoio (aluguel de carros, diversão, etc.)

AMBIENTE NATURAL E CULTURAL COM ATRATIVIDADE

A riqueza de ambientes naturais experimentada pelo Polo enseja o seu desenvolvimento turístico com base nos segmentos de turismo de aventura e do ecoturismo. De fato, estes são segmentos com forte apelo comercial e demanda crescente além de cativa, em nível nacional e internacional.

Para o Polo Agreste/Trairi, entretanto, recomenda-se um esforço de marketing inicialmente em nível regional enquanto não são estruturados os produtos turísticos, passando no médio prazo para a demanda nacional e em seguida para a demanda internacional, principalmente

aquela que já visita ou pretende visitar, por meio de Natal, principal portão de entrada do estado.

PROXIMIDADE COM O PRINCIPAL PORTÃO DE ENTRADA ESTADUAL E COM O ESTADO DA PARAÍBA

O Polo Agreste/Trairi se encontra geograficamente próximo do principal portão de entrada do Estado do Rio Grande do Norte, a sua capital Natal, e do Estado da Paraíba. Tal fato gera um diferencial competitivo em termos mercadológicos, uma vez que podem ser carreados para a região turistas que já visitam o estado e que tenham entre suas motivações de viagem o turismo de aventura/ecoturismo e o turismo cultural.

Para isto se tornar realidade, entretanto é necessário que haja um esforço inicial de estruturação dos produtos e posteriormente de formatação mercadológica e comercialização conjunta com os demais produtos estaduais.

A. PERFIL DO TURISTA POTENCIAL

Para construir o Perfil do Turista Potencial para o Agreste/Trairi partiu-se do princípio de que, além da demanda atual representada principalmente pelo turista do segmento religioso, poderão ser carreados para a região os turistas que já visitam Natal.

Neste sentido, para delinear esse perfil, tomou-se como base o cruzamento de dados oriundos de três fontes, quais sejam:

- Pesquisa de Demanda realizada pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio IPDC -FECOMERCIO/RN em maio 2015 “Festejos de Santa Rita de Cássia – Santa Cruz/RN”

- Estudo de demanda realizado em maio/junho e em julho de 2012 pela Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande Norte – SETUR;

Estudo “Demanda do Planejamento Estratégico e Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte - Produto 2 - Empresa Consultora Solimar International – realizado em junho de 2016O perfil do turista esperado para o Polo a partir da implantação das ações preconizadas pelo PDITS é descrito a seguir.

TURISTA NACIONAL

A pesquisa realizada pelo IPDC-FECOMERCIO/RN fornece importantes dados para se apontar o perfil a demanda futura neste segmento, visando uma maior sustentabilidade do turismo no Polo. Teve como objetivo avaliar a percepção do público que participou dos festejos de Santa Rita de Cássia, no município de Santa Cruz em 2015. Para tanto, foram levantados dados sobre perfil (origem, sexo, idade etc.) e sobre as razões que levaram os

visitantes a conhecerem a festa da padroeira da cidade, bem como informações sobre gastos com hospedagem, alimentação e compras, além da mensuração do grau de satisfação com os serviços públicos utilizados durante o evento.

A metodologia adotada pelo Instituto foi a quantitativa por meio da aplicação de questionário estruturado, contendo questões abertas e fechadas. As entrevistas foram realizadas em pontos de circulação e concentração do público alvo. Foram entrevistadas 500 (quinhentas) pessoas, conforme critérios estatísticos de pesquisa, entre os dias 18 e 22 de maio de 2015.

Para a realização deste trabalho, o IPDC contou com uma equipe de entrevistadores devidamente treinada e com experiência em pesquisas similares. Durante o trabalho de campo, os questionários foram submetidos a um acompanhamento que se baseia na crítica e análise da consistência de 100% da amostra, com verificação no momento e local de realização das entrevistas (IPDC/FECOMÉRCIO/RN, maio 2015).

As PESQUISAS DE DEMANDA TURÍSTICA NATAL/RN, também utilizadas como fonte do presente estudo, foram aplicadas em maio/junho/2012 e em julho de 2012A pesquisa de demanda da SETUR teve por objetivo identificar o perfil da demanda que visita o destino turístico Natal, seu perfil, suas motivações, preferências por produtos turísticos e sua avaliação acerca dos bens e produtos consumidos durante sua permanência na cidade.

A pesquisa considerou, em maio/junho de 2012, uma amostra final de 800 turistas, sendo que, em julho do mesmo ano envolveu 1.109 pessoas. Tais amostras são significativas: asseguram a representatividade e a confiabilidade da pesquisa e possibilitam inferências estatísticas para o universo de turistas que entram e saem da cidade de Natal.

As entrevistas visando a obtenção de informações sobre a realidade estudada foram orientadas por um roteiro previamente estabelecido, semi-estruturado, composto por questões abertas e fechadas, conforme Manual elaborado pela Secretaria.

Foram entrevistados turistas nacionais e estrangeiros, nos portões de saída da cidade - o Aeroporto Internacional Augusto Severo e o Terminal Rodoviário da Cidade da Esperança, nas rodovias BR 101 e 304. Foi considerado como turista o visitante, nacional ou estrangeiro, que se deslocou para a cidade de Natal, por um período consecutivo inferior a um ano, cuja finalidade principal da viagem foi o ócio, os negócios e outros motivos não relacionados ao exercício de atividade remunerada.

Seguem-se alguns resultados obtidos pela pesquisa SETUR – maio e junho/2012 e julho/2012:

- No período maio/junho 2012, o percentual de turistas estrangeiros que chegaram a Natal foi inferior, em 2,5 pontos, ao índice auferido em julho/2012. Neste mês, 90,7% eram de turistas brasileiros e 9,3%, eram estrangeiros. Quanto ao turismo nacional em julho/2012 os maiores estados emissores de turistas para Natal foram São Paulo (16,7%), Pernambuco (12,7%) e Ceará (11,8%). O Rio de Janeiro ficou em quarto lugar, tendo enviado 10,9% dos turistas entrevistados. Tais resultados ratificam os encontrados na pesquisa de maio/junho de 2012, dada a constância dos estados emissores, fazendo parte dos entrevistados, naquela oportunidade, 14,4% de turistas

oriundos de São Paulo, 13,7% provenientes de Pernambuco e outros 10,1% da Paraíba;

- Em julho de 2012, dentre as cidades brasileiras emissoras de turistas para Natal estavam Recife, em primeiro lugar, (10,9%) seguida de São Paulo (10,8%), Fortaleza (10,3%), Rio de Janeiro (9,1%) e Brasília (6,9%). Em maio/junho de 2012, os resultados tinham sido semelhantes, com turistas brasileiros oriundos de Recife (9,6%), Fortaleza (9,6%), Rio de Janeiro (8,2%), São Paulo (7,9%) e Salvador (6,2%);

- Nota-se a constante presença de turistas vindos de Recife, Fortaleza, São Paulo e Rio de Janeiro em ambas as pesquisas, apresentando-se como mercados importantes para as ações de promoção e comercialização turística de Natal e do Rio Grande do Norte como um todo;

- Em termos regionais, a principal região emissora de turistas para o RN é a própria região Nordeste (50,9%), seguida da Sudeste (32,6%). Com grande diferença percentual, vem em terceiro lugar a região Centro-Oeste (8,7%), seguida da região Sul (3,4%) e da Norte (3,2%).

- Em julho/2012, os turistas estrangeiros informaram ter chegado ao país por Natal (32,6%), São Paulo (24,2%) e Rio de Janeiro (22,1%). A participação de Natal, nesse mês, foi menor do que a observada em maio/junho de 2012 (39,4%), com queda de 6,8 pontos percentuais. Os entrevistados informaram que no mês de julho foi menor a quantidade de voos charters europeus que pousaram no Aeroporto Internacional Augusto Severo, Natal, o que contribuiu para a queda do índice.

- Quanto à renda mensal individual dos turistas brasileiros, em julho/12 59,8% informaram auferir re até 8 salários-mínimos (R$ 4.976,00), similar ao registrado em maio/junho,, que foi de 56,4%, evidenciando um turista de baixo poder aquisitivo. Já a renda mensal individual de 84,3% dos turistas estrangeiros, correspondia, em julho de 2012, a até US$ 4.000,00. Em maio/junho, este valor foi significativamente maior, quando a maioria dos turistas internacionais afirmou ter renda acima de U$ 6.001,00. Em ambos os casos, tanto dos turistas nacionais quanto dos estrangeiros, é possível que o número de estudantes participantes da amostra pesquisada tenha influenciado a renda registrada.

- Quanto à renda mensal individual dos turistas, tem-se, considerando os principais estados e países emissores:

- Quanto à renda mensal individual dos turistas, tem-se, considerando os principais estados e países emissores:

ESTADOS/PAÍSES EMISSORES DE TURISTAS PARA NATAL-RN	RENDA MÉDIA MENSAL INDIVIDUAL (R$)
Alagoas	7.739,74
Distrito Federal	7.279,06
Ceará*	5.004,43
Pernambuco*	4.964,00
São Paulo*	4.318,86
Canadá	22.167,00
Alemanha**	9.801,15
Portugal**	7.244,00
Itália**	5.806,55
Argentina**	3.116,07

* Principais Estados emissores
** Principais Países emissores

- Do total de turistas entrevistados em julho de 2012, 57,1% admitiram nunca ter visitado Natal em outra ocasião. Anteriormente, em maio/junho de 2012, esse percentual foi de 40,6%, 16,5 pontos abaixo do ocorrido em julho. Entre os turistas brasileiros, 54,3% haviam visitado Natal pela primeira vez. Entre os turistas estrangeiros esse percentual eleva-se para 84,2%.

- Quanto ao tempo de permanência dos turistas brasileiros em Natal tem-se:

ESTADOS DE ORIGEM	TEMPO DE PERMANÊNCIA MÉDIA EM NATAL
Pernambuco	6 dias
Ceará	7 dias
São Paulo	8 dias
Rio de Janeiro	11 dias

- Aproveitando a estada em Natal, os turistas entrevistados em julho/2012 informaram ter visitado outras localidades, com pernoites, no Rio Grande do Norte, destacando-se: Pipa (57,7% com média de sete pernoites); Pirangi (7,5%, com média de três pernoites) e Santa Cruz (4,2%, com média de dois pernoites). Em maio/junho o mesmo quesito havia apontado Pipa como a localidade mais visitada além de Natal (24,8%), vindo em seguida Pirangi/Parnamirim (12,9%) e Mossoró (12,9%), esta com resultado inexpressivo em julho/2012.

- Agrupando-se apenas as respostas dos turistas estrangeiros ao quesito anterior, tem-se como principais localidades visitadas: (24,8%), Litoral Norte (15%) e Genipabu (12,6%).

- Quanto a outras localidades do RN que os turistas gostariam de ter visitado durante a viagem, tem-se como resposta a uma questão aberta: Pipa (15,2%), Genipabu (6,9%) e Praias (5,8%). 20,5% dos turistas responderam que não gostariam de visitar nenhuma outra localidade do estado além de Natal, enquanto 18,7% não souberam

responder ou não responderam. Estas respostas podem indicar que os turistas não estão informados sobre outros destinos, produtos e atrativos turísticos oferecidos pelo RN ou que os disponíveis não lhes parecem interessantes. A cidade de Mossoró, que havia sido citada entre as 14 principais respostas dadas na pesquisa em maio/junho de 2012, não foi citada em julho do mesmo ano.

A pesquisa primária relativa ao estudo "Demanda do Planejamento Estratégico e Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte - Produto 2 - Empresa Consultora Solimar International, foi realizada de 19 de março a 16 de abril de 2016, período que engloba a Semana Santa e a Páscoa. Embora se trate de período com feriado nacional, quando usualmente observa-se aumento da visitação, o fluxo turístico nesta época é substancialmente inferior ao da alta temporada turística tradicional de verão, que se estende de dezembro a fevereiro de cada ano.

A pesquisa primária realizada pela Solimar adotou o método de pesquisa quantitativa para a realização de entrevistas individuais, incluindo a aplicação de questionários estruturados e padronizados para uma amostra representativa da população estudada.

O estudo reuniu grupos de turistas que constituíram uma amostra significativa de cada um dos cinco polos turísticos estaduais. Foram realizadas entrevistas individuais nos principais municípios pertencentes a cada Polo, entre o final de março e o início de abril de 2016, época dos feriados de Páscoa.

O foco de interesse foi o turista que visitou um dos cinco Polos Turísticos do estado. Foram aplicados questionários que, quando considerados válidos e completos em seu preenchimento, foram introduzidos nas amostras de dados, caso contrário, foram descartados.

1.443 (mil quatrocentos e quarenta e três) turistas foram entrevistados, preenchendo os critérios de cálculo de amostra previamente estabelecidos. A amostra foi representativa do universo, que abrange toda a população adulta dos diferentes polos turísticos no momento da pesquisa. A margem de erro foi estimada em 2,6 pontos percentuais para mais ou para menos, dentro dos 95% do intervalo de confiança.

Segue-se o registro dos resultados significativos da pesquisa Solimar:

- 64,9% dos entrevistados encontram-se na faixa etária de 18 a 39 anos, com proporção semelhante quando desdobrada na faixa de 18 a 29 anos (33,1%) e de 30 a 39 anos (31,8%). Os turistas do Polo Seridó são mais jovens (44,2% na faixa de 18 a 29 anos) e os turistas do Polo Agreste/Trairí tendem a ser mais velhos, com a predominância de idades superiores a 29 anos.
- Quanto ao grau de instrução, 45,1% têm nível superior completo e 12,4% são pós-graduados. Este nível de instrução é principalmente válido para os turistas que têm como destino o Polo Costa das Dunas e o Polo Costa Branca, respectivamente 54,1% e 58,5% com nível superior completo.
- A maioria dos turistas é casada (55%); viajaram para o RN com a família (61,5%) ou com amigos (29,3%), sendo que uma fração menor viajou em grupos (9,2%). Nos Polos Costa das Dunas e Serrano foi constatada uma proporção maior de famílias (73% e 62,2%). Nos Polos Agreste/Trairí e Seridó, foi maior a proporção de grupos de turistas (27,1 e 27,2%). Os grupos de viajantes são compostos em média por 5,61

pessoas. O número de pessoas por grupo alcançou em Agreste/Trairí 15,63, superior aos demais Polos. Por outro lado, o menor número de pessoas foi constatado no Polo Seridó, com 2,94 pessoas no grupo.

- Em média, 40,9% dos turistas entrevistados viajava para o RN pela primeira vez. Este percentual foi maior com os turistas do Polo Agreste-Trairi (59,9%) e do Polo Costa das Dunas (52,5%).
- A estadia média dos turistas é de 3,3 dias no Polo visitado e de 3,69 no RN em geral.
- 80% dos respondentes escolheram passar suas férias ou praticar algum tipo de lazer como motivo principal para viajar a um dos Polos do RN. No Polo Serrano e no Polo Seridó foram constatados índices semelhantes para a presença de viajantes por motivo de negócios (18,4% e 19,1%, respectivamente).
- Relaxamento ou visita a amigos e à família foram os principais impulsionadores das viagens de lazer (52% e 21%). As atividades relacionadas à natureza ou à cultura ocuparam o segundo lugar como motivo da viagem (17% e 10%). Outras atividades, mesmo que em menor número, estavam relacionadas ao turismo religioso.

Para o Polo Agreste-Trairi o relatório da Solimar indica como potencial um segmento mais velho em idade, com renda mais baixa, possivelmente idosos aposentados com rendas fixas. Há visitantes que viajam pela primeira vez ao Polo, que preferem viajar em grupos, com parte considerável usando operadores de turismo e transporte de ônibus. Em média, gastam mais, o que poderia indicar que são casais e amigos recentemente aposentados, com seus 60 anos, em tours organizados. A oportunidade é criar passeios específicos, possivelmente guiados, em torno da natureza, cultura e atividades bem leves de aventura. Seu foco principal é a segurança e a proteção juntamente com a natureza e atividades relacionadas à paisagem. Portanto, as abordagens de marketing precisam usar palavras específicas para promover atividades notavelmente seguras e bem organizadas. A certificação poderia ser demonstrada em determinado nível de expertise em qualquer uma das atividades ou operações que se identificariam bem com esse segmento (Empresa Solimar Internacional, jun. 2016).

No que tange à pesquisa realizada pela FECOMÉRCIO, os dados coletados podem ser sintetizados nos seguintes itens:

- Gênero - 52,8% do sexo feminino e 47,2% do sexo masculino;

- Escolaridade: 34,4% - ensino fundamental (completo ou incompleto); 44,4% nível médio (completo ou incompleto);19% - nível superior completo; 2,2% pós-graduação.

- Estado Civil - casados (49,6%); viajaram em companhia da família (53,2%); em excursão (21,8%).

- Procedência – a maior parte de nativos de Santa Cruz; 77% de cidades do RN (com predominância de moradores de Natal e da região agreste. Participantes de outros estados brasileiros: Paraíba (10,8%), Pernambuco (4%), Ceará (2,8%), São Paulo (1,2%), Rio de Janeiro (0,8%), Alagoas (0,6%), Bahia (0,4%), Goiás (0,4%), Minas Gerais (0,4%), Rondônia (0,4%), Rio Grande do Sul (0,4%), Santa Catarina (0,4%), Espirito Santo (0,2%) e Sergipe (0,2%).

- Outras características dos turistas: 76,4% se encaixam no perfil de excursionista, uma vez que permaneceram na cidade por menos de 24h; 23,6%. Considerados turistas, passam mais tempo na cidade, em média três dias em Santa Cruz – utilizando meios de hospedagem.

- Gastos: Gastos médios de R$ 434,56 (quatrocentos e trinta e quatro reais e cinquenta e seis centavos). Turistas com média de três dias de permanência, acompanhados de mais de uma pessoa – gasto médio diário individual somou R$ 72,43 (setenta e dois reais e quarenta e três centavos

  Visitantes com menos de 24 horas na cidade – gastos médios de R$ 108,39 (cento e oito reais e trinta e nove centavos) para grupo de 02 (duas) pessoas (média de R$ 54,20 (cinquenta quatro reais e vinte centavos) durante a permanência na cidade.

Considerando o perfil do turista nacional potencial, para o Polo Agreste/Trairí, deverá haver, a princípio, expressiva participação do turista estadual e regional (considerando também que haverá uma maior conversão do excursionista do turismo religioso para turista de fato). Paulatinamente deverão ser carreados para o Polo uma parte dos fluxos provenientes dos emissores atuais com maior renda para o estado, quais sejam, Ceará, São Paulo e Pernambuco. Entretanto, como a Paraíba constitui um importante emissor no caso do turismo religioso, este também deve também ser considerado no perfil do turista potencial.

Natal como a capital do estado do Rio Grande do Norte e por concentrar maior infraestrutura turística, é considerada a entrada de turistas para o estado (e, consequentemente, para o Polo). A relação entre o número total de turistas da cidade é bastante significativa ao se considerar o fluxo total no Rio Grande do Norte, acima de 60%. (RIO GRANDE DO NORTE, 2011b).

Um amplo trabalho de planejamento de marketing deve ser realizado para capacitar a região do Polo Agreste/Trairi à atração de parte deste contingente que visita Natal. Pelas pesquisas apresentadas, nota-se haver baixa motivação para visitar outras localidades interioranas do estado, mais afastadas do litoral, além do desconhecimento dos produtos turísticos oferecidos pelas regiões interioranas do Rio Grande do Norte. Um ponto positivo refere-se ao tempo de permanência tanto do turista nacional e do turista internacional (média de 8,4 dias para nacionais e 10,7 dias para turistas internacionais), enseja a possibilidade de visitas a outras localidades não tão longínquas da costa, tais como o Polo Agreste/Trairí.

Cruzando-se o perfil do turista atual para o segmento cultural/religioso com o turista atual e potencial para Natal, obtém-se o seguinte perfil do turista potencial:

QUADRO 6: PERFIL DO TURISTA NACIONAL DESEJADO – POLO AGRESTE/TRAIRÍ

INDICADOR	CARAPOLOERÍSTICAS
Sexo	- Indiferente
Procedencia	- RN – 30% - Demais estados do NE com ênfase para PE, PB e CE(volume emissivo) e para AL e DF (maiores rendas per capita-)-40% - SP,RJ (maiores emissores da Região Sudeste- demanda atual de Natale e demanda atual do Turismo Cultural/religioso) – 10% cada
Idade	- 15 a 30 anos: 10% - 31 a 40 anos: 60% - 41 a 70 anos: 30%
Escolaridade	- Superior – 50% - Demais- 50%
Renda	- De R$3.476,01 a R$6.563,00: 60% - Acima de R$9.733,01: 40%
Motivação em Termos de segmentos além de Negócios e Eventos	- Religioso/Cultural: 50% - Ecoturismo: 20% - Aventura: 20% - Outros 10%
Forma de Organização da Viagem	- Agência ou Operadora: 60% - Outros: 40%
Meios de Informação	- Marketing Turístico: 70% - Outros: 30%

Fonte: ITEC,2016.

TURISTA INTERNACIONAL

Para determinação do perfil do turista internacional potencial para o Polo tomou-se como referência (i) a entrada de turistas no estado do Rio Grande do Norte por meio do Portão de Entrada Natal, segundo sua procedência, gasto médio e motivação de viagem, obtidas no "Estudo de Demanda Turística Internacional– Brasil 2014 – Resultados do Turismo Receptivo" (BRASIL, out. 2015); (ii) z, os estudos de demanda realizado pela SETUR em 2012 e (iii) o Estudo "Demanda do Planejamento Estratégico e Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte - Produto 2 - Empresa Consultora Solimar International – realizado em junho de 2016.

Em geral, o turista internacional permanece mais tempo na localidade do que o brasileiro. Em 2008, por exemplo, a média de permanência do turista brasileiro foi de 8,4 dias, em contraposição a 10,7 dias dos turistas internacionais. O maior poder de compra do turista estrangeiro permite que este desfrute de mais dias no destino turístico. Ainda, o custo-benefício de viagens rápidas a uma destinação internacional é bastante pequeno, justificando-se uma permanência maior como forma de compensação.

O lazer é a principal razão das viagens dos estrangeiros que visitam o município de Natal e a proporção de pessoas e pernoites cujo principal motivo é o lazer alcança 74,6%; os indicadores médios de gastos e pernoites *per capita* são respectivamente R$ 119,3 e 11,1.

A partir do cruzamento dos emissores que têm alta participação na utilização do Portão de Entrada Natal e têm condições para realizar gasto médio diferenciado, tem-se e seguinte perfil desejado o para o Polo no médio e longo prazo.

QUADRO 7: PERFIL DO TURISTA INTERNACIONAL DESEJADO – POLO AGRESTE/TRAIRÍ

INDICADOR	CARACTERÍSTICAS
Sexo	- Indiferente
Procedencia	- Europa: Alemanha, Itállia e Portugal (maiores gastosm médios atuais em segmentos compatíveis com a oferta) – 70% - América do Sul: Cidades de maiores rendas da Argentina(Buenos Aires, Córdoba, Rosário, Santa Fé, Mendoza) – 30% .
Idade	- 15 a 30 anos: 10% - 31 a 40 anos: 40% - 41 a 70 anos: 50%
Escolaridade	- Superior – 60%
Renda	- De U$ 3.000 a U$6.000: 50% - Acima de U$6.000,00: 50%
Motivação em Termos de segmentos além de Negócios e Eventos	- Cultural: 20% - Ecoturismo: 30% - Aventura: 40 - Outros 10%
Forma de Organização da Viagem	- Agência ou Operadora: 60% - Outros: 40%
Meios de Informação	- Marketing Turístico: 70% - Outros: 30%

Fonte: ITEC,2016.

2.2.3 Identificação de elementos críticos que influem no processo de tomada de decisões de compra da viagem dos segmentos potenciais

De acordo com Lage e Milone (2000) existem fatores de grande importância na análise da atratividade turística de uma destinação, que exercem influência direta no consumo do produto turístico, refletindo-se diretamente na variação do que é ofertado e na demanda turística. Estes fatores são a elasticidade, a sensibilidade e a sazonalidade.

A elasticidade é a medida da resposta de compradores ou de vendedores diante de mudanças nas condições do mercado. A elasticidade-preço da demanda, por sua vez, mensura a o impacto das variações do preço de um determinado bem sobre a quantidade/frequência demandada desse bem A sensibilidade significa a aceitabilidade da demanda diante dos itens que integram esse bem, ou seja, o produto turístico; e a sazonalidade refere-se aos períodos em que há concentração de demanda turística.

No caso específico do Polo Agreste/Trairí, observa-se que os visitantes que têm como motivação o turismo cultural de cunho religioso estão extremamente atrelados à sazonalidade, uma vez que atendem a desejos de viagens com datas específicas ligadas ao calendário de festas da região. Este perfil ainda é pouco conhecido no Brasil, mas percebe-se que este turista possui alta sensibilidade com relação a preços e, portanto, baixa elasticidade. Para esta afirmação corrobora a pesquisa IPDC-FECOMERCIO/RN - 2015 que aponta que quase 70% dos entrevistados se inserem na faixa de renda mensal de até 02 salários mínimos e somente 11% possuem renda mensal de 03 a 04 salários mínimos.Segundo pesquisa do Perfil do Romeiro do Turismo Religioso em Santa Cruz/RN, de maio/2013, a viagem é realizada pela maioria em grupos com familiares (51,8%) ou com amigos (42,9%); o turista gastano máximo R$ 500,00 no local. 96,1% pensam retornar àcidade e 99,3% a recomendariam para outras pessoas.

As aspectos da cidade que mais agradaram aos visitantes:

- A imagem de Santa Rita de Cássia (46,3%);
- Vista da cidade do Alto de Santa Rita de Cássia (11,7%);
- Localização da imagem de Santa Rita de Cássia (8,6%)

(AUTOR, maio 2013).

De acordo com a pesquisa supracitada, as observações, críticas e sugestões desses visitantes foram:

- A distância do estacionamento até o local em que a imagem está situada;
- O estacionamnto não é coberto e deveria ser calçado;
- Pequena quantidade de banheiros;
- A estrutura é pequena para a grande demanda;
- O acesso para pessoas idosas não é adequado;
- Poderia ter opções de passeios;
- Fila muito grande no restaurante;
- Ter uma equipe para receber os visitantes e dar iformações;
- Falta opção de comércio local;
- Retirar o lixão da proximidade do santuário;
- Ter banheiro próximo ao estacionamento;

- Ter eventos culturais e religiosos;
- Ter caixa eletrônico;
- A área da missa deveria ser separada da área de alimentação.

(AUTOR, maio 2013).

Destaque dos pontos a serem melhorados nos próximos eventos:

- limpeza pública - 4% ,
- lixão por perto - 3,6%;
- infraestrutura - 2%;
- segurança - 2%;
- acesso - 1,8%;
- clima - 1,4%;
- atendimento - 1%;
- informações turísticas - 0,8%;
- restaurantes- 0,8%;
- trânsito - - 0,8%; organização das missas - 0,6%;
- nada desagradou – 77,1%.

O que mais agradou durante a visitação da cidade:

- imagem da Santa Rita de Cassia (54,6%);
- santuário (53,6%)

A quase totalidade (98,2%) dos entrevistados demonstrou interesse em retornar ao município de Santa Cruz. Apenas 1,2% não deseja retornar, e 0,6% não sabe. Cerca de 98,6% dos entrevistados afirmaram que recomendariam a festa da padroeira de Santa Cruz a seus amigos e familiares. Apenas 0,6% respondeu negativamente, e 0,8% preferiu não responder.

Quanto ao comércio e serviços oferecidos:

- lojas de artigos religiosos – Nota média – 8,7;
- infraestrutura e organização – 8,5;
- comércio local – 8,7;
- acesso e transporte - 8,4;
- . qualidade dos serviços da cidade e a urbanização - 3;

- locais de alimentação e serviços de saúde – 8,2;
- segurança pública – 7,9;
- banheiros públicos – 7,8.

De maneira geral, a festa da padroeira de Santa Cruz 2015 surpreendeu as expectativas dos peregrinos e foi bem avaliado pelo público em geral, obtendo nota média 9,5 dos visitantes.

O turista com voltado para o ecoturismo e o turismo de aventura possui elasticidade-renda maior em virtude de constituir um perfil de renda mais alta e é mais exigente, principalmente no que concerne à formatação do produto turístico e à sua sustentabilidade.

No que se refere à aceitabilidade da demanda com relação à oferta do Polo, embora não existam dados conclusivos neste ponto para toda a demanda, será tomada como base para o Polo estudado a demanda atual do turismo cultural/religioso com relação à oferta existente.

Quanto à política de preço e distribuição, bem como aos canais de comercialização, observa-se que tais itens devem ser consolidados pelo Trade em conjunto com os órgãos de turismo, uma vez que os produtos turísticos para a região ainda são novos e não contam com um planejamento de marketing efetivo.

Como o principal objetivo do Polo é atrair demanda turística nacional e posteriormente a internacional, faz-se necessário alicerçar seus produtos turísticos atuais e futuros e definir a imagem turística da região do Polo que hoje é difusa.

2.2.4 Nível de expectativa dos diferentes segmentos potenciais

No que tange ao turismo religioso, a pesquisa IPDC-FECOMERCIO/RN (maio 2015) constatou que a festa da padroeira de Santa Rita de Cássia atraiu pessoas que nunca tinham visitado Santa Cruz e nem participado do evento (32,2%), sendo que e 67,8%, em outras oportunidades, já haviam visitado a cidade do Agreste Potiguar.

Entre os que passaram mais de um dia no município, a maioria (55,5%) optou por hospedar-se em casas de amigos ou parentes; enquanto 40,3% se hospedaram em hotéis, ou similares. Apenas 2,5% se hospedaram em outras cidades, e 1,6% em outros meios de hospedagem na cidade de Santa Cruz, Além da estátua de Santa Rita de Cássia, 45,5% dos presentes aos festejos visitaram outros pontos da cidade, como a igreja matriz (12,4%), bares/restaurantes (10,5%), atrações musicais/eventos (6,7%), atrativos históricos culturais (6,3%), lojas de artesanato (4,3%) e comércio local (2,2%). Quanto ao Ecoturismo e o Turismo de Aventura, foi criada em 2010, como referência, pelo Mtur/ABETA - Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura uma matriz de valor que contém relevantes informações sobre o que desejam os turistas e como estes segmentos avaliam as viagens no Brasil.

A matriz de valor é dividida em quadrantes delimitados pelos eixos relativos à importância e à satisfação médias, que definiram escalas para fatores considerados importantes em viagens para contato com a natureza ou para realização de atividades na natureza.

Os fatores que devem ser mantidos, considerados muito importantes pelos turistas são: natureza exuberante; equipamentos seguros; normas de segurança claras e colocadas em prática; informações precisas sobre o lugar para onde deseja ir antes de viajar; formas de pagamento atrativas; bons locais para comer e beber e empresas ou profissionais competentes para realizar as atividades na natureza.

Os fatores que devem ser reavaliados, pois apresentam menor grau de importância apesar do alto nível de satisfação, são: hospedagem confortável no destino e atividades emocionantes.

Os fatores que necessitam ser melhorados secundariamente, já que apresentam baixo índice de satisfação e menor grau de importância para os turistas, por sua vez, são: informações precisas sobre as atividades que vão praticar na natureza, antes de viajar; facilidade de acesso aos locais para atividades na natureza; serviços como bancos, telefonia e internet; programas para fazer à noite; pacotes com muitas atividades – não só de natureza; e luxo, conforto e charme ao mesmo tempo.

Por fim os fatores que precisam melhorar prioritariamente por serem considerados muito importantes e terem baixo índice de satisfação correspondem a: respeito ao meio ambiente; preço justo; meios de transporte compatíveis com o seu orçamento; boa qualidade de vida da comunidade local e pacotes atrativos.

Tais elementos pesquisados pela ABETA em conjunto com o MTur são de fundamental importância para nortear a formatação dos produtos deste segmento do Polo e devem ser considerados pelo trade turístico no processo de construção de seu portfólio.

2.2.5 Hábitos de informação e compra dos diferentes segmentos potenciais

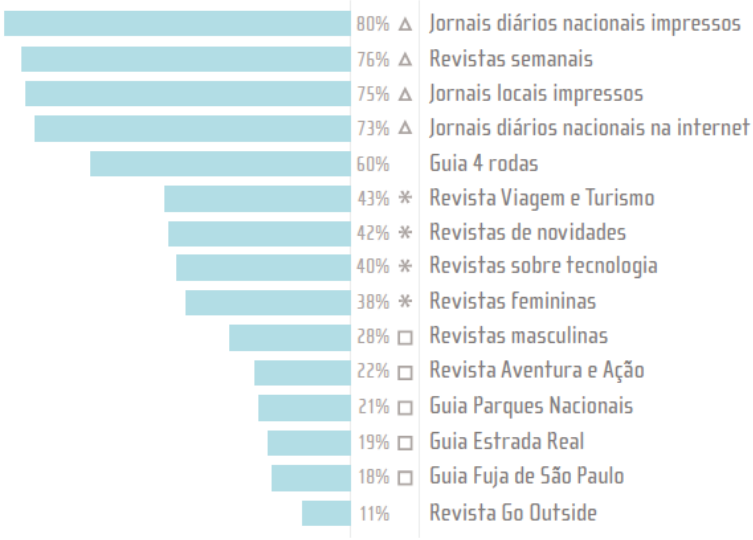
Na ausência de dados e informações específicas sobre os hábitos de compra relativos ao Polo Serrano, optou-se por desenvolver este item a partir de dados generalistas referentes aos segmentos que estão sendo propostos para alicerçar a atividade turística na região de interesse.

Considerando o segmento cultural/religioso, na pesquisa IPDC/FECOMÉRCIO/RN/2015 aproximadamente 62,3% dos entrevistados tomaram conhecimento da festa de Santa Rita de Cássia por meio de amigos e familiares; 28,4% já conheciam o evento e decidiram retornar por algum motivo em especial; 3,6% souberam do evento por meio da televisão; 2% pela internet; 1,8% pelas redes sociais; 0,8% pelo rádio; 0,4% por meio de excursão; e os 0,8% restantes por comunicação no trabalho, na igreja, por guia turístico ou cartazes.

Tal pesquisa denota a baixa participação das mídias mais utilizadas em marketing (internet, impressos, televisão e rádio) na atração de turistas, o que enseja a ampliação da captação com base nessas mídias, por meio de um Plano de Marketing para o Polo.

O ecoturista demonstra grande expectativa e interesse em relação à viagem que irá realizar, ao destino que pretende visitar; assim sendo, vai em busca de informações de diversos tipos: sobre os pacotes turísticos existentes, sobre a geografia, o clima, os ciclos da chuva, as características da população, etc. Tais informações são pesquisadas em sua maioria na internet e por meio de amigos/parentes. Ao chegar a seu destino, o ecoturista confere as informações obtidas. O mesmo se aplica aos turistas que têm interesse em arqueologia segundo estudo (TRESSERRAS et al, 2008). O estudo MTur/ABETA, de 2010, apresentou os resultados de pesquisa em que foi oferecida aos respondentes uma lista de mídias para serem identificadas a partir das opções: leio, assino, folheio ou não tenho contato. Em primeiro lugar, estatisticamente empatados, ficaram os jornais diários nacionais impressos, as revistas semanais, os jornais locais impressos e diários nacionais na internet. Em segundo lugar tem-se, isolado, o Guia 4 Rodas. Na terceira posição e empatados estão as revistas de turismo, revistas de novidades e revistas femininas. No quarto lugar, ficaram as revistas masculinas de aventura e ação, Guias de Parques Nacionais, e outros guias do gênero. No quinto lugar ficou a revista *GoOutside*, conforme consta na figura a seguir. (BRASIL/ABETA, 2010f).

FIGURA 4: ENVOLVIMENTO COM AS MÍDIAS (ASSINA + LÊ + FOLHEIA)



Fonte: BRASIL/ABETA (2010f)

Assim percebe-se que as mídias mais eficazes sobre informações turísticas e opções de viagens dos segmentos de aventura e ecoturismo são os jornais impressos e sites especializados.

FIGURA 5: FORMA MAIS EFICIENTE DE SE INFORMAR SOBRE VIAGENS DE NATUREZA E AVENTURA NO BRASIL

Fonte: BRASIL/ABETA (2010f)

2.2.6 Grau de conhecimento e interesse da demanda potencial pela Área

O Polo Agreste/Trairí ainda não possui imagem turística definida e facilmente perceptível, ao contrário, apresenta-se ainda difusa e pouco clara para o mercado, o que é natural e aceitável, uma vez que se inicia agora o trabalho para considerar um produto integrado para a área. Entretanto, algum conhecimento sobre atividades de lazer e de turismo cultural e religioso, e mesmo sobre ecoturismo e turismo de aventura, em menor proporção, já se encontra disponível para a demanda estadual e regional. Para os demais segmentos, o conhecimento da oferta local é ainda incipiente, na medida em que os produtos turísticos carecem de estruturação e de um trabalho efetivo de marketing, podendo inclusive basear a comercialização turística associada ao destino estadual mais consagrado, Natal.

2.2.7 Identificação de destinos competidores

A identificação de destinos competidores foi desenvolvida para os principais segmentos potenciais, quais sejam: turismo cultural de cunho religioso e ecoturismo/turismo de aventura.

Segundo dados preliminares do mapeamento do Turismo Religioso, realizado pelo MTur, existem no país 344 municípios com oferta de Turismo Religioso. Desses, 177 possuem calendário de eventos religiosos. O levantamento identificou 96 produtos turísticos, prontos para comercialização, de norte a sul do país (BRASIL, ano).

Segundo a Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, “as festas religiosas são fortes expressões da cultura brasileira. O Brasil é o maior país católico do mundo. O segmento é, sem dúvida, além de promissor, uma excelente estratégia de diversificação da oferta turística brasileira como os eventos da Semana Santa”. O Brasil conta hoje com diversos destinos já consolidados nacionalmente no segmento de turismo religioso e que podem ser considerados os principais competidores do Polo em estudo, a seguir listados:

- Aparecida do Norte/SP, com o Santuário de Nossa Senhora Aparecida;
- Belém/PA, com o Santuário e a festa de Nossa Senhora de Nazaré – Círio de Nazaré;
- Juazeiro do Norte/CE – Padre Cícero;
- Nova Trento/SC – Santuário de Madre Paulina;
- Caicó/RN – procissão de Sant’Ana;
- Bom Jesus da Lapa/BA – com festas, romarias e Santuário;
- São Cristóvão em Sergipe; com a festa de Nosso Senhor dos Passos.

As cidades barrocas mineiras e baianas, como Ouro Preto, Mariana, Congonhas do Campo e Salvador, também recebem dezenas de milhares de turistas motivados pela fé. Em todo o território nacional, seja em grandes cidades ou médios e pequenos povoados, é possível perceber a devoção aos santos, beatos e padroeiros das cidades, com sua procissão anual e capelinhas, que atraem a população urbana e rural para a sua devoção.

Nas últimas décadas os brasileiros descobriram também os destinos religiosos estrangeiros, o que motivou o surgimento de agências de viagem e operadoras turísticas especializadas. Estes destinos são os competidores do Polo em nível internacional. Desses destinos, a Terra Santa é o que tem mais crescido. Os destinos europeus têm sido cada vez mais procurados, com destaque para os grandes santuários marianos na França, na Itália e em Portugal e para o Caminho de Compostela, na Espanha. Na América Latina, o México tem recebido um número crescente de brasileiros para visitar a Basílica de Nossa Senhora de Guadalupe.

O ecoturismo e o turismo de aventura constituem segmentos que têm tido crescimento considerável ao longo dos últimos anos e a estimativa, com estimativa de 20% ao ano. A oferta em termos nacionais e internacionais para este segmento, entretanto, é ampla e diversificada.

No mercado nacional, os principais destinos competidores ao Polo no que se refere ao ecoturismo/ turismo de aventura estão na região Sudeste como a seguir:

REGIÕES BRASILEIRAS	PRINCIPAIS DESTINOS COMPETIDORES EM RELAÇÃO AO POLO AGRESTE/TRAIRI TURISMO DE AVENTURA E ECOTURISMO
Nordeste	Abrolhos (BA) Canindé de São Francisco (SE) Chapada Diamantina (BA) Delta do Parnaíba (PI) Fernando de Noronha (PE)

REGIÕES BRASILEIRAS	PRINCIPAIS DESTINOS COMPETIDORES EM RELAÇÃO AO POLO AGRESTE/TRAIRI TURISMO DE AVENTURA E ECOTURISMO
	Galinhos (RN) Lençóis Maranhenses (MA) Maraú (BA)
Centro Oeste	Chapada dos Guimarães (MT) Chapada dos Veadeiros (GO) Formosa (GO) Pantanal (MT) Pirenópolis (GO)
Norte	Ilha de Marajó (PA) Macapá (AP) Porto Velho (RO)
Sudeste	Aiuruoca (MG) Brotas (SP) Caconde (SP) Campos do Jordão Caraça - Município de Santa Bárbara (MG) Carrancas (MG) Eldorado Paulista (SP) Ibitipoca - Distrito de Lima Duarte (MG) Ilha do Cardoso (SP) Ilha Grande (RJ) Ilhabela (SP) Itu (SP) Monte Verde - Camanducaia (MG) Ouro Preto (MG) Paranapiacaba (SP) Paraty (RJ) Petar - Parque Estadual Turístico do Alto do Ribeira (SP) Rio de Janeiro (RJ) São Bento do Sapucaí (SP) São Francisco Xavier-Distrito de São José dos Campos (SP) São Luiz do Paraitinga (SP) São Thomé das Letras (MG) Serra da Bocaina (RJ) Socorro (SP) Tiradentes (MG) Visconde de Mauá (RJ)
Sul	Balneário Camboriú (SC) Blumenau (SC) Canela (RS) Caxias do Sul (RS) Florianópolis (SC) Foz do Iguaçu (PR) Ilha do Mel (PR) Morretes (PR)
Regiões Brasileiras	**Principais destinos competidores em relação ao Polo Agreste/Trairi Turismo de Aventura e Ecoturismo**
Nordeste	Abrolhos (BA)

REGIÕES BRASILEIRAS	PRINCIPAIS DESTINOS COMPETIDORES EM RELAÇÃO AO POLO AGRESTE/TRAIRI TURISMO DE AVENTURA E ECOTURISMO
	Canindé de São Francisco (SE) Chapada Diamantina (BA) Delta do Parnaíba (PI) Fernando de Noronha (PE) Galinhos (RN) Lençóis Maranhenses (MA) Maraú (BA)
Centro Oeste	Chapada dos Guimarães (MT) Chapada dos Veadeiros (GO) Formosa (GO) Pantanal (MT) Pirenópolis (GO)

No que se refere ao mercado internacional, embora a região em estudo ainda não possua condições de competitividade para com os destinos apontados, para um cenário futuro vislumbra-se como destinos competidores locais cuja atratividade está calcada em uma imagem natural e exótica, localizados em áreas tropicais. As mais expressivas ofertas de ecoturismo, portanto, estão distribuídas principalmente pelos países das Américas, tais como:

- Deserto do Atacama (Chile),
- Torres Del Paine – (Patagônia Chilena)
- Tikal (Guatemala)
- Ilha de Páscoa (Chile).
- Los Roques (Venezuela)
- Islândia
- Tailândia
- Costa Rica
- Himalaia (Nepal, Butão, Índia, China, Paquistão, Afeganistão, Myanmar e Tibet).
- Machu Picchu (Peru)
- Parque Nacional Masai Mara (Quênia fazendo divisa com a Tanzânia) e
- Nova Zelândia

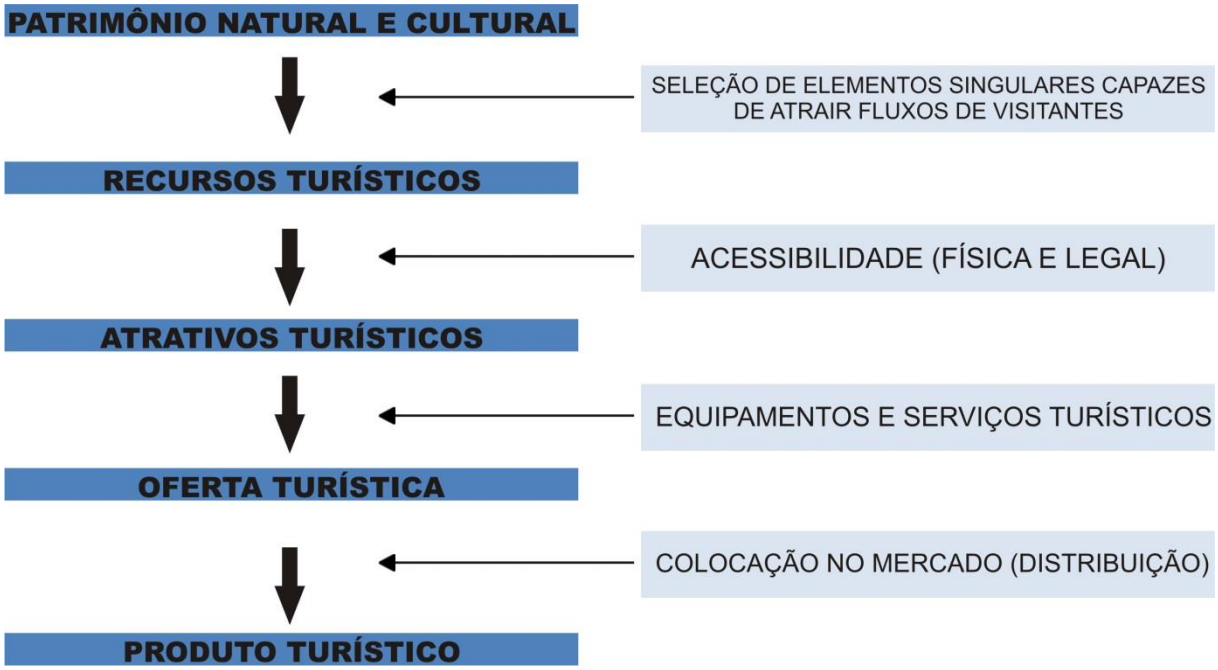
2.3 OFERTA TURÍSTICA

A oferta turística é composta por

> O conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante. (...) Em suma, a oferta em turismo pode ser concebida como o conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. (BENI, 1997, p.153)

O produto turístico é o resultado da junção dos elementos da oferta, ou seja, o conjunto de bens e serviços, agregados aos atrativos, que estão unidos por uma relação de interação e interdependência, que são ofertados ao mercado para consumo. A característica mais marcante deste tipo de produto é o fato dele ser imaterial (intangível), pois o que resta após o seu uso é apenas a experiência vivenciada.

FIGURA 6: ILUSTRAÇÃO ESQUEMÁTICA DE OFERTA TURÍSTICA



Fonte: ITEC,2014.

A oferta turística, de acordo com BENI (1997), é dividida em Oferta Diferencial ou Original que é composta pelos atrativos turísticos; e em Oferta Técnica ou Agregada que diz respeito aos equipamentos e serviços turísticos, à infraestrutura de apoio ao turismo e à supraestrutura turística.

Ressalta-se que o Ministério do Turismo considera outras categorias de atrativos, além dos naturais e culturais, que serão explicitados no subitem a seguir.

Neste item serão analisados os atrativos e os equipamentos e serviços turísticos. Esta análise será realizada utilizando-se a terminologia utilizada pelo Ministério do Turismo no projeto Inventário da Oferta Turística (BRASIL, 2011a)[16].

Os demais componentes da oferta serão analisados em itens específicos, neste Diagnóstico: Infraestrutura e Serviços Básicos, referentes à infraestrutura de apoio ao turismo; e Quadro Institucional, referente à supraestrutura turística.

2.3.1 Atrativos Turísticos

Os atrativos turísticos são o conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria prima da atividade turística, pois são esses que provocam o deslocamento de turistas até o destino. A esse conjunto agregam-se os serviços e equipamentos que são produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado.

Para a caracterização dos atrativos turísticos do Polo foram realizados, inicialmente, levantamentos em fontes secundárias, com o propósito de definir uma listagem preliminar dos atrativos constantes na área turística. Após este levantamento preliminar foi realizada uma visita *in loco*, baseada em observação direta, que teve como principais objetivos - verificar acessos, infraestrutura e condições gerais dos atrativos, de forma a reconhecer os principais segmentos turísticos trabalhados. Ressalta-se que o levantamento de campo não abrangeu a totalidade dos atrativos listados, mas naqueles de maior interesse apontados pela SETUR/RN e pelos interlocutores municipais. Todos os atrativos e áreas visitados foram fotografados para registro dos seus aspectos paisagísticos.

No quadro a seguir, apresenta-se a listagem dos atrativos turísticos separados por categoria e tipos, de acordo com a classificação do MTur. Aqueles atrativos que não se enquadraram na classificação definida foram listados no campo “Outros”.

[16] Metodologia apresentada em *Inventário da Oferta Turística, Instrumento de pesquisa*, publicado pelo Ministério do Turismo, em 2011.

QUADRO 8 – ATRATIVOS TURÍSTICOS – POLO AGRESTE/TRAIRÍ

CATEGORIA	TIPO	ATRATIVOS
CORONEL EZEQUIEL		
ATRATIVOS NATURAIS	Hidrografia	Poço Fundo
		Cachoeira de Miguel*
		Barragem e Cachoeira de Zé Pedro
		Poço de Zé do Có
		Açude Barro Branco
		Cachoeiras do Rio da Tábua
		Poço dos Cágados
		Açude do Governo*
	Relevo Continental	Serras
ATRATIVOS CULTURAIS	Arquitetura Religiosa	Igreja do Gurjaú
		Igreja de Nossa Senhora do Amparo*
		Capela São Xavier*
EVENTOS PROGRAMADOS		Carnaval
		São João do Povo
		Caprifeira
JAÇANÃ		
ATRATIVOS NATURAIS	Relevo Continental	**Pedra Redonda***
ATRATIVOS CULTURAIS	Museu/Memorial	**Memorial da Família Fortunato***
	Artesanato/Trabalhos Manuais	Bordado
		Crochê e Tricô
	Formas de Expressão	Grupo Acordes
		Trio Jaçanã e Gilvan do Acordeon
		Flávio Domingo Dantas (Poeta)
		Casa do Cordel
EVENTOS PROGRAMADOS		Festa do Caju (ExpoCajú)
MONTANHAS		
ATRATIVOS NATURAIS	Hidrografia	**Lagoa de Montanhas***
ATRATIVOS CULTURAIS	Arquitetura Religiosa	**Igreja de São João Batista***
EVENTOS PROGRAMADOS		Festa de final de ano
		Festa de Santos Reis
		São João
		Emancipação Política
MONTE DAS GAMELEIRAS		
ATRATIVOS NATURAIS	Relevo Continental	**Pedra da Mesa***
		Pedra da Consolação*
		Pedra da Macambira
		Pedra de São Pedro

CATEGORIA	TIPO	ATRATIVOS
		Pedra das Pintadas
		Pedra do Cruzeiro*
		Pedra do Navio*
ATRATIVOS CULTURAIS	Sítio Arqueológico	Sítio Arqueológico Pedra Pintada
	Lugares de Manifestação de Fé	**Pedra do Cruzeiro***
EVENTOS PROGRAMADOS		Festival Gastronômico
		Festa do Padroeiro
NOVA CRUZ		
ATRATIVOS NATURAIS	Hidrografia	Açude Pau Barriga
		Barragem Pedro Targino
		Barragem de Lagoa Verde
		Açude Recreio
		Encontro dos rios Bujari e Curimatau
ATRATIVOS CULTURAIS	Arquitetura Religiosa	Igreja Matriz
		Igreja de São Sebastião
		Igreja de Santa Luzia
		Igreja Santa Maria Gorete
		Igreja Nossa Senhora da Piedade
		Igreja Mãe Peregrina
	Arquitetura Oficial	**Prédio da Prefeitura Municipal***
	Conjunto Arquitetônico	**Centro Histórico com Casarões Antigos***
		Antiga estação de trem (Casa de Cultura)*
	Lugares de Manifestação de Fé	A Pedra do Sitio da Conceição (onde uma menina via a santa nossa senhora da conceição)
	Formas de Expressão	Grupo de Boi de Reis (Pintadinho)
PASSA E FICA		
ATRATIVOS NATURAIS	Unidades de conservação e similares	**Parque Estadual Pedra da Boca***
	Relevo Continental	Serra dos Cocos
		Pedra do Oratório
		Alto da Timbaúba*
ATRATIVOS CULTURAIS	Artesanato/Trabalhos Manuais	**Casa do Artesão – Celma Lisboa***
		Frivolité*
	Formas de Expressão	Os Macambirais
OUTROS	Mirante Alto de Terra da Timbaúba	
SANTA CRUZ		
ATRATIVOS NATURAIS	Unidades de conservação e similares	**Parque da Borborema***
ATRATIVOS	Arquitetura Civil	**Monumento das Águas***

CATEGORIA	TIPO	ATRATIVOS
CULTURAIS	Arquitetura Religiosa	**Santuário Santa Rita de Cássia***
		Capela de São José*
		Capela Nossa Senhora das Graças*
		Capela Nossa Senhora das Dores (do Maracujá)*
	Lugares de Manifestação de Fé	**Complexo Turístico Alto de Santa Rita***
	Museu/Memorial	Casarão Edivaldo de Lima de Souza
		Museu Rural Auta Pinheiro Bezerra*
	Teatros/Anfiteatros	Teatro Candinha Bezerra
	Formas de Expressão	Boi de Reis
		Casa de Cultura Popular Palácio Inharé
	Artesanato/Trabalhos Manuais	Tipologia religiosa
		Centro de Cultura Mestre Antônio da Ladeira
EVENTOS PROGRAMADOS		Festa de Santa Rita-Santa Cruz/RN
		MotoFest
		Festival de Quadrilha-Paraíso
		Festival Gastronômico
OUTROS		**Vila de Todos***
		Feira Tradicional
SÃO JOSÉ DO CAMPESTRE		
ATRATIVOS NATURAIS	Relevo Continental	Serra da Regália
		Casa de Pedra (Sitio Picos)
		Serra Vermelha
	Hidrografia	Açude do Japi II
ATRATIVOS CULTURAIS	Lugares de Manifestação de Fé	**Cruzeiro de Frei Damião***
	Arquitetura Religiosa	Sede da Igreja Matriz
	Arquitetura Oficial	Sede da Prefeitura Municipal
	Gastronomia	Preá
		Imbu
		Doce de Barrinha
	Artesanato	Cesta de palha
	Formas de Expressão	Grupo Boi de Reis 7 Estrelas
EVENTOS PROGRAMADOS		Festa de Santos Reis
		Circuito Cultural
		Cavalgada de São José
		Festa do Padroeiro São José
SERRA DE SÃO BENTO		

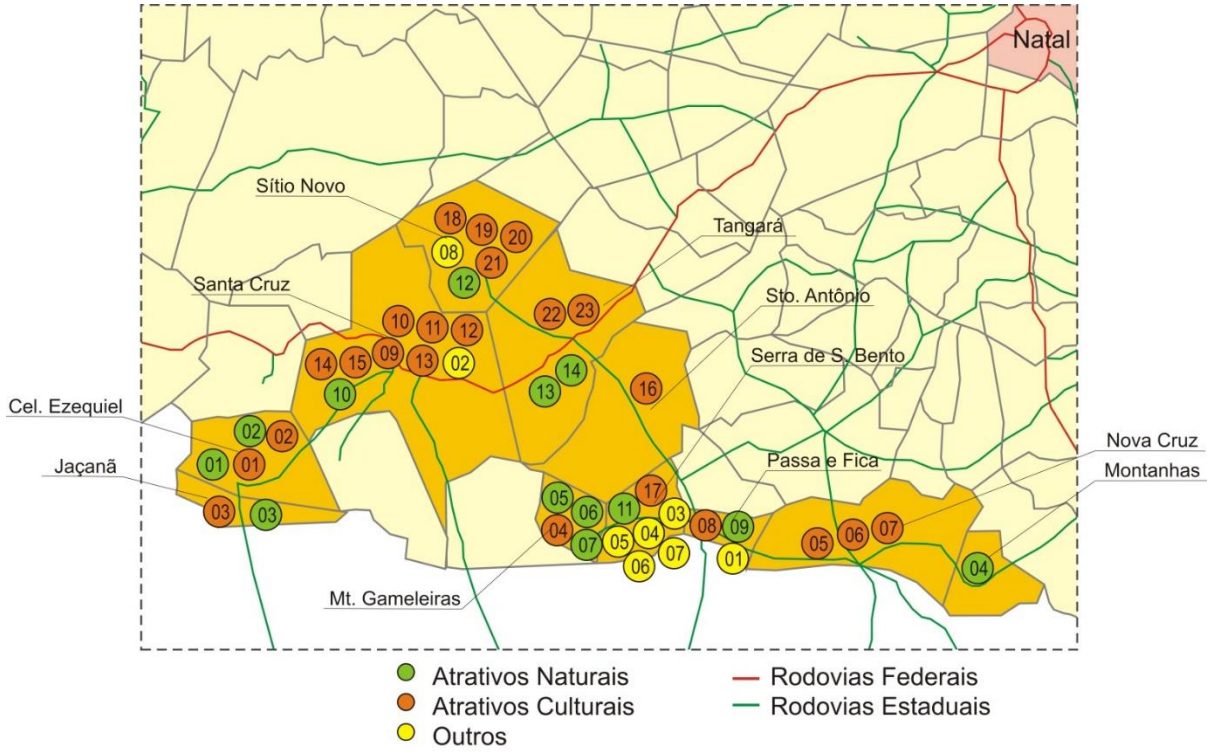
CATEGORIA	TIPO	ATRATIVOS
ATRATIVOS NATURAIS	Hidrografia	**Açude***
	Relevo Continental	Serra de São Bento
		Pedra da Troxa
		Pedra do Sapo
		Pedra da Preguiça
		Pedra do Cruzeiro
		Pedra do Luís
		Terceira Pedra
	Cavernas/Grutas	Loca das Almas
ATRATIVOS CULTURAIS	Arquitetura Religiosa	Igreja Central
		Paroquia de São Bento Abade
		Capela de São José (Sitio Jucá)
		Igreja Matriz de São Bento Abade
	Artesanato/Trabalhos Manuais	**Projeto de Artesanato Benditas Mãos: crochê, bordado, fuxico e bonecos de pano***
	Formas de Expressão	Grupo de Dança Arte na Serra
	Gastronomia Típica	Galinha Caipira
EVENTOS PROGRAMADOS		Festival Gastronômico
OUTROS (Projetos Lugares de Charme)		**Mirante de Serra de São Bento***
		Pousada Villas da Serra*
		Pousada Fulô da Pedra
		Restaurante Pôr do Sol*
		Restaurante Galinhas da Serra*
		Café Serrano*
SÍTIO NOVO		
ATRATIVOS NATURAIS	Relevo Continental	**Pedra de São Pedro (Serra de São Pedro)***
		Serra da Pitombeira
		Serra da Inês
	Hidrografia	Tanque da Vaca
ATRATIVOS CULTURAIS	Sítios Arqueológicos	**Pedra do Letreiro***
		Sítio Catolé
	Arquitetura Religiosa	Igreja de São Francisco de Assis
		Igreja de São Sebastião*
		Capela de Santo Antônio*
	Arquitetura Civil	**Castelo do Zé dos Montes***
	Lugares de Manifestação de Fé	Cruzeiro de São Francisco
EVENTOS PROGRAMADOS		Festival de Quadrilhas Juninas

CATEGORIA	TIPO	ATRATIVOS
		Festa de São Sebastião
		Festa de São Francisco
OUTROS		**Restaurante Forró do Zé do Queijo***
		Mirante Calçadão
TANGARÁ		
ATRATIVOS NATURAIS	Hidrografia	**Açude da Guarita***
		Açude Trairí*
ATRATIVOS CULTURAIS	Arquitetura Religiosa	**Igreja Santa Terezinha***
	Museu	Museu Theodorico Bezerra
	Lugares de Manifestação de Fé	**Cruzeiro de São Francisco***
	Formas de Expressão	Grupo Tradicional Arraial do Lampião
EVENTOS PROGRAMADOS		Festa da Padroeira
		Festa de Santa Luzia
		Festival Junino
		Festival Gastronômico

Fonte: ITEC,2016. Fontes secundárias: Informações disponibilizadas pela SETUR/RN e pelos municípios integrantes do Polo Turístico Agreste/Trairí; PREFEITURA MUNICIPAL DE JAÇANA/UFRN, 2015; Inventário Turístico de Santa Cruz,2013; Inventário Turístico de Sítio Novo, 2014; PREFEITURAMUNICIPAL DE MONTEDAS GAMELEIRAS/UFRN/SEBRAE-RN, 2013.***Atrativos visitados em campo**.

A figura a seguir apresenta a localização dos atrativos turísticos do Polo Agreste/Trairí por município. Ressalta-se que nela está indicada a quantidade de atrativos por categoria.

FIGURA 7: ATRATIVOS TURÍSTICOS – POLO AGRESTE/TRAIRÍ



Fonte: ITEC,2016.

A cultura é uma marca do povo nordestino e possui expressão considerável no Polo Agreste/Trairí, por meio da religiosidade, do patrimônio material e imaterial, da gastronomia, das festas populares, entre outros.

A religiosidade, traduzida nos lugares de manifestação de fé e nas festas religiosas, tem fundamental importância no processo de desenvolvimento turístico, e dá ao turismo religioso o posto de principal segmento do Polo Agreste/Trairí. O atrativo atual de maior destaque é o Complexo Turístico Religioso Alto de Santa Rita, localizado no município de Santa Cruz.

A estrutura do Complexo inclui capela, sala de promessas, sala do Santíssimo, praça do romeiro, auditório, restaurante, lanchonete, lojinhas, mirante, banheiros e estacionamento. O que mais chama atenção, no entanto é a estátua de Santa Rita de Cássia, padroeira da cidade, que possui 56 metros de altura (do pedestal ao resplendor) – maior do que o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, e do que a Estátua da Liberdade, em Nova York. A imagem da sSnta pode ser avistada de qualquer lugar da cidade e até de municípios próximos, tamanha a sua magnitude.

O atrativo é bem localizado e de acesso fácil, pavimentado e sinalizado (sinalização não oficial). O local possui acessibilidade a cadeirantes e deficientes visuais e é bem conservado. A gestão é realizada pela Igreja Católica e a divulgação e manutenção ficam por conta da Prefeitura Municipal de Santa Cruz. No entanto, há a idéia de se criar uma associação que faça a gestão do Santuário.

O Complexo recebe romeiros do Rio Grande do Norte, da Paraíba, Pernambuco e Ceará, sendo que o maior fluxo de visitantes é durante o final de semana (cerca de 20 a 30 ônibus de excursão); e durante o mês de maio, quando é realizada a Festa de Santa Rita de Cássia e acontecem romarias e procissões. A cidade recebe anualmente 500 mil visitantes, sendo que 20% desses só no mês de maio, de acordo com o Inventário da Oferta Turística de Santa Cruz (2013).

Para valorizar ainda mais o atrativo e facilitar a chegada e saída dos devotos está em construção um teleférico que ligará o Complexo ao Santuário de Santa Rita, localizado no centro de Santa Cruz. A obra é objeto de convênio com o MTur e já tem sua 1ª etapa finalizada. Para a 2ª e 3ª etapas os recursos ainda não foram disponibilizados. A gestão do equipamento será licitada quando da finalização total da obra.

Para atender à demanda do turismo religioso e para incentivar o turista/visitante a aumentar sua permanência foi estruturado um itinerário turístico de 1,5 dias denominado “Rota da Fé”, que propõe visita aos principais atrativos turísticos do município, enfatizando obviamente, o complexo religioso.

O Complexo Turístico Religioso Alto de Santa Rita foi inaugurado no ano de 2010, como alternativa para se desenvolver o turismo no município e para aproveitar o já existente fluxo de pessoas devotas à santa. Desde então a cidade vem se estruturando para atender à demanda deste segmento. Os impactos na economia são evidentes com o aumento da oferta de emprego e aumento da renda da população. O comércio é pouco impactado, pois as lojas ficam fechadas aos sábados e domingos, dias de maior fluxo externo no município.

Além do Complexo Turístico Alto de Santa Rita, existem outros atrativos físicos de cunho religioso no Polo, mas que, no entanto, ainda necessitam de estrutura para que efetivamente carreiem fluxos turísticos consideráveis.

Não se pode deixar de mencionar os eventos religiosos que acontecem na grande maioria dos municípios. Eles atraem público advindo principalmente de municípios vizinhos e da Capital, mas geram ainda pouco retorno aos municípios onde acontecem. A maioria desses eventos são custeados pelo poder público, sem a parceria da iniciativa privada, que pode ser a grande beneficiada com o aumento dos fluxos de visitantes nos municípios durante esses festejos.

Com relação a outros atrativos culturais, destacam-se no Polo Agreste/Trairí o Memorial da Família Fortunato em Jaçanã e o Museu Rural Auta Pinheiro Bezerra em Santa Cruz, únicos equipamentos do tipo no Polo.

O Memorial da Família Fortunato conta a história dessa família, fundadora de Jaçanã. O equipamento é privado e recebe principalmente a visita de escolas locais, em busca do aprofundamento da história do município. O local expõe fotos e objetos antigos doados e da própria família Fortunato. O acesso é pavimentado, porém não sinalizado.

Já o Museu Rural Auta Pinheiro Bezerra, melhor estruturado, localiza-se em área rural, na Fazenda Boa Hora em Santa Cruz e tem como finalidade a conservação, investigação, divulgação e exposição do patrimônio cultural e ambiental da família Bezerra, tradicional na

cidade, e de Santa Cruz. O local é privado e muito bem estruturado. A entrada custa R$5,00. Reúne uma variedade de objetos relacionados à agricultura, além de peças pessoais como lavatório, penicos, panelas, lamparinas a gás, a primeira geladeira da região que também funcionava a gás, macaco do primeiro carro de Santa Cruz, peças de barros e cerâmica que serviam para a família cozinhar. O acesso é difícil, sem pavimentação e com sinalização precária. Recebe muitas escolas e visitantes principalmente de Recife que vão a Santa Cruz com a motivação religiosa como principal.

O Polo também possui diversas edificações antigas. No entanto, nenhum dos municípios possui lei de tombamento desse patrimônio edificado. Em sua maioria, esses prédios são privados e não possui cunho turístico. Destaque para a arquitetura de Nova Cruz que possui um Centro Histórico bem preservado e também prédios antigos e diferenciados em toda a cidade, como é o caso do prédio da Prefeitura Municipal, construído no estilo *artdeco* e a antiga estação de trem que funciona como Casa de Cultura. Ressalta-se que esse patrimônio, apesar de sua importância histórica e cultural, ainda não é visto pelo próprio município como um bem turístico.

Outra edificação de interesse turístico é o Castelo do Zé dos Montes, localizado na Serra da Tapuia, em Sítio Novo. Esse atrativo é considerado um cartão postal do município por sua arquitetura curiosa que contrasta com a paisagem das serras. A entrada custa R$10,00. Foi construído em 1984 pelo sr. José Antônio Barreto, mais conhecido como Zé do Monte, com o objetivo religioso e para ser sua residência. O local possui um restaurante para dar apoio aos visitantes. Escolas e turistas são seu público principal. O acesso é fácil e sinalizado pelo proprietário. A visitação ao Castelo não é guiada, a não ser que o grupo já venha com um condutor local contratado. Ressalta-se que apesar de toda a atratividade do Castelo, foi verificado que o mesmo possui graves problemas em sua estrutura o que pode acarretar acidentes.

É importante que os atrativos turísticos ofereçam além de boa aparência, segurança aos seus visitantes, seguindo os procedimentos de segurança determinados por lei e fiscalizados pelo poder público local, a fim de evitar problemas que possam acarretar até na diminuição da visitação do município pelo descuido.

O Polo Agreste/Trairí também conta com diversificados eventos populares e gastronômicos, que são os principais motivadores de fluxo no Polo, além das festas religiosas, praticamente todos os municípios possuem eventos programados que acontecem durante todo o ano e que atraem demanda, principalmente de municípios vizinhos e de Natal. Além desses, são realizados alguns eventos de cunho econômico, como a Expocajú em Jaçanã e a Caprifeira em Coronel Ezequiel.

Nas formas de expressão destacam-se as apresentações de Coco de Roda, Dança do Araruna, Dramas, Canarinho do Ceará-Mirim e Boi de Reis, representados por grupos folclóricos e culturais em todo o Polo, com destaque para “Os Macambirais”, em Passa e Fica que faz apresentações regulares para grupos de turistas que chegam à cidade, e Grupo Tradicional Arraial do Lampião, em Tangará. Destaca-se também o projeto de resgate às danças típicas regionais, desenvolvido em Serra de São Bento, denominado Arte na Serra.

Nos eventos gastronômicos, destacam-se os festivais de Monte das Gameleiras, Santa Cruz e Serra de São Bento, que incentivam a interiorização do turismo e contribuem para a valorização e promoção da cultura e tradições locais. A maioria desses eventos são custeados pelo poder público e necessitam melhor estrutura para bem receber o visitante, sem sobrecarregar a infraestrutura básica dos municípios e para que realmente gerem impactos positivos.

Os eventos devem ser diversificados e devem ressaltar e valorizar a cultura local representada, de forma especial, pelos grupos folclóricos / culturais. Cada município deve buscar o fortalecimento de seus eventos, por meio de parcerias com a iniciativa privada e com os demais municípios do Polo, a partir da criação de um calendário oficial de eventos.

Com relação ao artesanato, as principais tipologias trabalhadas são os bordados, crochê, tricô, artigos religiosos, bonecos de pano, entre outros. Destacam-se nessa área duas importantes iniciativas. A primeira, no município de Passa e Fica, que possui o “Frivolitê”, um tipo de renda rara que só é encontrada no município, segundo a artesã Luzinete Balbino, também coordenadora da Associação de Artesãos de Passa e Fica. A artesã se ocupa em disseminar a técnica, que é executada com uma naveta (espécie de agulha de madeira) usando fio de seda, algodão ou linho, que exige muita coordenação motora. Esse tipo de artesanato e outros desenvolvidos no município são comercializados na Casa do Artesão, que também funciona como um ateliê e oferece cursos de artesanato.

A segunda iniciativa localiza-se no município de Serra de São Bento, onde foi desenvolvido juntamente com o SEBRAE/RN o Projeto Benditas Mãos. A ação faz parte de uma das etapas do projeto Cidades de Charme que, por meio de práticas sustentáveis, promove geração de renda e torna os pontos turísticos lugares mais charmosos e coloridos. O projeto previu a capacitação e qualificação de artesãs locais, dez ao todo. Os produtos foram aperfeiçoados e novas utilidades foram criadas. Todo o material utilizado refere-se a restos de tecido, doados pelas fábricas de roupas locais, que se materializam em porta copos, gravatas, guardanapos, entre outros. São comercializados em estabelecimentos da cidade, como restaurantes, cafés e bistrôs, que também fazem parte do projeto.

O artesanato agrega muito valor aos destinos onde são desenvolvidos. Iniciativas como as citadas são de extrema importância para o incremento desse setor e devem ser replicados nos demais municípios que possuem potencial de desenvolvimento.

A culinária regional é tipicamente nordestina e está ligada aos produtos da terra, como a mandioca e milho; carnes, como a de carneiro, de galinha e de bode; e as frutas da região como caju, manga, maracujá, cajá, mangaba, entre outras. Alimentos famosos no Polo são os croissants, tanto doces quanto salgados, de Passa e Fica e o pastel de Tangará. O prato destaque é a Galinha Caipira de Serra de São Bento

A gastronomia vem tomando lugar de destaque no setor turístico, uma vez que não apenas oferece alternativas de lazer e entretenimento, mas também contribui para a valorização da identidade cultural e da produção local. A relação entre gastronomia e turismo torna-se mais estreita à medida que a culinária pode incrementar não apenas os serviços nas áreas urbanas, mas se tornar um elemento importante para o desenvolvimento sustentável da

área rural, favorecendo e valorizando o agricultor local, por meio da formação de parcerias na a cadeia produtiva do turismo.

Em geral, os atrativos culturais não estão estruturados para recepção de turistas. O acesso é dificultado pela falta de sinalização turística, e com relação à estrutura do atrativo, muitos estão mal conservados, não há informações nem serviços a eles atrelados também. Quase nenhum oferece acesso a deficientes físicos ou pessoas com baixa mobilidade. O fator cultural é relevante para a competitividade no turismo por sua característica multifuncional. Ele atua como atrativo para diversos nichos e contribui para o desenvolvimento local, pois se constitui em aspecto diferencial no desenvolvimento de produtos e até na promoção de destinos. Diante da oferta cultural existente em todo o Polo percebe-se a necessidade de melhor fortalecer os atrativos culturais para a formatação de produtos turísticos a serem comercializados. Esses produtos devem valorizar a cultura local e ressaltar a história do lugar e de seus personagens.

Com relação aos atrativos naturais, o Polo Agreste/Trairí abrange áreas do estado com características físico-ambientais interessantes - caracterizadas por uma variedade de serras, relevo acidentado e formações rochosas, onde podem se desenvolver os segmentos de ecoturismo e o turismo de aventura, este último já com algumas iniciativas no Polo.

O ecoturismo está ligado à exploração das belezas e monumentos naturais de forma sustentável. Já o turismo de aventura busca relacionar esportes a obstáculos naturais, integrando as atividades esportivas ao meio natural.

Os municípios que já desenvolvem, ainda de forma incipiente, o ecoturismo e o turismo de aventura são: Monte das Gameleiras, Passa e Fica, Santa Cruz, Serra de São Bento e Sítio Novo. Ressalta-se que nesses municípios acontecem visitação às áreas naturais.

Os municípios de Monte das Gameleiras, Serra de São Bento e Passa e Fica estão localizados em uma região serrana e possui um clima ameno e agradável e um relevo acidentado próprios para o desenvolvimento de atividades ligadas ao ecoturismo e esportes de aventura.

São necessárias iniciativas para melhoria das estruturas turísticas e para profissionalização do turismo, para que o ecoturismo seja efetivamente reconhecido. Em 2013, Passa e Fica, Monte das Gameleiras e Serra de São Bento, formaram um consórcio para desenvolver o turismo na região, e em parceria com o SEBRAE/RN criaram o “Roteiro Paraísos do Agreste”, com ênfase no ecoturismo e turismo de aventura. Antes da criação do roteiro, foi realizado todo um trabalho de planejamento, segmentação, capacitação, de análise e monitoramento do mercado. (Agência Sebrae de Notícias do Rio Grande Do Norte, out. 2013)[17]. Um produto turístico foi então formatado, com a participação de mais de 20 empresas e atrativos, visando estimular o empreendedorismo na região.

Essa iniciativa, entretanto, não logrou sucesso, dada as mudanças ocorridas na gestão dos municípios; deve ser resgatada para produzir os resultados previstos.

[17] http://www.rn.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/RN/Roteiro-destaca-atrativos-da-regi%C3%A3o-serrana-do-Agreste. Acessado em 27/01/2015.

Apenas o município de Passa e Fica ainda desenvolve atividades ligadas ao ecoturismo e turismo de aventura na região. Os principais atrativos são o Parque Estadual Pedra da Boca e a Serra dos Cocos.

O Parque Estadual da Pedra da Boca pertence ao estado da Paraíba; no entanto, suas principais atrações são acessadas facilmente pelo município de Passa e Fica, no Rio Grande do Norte. Além da Pedra da Boca, são visíveis do município a Pedra da Caveira e a Pedra do Coelho. O acesso ao parque é livre e as principais atividades desenvolvidas são a exploração de trilhas demarcadas na mata, não estruturadas e não sinalizadas, que dão acesso a mirantes naturais e permitem a prática do trekking, do rapel, da escalada, etc. O local é muito bem conservado, apesar da entrada livre, e de fácil acesso, porém ainda não há sinalização.

Na Serra dos Cocos algumas atividades são acompanhadas por condutores locais capacitados e experientes, que contam lendas e prestam informações sobre o local; desenvolvem ainda um trabalho de educação ambiental. Para a participação em atividades mais técnicas, que exigem equipamentos próprios e experiência, é preciso agendar com antecedência, pois no município não existe um serviço especializado em atividades do tipo. No entanto, os condutores locais atuam em parceria com o grupo de profissionais de turismo de aventura no estado da Paraíba.

Monte das Gameleiras tem como atrativos as formações rochosas Pedra da Mesa, Pedra da Consolação, Pedra do Navio e a Pedra da Macambira. Em Serra de São Bento, os atrativos são: o Local das Almas, Pedra da Troxa, Cachoeiras do Paraíso e a Pedra do Eco. Apesar de seu potencial, esses dois municípios oferecem apenas trilhas demarcadas na mata, sem estrutura ou sinalização para acesso. Contam também com alguns condutores locais que levam grupos pré-agendados aos locais, que, no entanto, não desenvolvem trabalho de educação ambiental com os visitantes.

Nenhum desses municípios possui agências de receptivo ou empresas especializadas em esporte de aventura. O trabalho de guiamento e de educação ambiental fica a cargo de condutores locais capacitados pelo SEBRAE/RN.

O município de Santa Cruz tem como atrativo natural o Parque da Borborema, área particular localizada na Fazenda Boa Hora, junto ao Museu Rural. O Parque preserva plantas nativas da caatinga e oferece cinco trilhas ecológicas guiadas, além de estrutura para a prática de esportes de aventura como tirolesa, arvorismo, rapel, pista de obstáculos, *slackline e espiroball*. Esses esportes são praticados com monitoramento de profissionais da empresa Pequeno Felino *Adventure,* que oferece serviços no município e nas proximidades,

Já o município de Sítio Novo possui como principais atrativos naturais a Pedra de São Pedro, Tanque da Vaca, a Serra da Pitombeira e a Serra da Inês. Essas serras possuem locais interessantes onde são desenvolvidas algumas atividades como trilhas e esportes de aventura.

A Pedra de São Pedro, localizada no sítio de mesmo nome, é um enorme lajedo e o maior ponto de escalada da América do Sul, com 280 metros de altura. Lá existe um olho d'água, inscrições rupestres, cavernas e mirantes.

No Tanque da Vaca encontram-se inscrições rupestres, cavernas, mirantes, reservatório natural de água, e, na Serra da Pitombeira localizam-se a Caverna da Caveira, a Cachoeira da Caveira, com inscrições rupestres, mirantes e reservatório natural de água. Nesses locais são desenvolvidas atividades como trilhas, escalada, *boulder, top rope*, rapel, tirolesa, *slackline, spiroball* e arco e flecha, passeio a cavalo e acampamento Passeio de Cavalo e Acampamento.(Inventário Turístico de Sítio Novo - 2014). As atividades são acompanhadas por condutores locais e as de cunho técnico por especialistas em esportes de aventura da empresa Pequeno Felino *Adventure*, de Santa Cruz.

Esses atrativos encontram-se depredados, devido ao seu mau uso, e enfrenta problemas para recolhimento do lixo. Som alto e bebida alcoólica são frequentes. A empresa operadora busca realizar um trabalho de educação ambiental, que, entretanto, não é contínuo e não tem apoio do governo local, mesmo em termos de fiscalização ambiental para prevenir a degradação do meio ambiente.

As agências de receptivo da região, especializadas em atividades de aventura são a Pequeno Felino *Adventure* e a ANCL *Adventure*, que atendem aos municípios de Santa Cruz e Sítio Novo. Condutores locais, capacitados pelo SEBRAE/RN, também fazem o acompanhamento dos visitantes nas atividades e desenvolvem trabalho de educação ambiental.

O conjunto de elementos naturais do Polo Agreste/Trairí é propício à realização de várias atividades ligadas ao ecoturismo e ao turismo de aventura. Uma das maiores deficiências, no entanto, diz respeito ao acesso, importante elemento para viabilização da comercialização por parte de agentes e operadores. A estrutura turística também é fundamental, principalmente em áreas naturais, para a recepção dos turistas, com elementos tais como banheiros, lanchonetes, trilhas, sinalização interpretativa, etc.

As ações de educação ambiental estimulam os visitantes a se sentirem responsáveis pela conservação do ambiente, como iniciativa de fortalecimento da gestão ambiental, em busca de recuperar e proteger essas áreas. Esses segmentos também necessitam de profissionalização específica pela natureza das atividades.

A oferta de atividades ligadas ao ecoturismo e ao turismo de aventura constitui fator importante para captação do fluxo turístico, favorecendo o retorno financeiro aos municípios. Tais atividades devem ser organizadas com a participação direta da comunidade, incentivando a produção do artesanato e as boas práticas de atendimento ao turista no campo, nos empreendimentos de hospedagem e nas unidades de alimentação, fazendo com que o destino usufrua dos socioeconômicos da cadeia produtiva do turismo.

Os demais atrativos naturais listados como Recursos Hídricos como açudes, reservatórios e cachoeiras funcionam como áreas de lazer e recreação e são utilizados para banho. Esses recursos não são perenes, sendo que em períodos de grande estiagem, os mesmos ficam secos. Na maioria dos açudes há uma estrutura denominada “Terminal Turístico” que possui área para bar, restaurante e pequenos eventos. Durante o levantamento de campo para este Diagnóstico, essas áreas não estavam em funcionamento, dado o grande período de estiagem. Ações de manutenção e o desenvolvimento de atividades que não dependam

apenas dos elementos hídricos nesses locais são necessárias para seu funcionamento contínuo, inclusive em época de seca

O segmento de Negócios e Eventos refere-se ao fluxo de turistas – chamados de “viajantes” pela população” - que vão a Santa Cruz, Cidade Polo da região, pela motivação “negócios” ligados à agropecuária, ao comércio e à prestação de serviços. No entanto, esse público é praticamente “ignorado pelos atores do turismo”, apesar de serem eles a ocupar os estabelecimentos de hospedagem no município (Prefeitura Municipal de Santa Cruz, 2014). Este segmento não demanda a existência de “atrativos turístico”. Da mesma forma, o entretenimento e lazer também ocorre, principalmente em áreas urbanas, sem atrativos especiais, quando o interesse é por atividades de compra e consumo.

Em Santa Cruz destaca-se o espaço conhecido como “Vila de Todos”. O local possui praça de alimentação, Central do Cidadão, lojas de artesanato e espaço para pequenos eventos. Esse espaço atualmente está subutilizado e algumas lojas encontram-se fechadas. Essa área pode ser mais bem aproveitada, pois possui uma boa estrutura já construída e é facilmente acessada por sua localização na rodovia que corta a cidade. Lá podem ser divulgados os atrativos do município e do Polo, realizadas apresentações culturais, além de serem comercializados produtos da região. De acordo com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do município, já existe um projeto de revitalização do local, porém sem recursos previstos.

A Feira Tradicional de Santa Cruz também é importante do ponto de vista comercial e movimenta a cadeia produtiva local e regional (50% dos feirantes vêm de outros municípios). A feira ocorre no centro da cidade, de sexta-feira a domingo. A falta de padronização das barracas causa grande poluição visual representando a desorganização do local. O trânsito nas imediações fica sobrecarregado e, ao final, o lixo permanece no local. A administração municipal, em parceria com o SEBRAE/RN e com o Ministério de Desenvolvimento Agrário – MDA, vem desenvolvendo um trabalho junto aos feirantes e já existe um projeto de padronização das barracas.

Em Sítio Novo, o Restaurante Forró do Zé do Queijo oferece culinária local, e promove uma vez ao mês um forró pé de serra com grupos locais. Além disso, o local serve como apoio aos trilheiros da Serra de São Pedro e promove e comercializa o artesanato local. Interessante citar que os proprietários trabalhavam basicamente com bebidas alcoólicas, mas com o advindo da atividade turística, mudaram as características do local para melhor atender ao turista. Desde então, o fluxo de pessoas no local tem aumentado e os proprietários sentem-se motivados para investir no empreendimento e oferecer novas opções de atividades e equipamentos aos usuários do estabelecimento. Esse tipo de iniciativa deve ser valorizada, apoiada e replicada em todo o Polo, pois se percebe o engajamento e a responsabilidade que a iniciativa privada tem no desenvolvimento do turismo.

Em Passa e Fica, o Mirante do Alto da Timbaúba possui estrutura de quiosques, loja de artesanato e local para pequenos eventos. Do mirante avista-se a cidade de Passa e Fica, a Pedra da Boca e a Serra dos Cocos. O acesso é pavimentado, porém não sinalizado. O local é muito frequentado por moradores e também por turistas, que podem apreciar o artesanato local e apresentações culturais do grupo Macambirais, quando agendado.

Destaca-se quanto às atividades de entretenimento e lazer que estudo realizado pelo Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília - CET/UnB, demonstra o alto impacto dessas atividades (recreativas e culturais) na economia do turismo:

- É a atividade que mais gera empregos;
- É a 1ª geradora de rendimentos do trabalho assalariado e autônomo;
- É a 2ª geradora de valor adicionado ao PIB.

Portanto, os demais municípios do Polo devem incentivar, junto à iniciativa privada, a criação desse tipo de serviço e equipamento, inclusive com opções noturnas, a fim de justificar a estada e o aumento da permanência do turista.

Em Serra de São Bento, é importante destacar o Projeto "Lugares de Charme" do SEBRAE/RN, premiado em 2014 pelo Ministério da Cultura como um modelo exemplar de economia criativa. O projeto promove a valorização à cultura local por meio do artesanato do grupo Benditas Mãos e a renovação de ambientes de empreendimentos locais, com a utilização dos produtos artesanais. O maior impacto desse trabalho, que inclui o emprego do artesanato produzido com o capricho e a identidade do lugarejo, é um aumento no faturamento dos empreendimentos, que oferecem empregos temporários, e o resgate da autoestima de artesãs, que ganharam uma vitrine para mostrar e comercializar seus produtos.

Locais charmosos e atrativos que fazem parte desse projeto, quais sejam, o Restaurante Pôr do Sol, o Restaurante Galinhas da Serra e o Café Serrano. Os proprietários desses estabelecimentos relatam o sucesso da iniciativa e o aumento no fluxo de clientes, entre moradores locais e turistas, o que os motivou a investir mais ainda para o crescimento e melhoria dos seus empreendimentos.

A Pousada Villas da Serra também em Serra de São Bento deve ser mencionada não só pelas várias atividades que oferece aos seus hóspedes como trilhas, passeios a cavalo e de quadrículo. O empreendimento faz parte da Associação de Hotéis Roteiros de Charme que possui atualmente 65 hotéis, pousadas e refúgios ecológicos no Brasil. Os membros dessa associação são selecionados pela variedade de suas características e personalidades independentes, segundo rígidos critérios quanto ao conforto, qualidade de serviços e responsabilidade socioambiental, sempre de forma economicamente viável e sustentável. (Roteiro de Charme, 2016)[18]

No caso do Turismo Religioso já existe um fluxo constante para o município de Santa Cruz, mas que pode ser mais bem aproveitado por meio da estruturação do município no que diz respeito aos serviços e equipamentos turísticos e no aproveitamento de outros atrativos locais.

No Ecoturismo e Turismo de Aventura há um potencial visível nos municípios de Monte das Gameleiras, Serra de São Bento, Passa e Fica, Santa Cruz e Sítio Novo, que já trabalham com os segmentos ainda de forma incipiente e com espaço para crescimento, desde que haja profissionalização que as atividades exigem e também apoio da iniciativa privada no sentido de formatar e criar produtos turísticos interessantes.

[18] http://www.roteirosdecharme.com.br/quem-somos.php. Acessado em 27/01/2016.

Quanto ao Turismo Cultural, praticamente todos os municípios do Polo possuem atrativos capazes de constituir produtos que agreguem valor aos segmentos citados anteriormente, desde haja o reconhecimento dos valores culturais existentes na região, capacitação dos atores locais e apoio da iniciativa privada.

Ressalta-se que quanto à sinalização turística dos atrativos, citada no texto como um ponto fraco, a mesma já possui um projeto em execução, via RN Sustentável. O projeto prevê a instalação de placas de sinalização para os principais atrativos do Polo.

Mais que um trabalho de estruturação dos atrativos turísticos, deve ser feito um trabalho de mobilização nos municípios afim de que sua população enxergue suas potencialidades e o desenvolvimento do turismo seja um processo compartilhado entre poder público, iniciativa privada e comunidades locais.

A seguir são apresentadas as fichas dos atrativos turísticos visitados *in loco* com informações gerais dos mesmos e fotos, divididos por categoria.

INSERIR FICHAS

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

2.3.2 Avaliação dos serviços e equipamentos turísticos existentes

A Lei 11.771/2008, Lei Geral do Turismo, em seu artigo 21, identifica os prestadores de serviços turísticos:

> [...] as sociedades empresárias, sociedades simples, os empresários individuais e os serviços sociais autônomos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam as seguintes atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo:
> - meios de hospedagem;
> - agências de turismo;
> - transportadoras turísticas;
> - organizadoras de eventos;
> - parques temáticos; e
> - acampamentos turísticos.

Segundo a lei, essas empresas devem estar obrigatoriamente inscritas no CADASTUR – Cadastro Nacional do Ministério do Turismo. O CADASTUR é “o sistema de cadastro oficial dos empreendimentos, equipamentos e profissionais do setor de turismo no Brasil” (BRASIL, 2011b, p. 4). Os guias de turismo também são obrigados ao Cadastro. OCADASTUR não atesta a qualidade dos serviços prestados, apenas a sua legalidade.

Outros tipos de equipamentos e serviços podem ser cadastrados no CADASTUR e, nestes casos, o cadastro é optativo. São eles:

> I. restaurantes, cafeterias, bares e similares;
> II. centros ou locais destinados a convenções e/ou a feiras e a exposições e similares;
> III. parques temáticos aquáticos e empreendimentos dotados de equipamentos de entretenimento e lazer;
> IV. marinas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva;
> V. casas de espetáculos e equipamentos de animação turística;
> VI. organizadores, promotores e prestadores de serviços de infraestrutura [sic], locação de equipamentos e montadoras de feiras de negócios, exposições e eventos;
> VII. locadoras de veículos para turistas; e
> VIII. prestadores de serviços especializados na realização e promoção das diversas modalidades dos segmentos turísticos, inclusive atrações turísticas e empresas de planejamento, bem como a prática de suas atividades (BRASIL, 2008, Art. 21, Parágrafo único).

O cadastramento oficial dos prestadores de serviços de turismo resulta em informações relevantes sobre a oferta turística de uma região, permitindo acompanhar a sua evolução em séries históricas, adequar a oferta às necessidades da demanda turística e fomentar a atividade turística tendo em foco os segmentos turísticos trabalhados na região.

Para a elaboração deste Diagnóstico quanto à análise dos empreendimentos e serviços turísticos foram realizados levantamentos secundários por meio da internet e junto a órgãos municipais e estaduais de turismo, tendo em vista identificar os prestadores de serviços e os equipamentos turísticos existentes no Polo Serrano. Foi também realizada uma pesquisa

primária descritiva, utilizando questionários estruturados com contendo questões fechadas e abertas. Os questionários foram respondidos por prestadores de serviços e empresas de operação de equipamentos turísticos, de meios de hospedagem, de agências de turismo e por empreendimentos de gastronomia.

A pesquisa foi aplicada de acordo com as seguintes etapas:

- Acesso via *internet*, por *e-mail,* por meio de *link* para o questionário – disponível no *google drive* de 16 de novembro a 31 de dezembro de 2015. Durante este período também foram realizados contatos por telefone para levantamento de e-mails e sensibilização para participação na pesquisa *online.* Os resultados não foram satisfatórios.

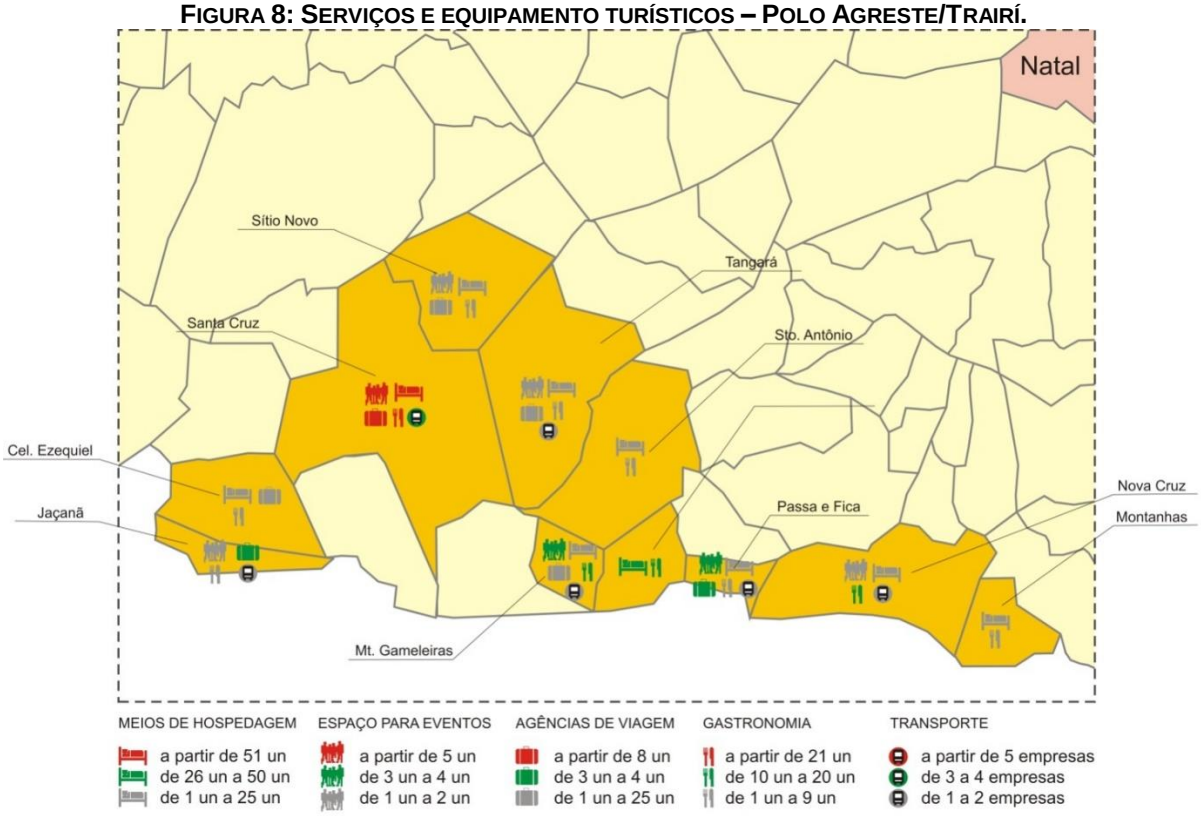
- Pesquisa reaberta, via *internet*, por *e-mail* com o *link* para o questionário disponibilizado no *google drive,* no período de 11 a 31 de janeiro. Resultados não satisfatórios.

Como o retorno, em termos quantitativos, da pesquisa via internet não foram satisfatórios, prevê-se a complementação da pesquisa, *in loco, em parceria com Instituições de Ensino Superior - IES*.

A análise da pesquisa primária terá uma abordagem quantitativa e qualitativa. A metodologia utilizada está descrita de forma detalhada no APÊNDICE III deste documento, bem como os formulários aplicados.

A figura a seguir ilustra a situação dos municípios do Polo quanto aos serviços e equipamentos turísticos.

FIGURA 8: SERVIÇOS E EQUIPAMENTO TURÍSTICOS – POLO AGRESTE/TRAIRÍ.



Fonte: ITEC, 2016. Baseado nas informações levantadas.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

São considerados meios de hospedagem,

> [...] os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária. (BRASIL, 2008, art. 23).

De acordo com dados de setembro de 2015, fornecidos pelo Governo do Estado do Rio Grande do Norte por meio da Secretaria de Turismo, (SETUR/RN), o estado comporta 5 polos turísticos: Costa das Dunas; Costa Branca; Seridó; Serrano e Agreste/Trairí. Juntos, os polos mantêm 616 meios de hospedagem, com 18.395 Unidades Habitacionais e 25.027 leitos, conforme a tabela a seguir:

TABELA 19: QUANTITATIVO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM, UNIDADES HABITACIONAIS E LEITOS POR POLO TURÍSTICO - RN

POLO	MH	UH	Nº DE LEITOS
Costa das Dunas	473	14.846	42.892
Costa Branca	65	1.926	4.771
Seridó	28	683	1.730
Serrano	22	510	1.493
Agreste/Trairí	28	430	1.141
Total	616	18.395	52.027

Fonte: SETUR-RN, 2015

Observa-se uma grande concentração de meios de hospedagem no Polo Costa das Dunas, representando 76,78% do total de meios de hospedagem do RN, seguido do Polo da Costa Branca, com 10,55%. Os Polos Agreste/Trairí e Seridó representam 9,08% dos meios de hospedagem existentes no estado, correspondentes a 28 MH em cada um deles. O Polo Serrano conta com 22 meios de hospedagem, o que representa 3,57% do total existente no estado (RIO GRANDE DO NORTE, 2015b). Do total de MH existentes no RN, apenas 162 empreendimentos aparecem como cadastrados no site do CADASTUR/MTur (BRASIL/CADASTUR, fev. 2016).

Segundo o estudo do Governo do Estado do Rio Grande do Norte por meio da SETUR/RN (2015), faziam parte do Polo Agreste/Trairí os seguintes municípios: Coronel Ezequiel, Jaçanã, Japi, Montanhas, Monte das Gameleiras, Nova Cruz, Passa e Fica, Santa Cruz, Santo Antônio, São Bento do Trairí, São José do Campestre, São Paulo do Potengi, Serra Caiada, Serra de São Bento, Sítio Novo e Tangará.

No entanto, ao longo da elaboração deste trabalho de Diagnóstico Turístico do Polo Agreste/Trairí, houve modificações dos municípios que integram o Polo, por exigência do MTur, que solicitou o remapeamento das regiões turísticas, passando este Polo a integrar os seguintes municípios, em janeiro de 2016: Coronel Ezequiel, Jaçanã, Montanhas, Monte das Gameleiras, Nova Cruz, Passa e Fica, Santa Cruz, São José do Campestre, Serra de São Bento, Sítio Novo e Tangará.

Com a mudança na configuração dos municípios que compõem o Polo Agreste/Trairí, houve mudança no quantitativo de meios de hospedagem do Polo, que passou a ter 24 meios de hospedagem. A diferença foi de 4 meios de hospedagem localizados nos municípios de Santo Antônio (3 estabelecimentos somando 84 Unidades Habitacionais - UHs e 220 leitos) e São Paulo do Potengi (1 estabelecimento somando 25 UHs e 71 leitos). A tabela a seguir mostra o quantitativo de meios de hospedagem, unidades habitacionais e número de leitos por município do Polo Agreste/Trairí, com base nos dados do Governo do Estado do Rio

Grande do Norte por meio SETUR/RN em setembro de 2015, já com a nova configuração de municípios integrantes do Polo.

TABELA 20: QUANTITATIVO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM E UNIDADES HABITACIONAIS POR MUNICÍPIO- POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO	MH	UH	Nº DE LEITOS
Coronel Ezequiel	1	6	12
Montanhas	1	11	38
Monte das Gameleiras	1	12	48
Nova Cruz	1	24	66
Passa e Fica	1	10	25
Santa Cruz	13	211	517
Serra de São Bento	5	35	116
Tangará	1	12	28
Total	**24**	**321**	**850**

Fonte: RIO GRANDE DO NORTE (2015b)

Em levantamento secundário realizado para este Diagnóstico em sites da internet de busca por meios de hospedagem, mapas do *google*, dados da própria SETUR/RN, etc. o número de meios de hospedagem do Polo Agreste/Trairí diverge do dado oficial, perfazendo o total de 35 meios de hospedagem. Desta forma, esses foram retirados do total da pesquisa e os meios de hospedagem ficaram distribuídos conforme a tabela a seguir:

TABELA 21:QUANTITATIVO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO	MH
Coronel Ezequiel	2
Montanhas	1
Monte das Gameleiras	1
Nova Cruz	4

MUNICÍPIO	MH
Passa e Fica	2
Santa Cruz	15
São José do Campestre	2
Serra de São Bento	5
Sítio Novo	1
Tangará	2
Total	**35**

Fonte: ITEC, 2015

Com base nos dados sobre os meios de hospedagem, salienta-se que Santa Cruz é o município com o maior número de meios de hospedagem, seguido da Serra de São Bento. O turismo religioso, em Santa Cruz, chega a receber de 20 a 30 ônibus nos fins de semana. No entanto, no que tange aos meios de hospedagem, o principal fluxo de ocupação hoteleira é o turismo de negócios visto que o fluxo gerado pelo turismo religioso é, em sua maioria, de visitantes e não de turistas, pois estes não pernoitam na cidade.

Em Serra de São Bento os turistas buscam mais a contemplação da natureza, pois o município tem potencial para desenvolver o ecoturismo e o turismo de aventura, mas estes ainda não são estruturados.

Destaca-se também a pousada Villas da Serra, localizada na Serra de São Bento, que integra o selo Roteiros de Charme.

O selo Roteiros de Charme é gerido por uma Associação integrada por 65 hotéis, pousadas e refúgios ecológicos em 16 estados brasileiros e 55 destinos turísticos diferentes (Roteiros de Charme, 2016).

Fundada em 1992 como entidade privada sem fins lucrativos, seus membros são selecionados anualmente pela variedade de suas características e personalidades independentes, segundo rígidos critérios quanto ao conforto, qualidade de serviços e responsabilidade socioambiental, sempre de forma economicamente viável e sustentável.[19]

Para possuir o selo Roteiros de Charme o meio de hospedagem deve primar pela qualidade dos serviços prestados e também seguir um código de ética e de conduta ambiental.

[19]ROTEIROS DE CHARME. Quem Somos. Disponível em: http://www.roteirosdecharme.com.br/quem-somos.php. Acesso em: 29 jan. 2016.

No Polo Agreste/Trairi outro empreendimento de hospedagem de destaque é a Pousada Pedra Grande, localizada em Monte das Gameleiras, que têm uma boa estrutura e uma vista privilegiada da região. A pousada fica na região da Borborema Potiguar; os hóspedes têm à disposição piscina, sala de jogos e espaço para jogos ao ar livre, como tiro ao alvo, *spiriball*, bicicletas *chopper*, velocípedes, carro dos *Flintstones*. São ali oferecidos serviços de trilhas com guias. O Restaurante "O Moinho" serve café da manhã, almoço e jantar, com cardápio assinado pela chefe Sanyle Faraje, e foi construído junto a um grande moinho no estilo holandês.

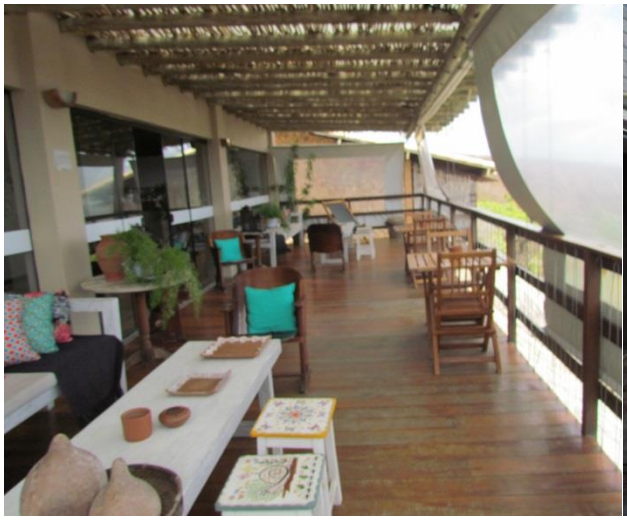


FOTO 12: POUSADA VILLAS DA SERRA
Fonte: ITEC, 2015.

FOTO 13:POUSADA PEDRA GRANDE
Fonte: ITEC, 2015.

Em Monte das Gameleiras o fenômeno da segunda residência tem crescido nos últimos anos, segundo entrevista realizada *in loco* com o gestor municipal. Em observação *in loco* pode-se perceber a existência de casa vazias. A segunda residência, segundo Tulik (1995, p. 21 apud Assis, 2003, p. 112) é "... um alojamento turístico particular, utilizado temporariamente, nos momentos de lazer, por pessoas que têm seu domicílio permanente em outro lugar".[20] Neste sentido, sua principal característica é a compra de imóveis para usufruto em período de férias, feriados, fins de semana. Por vezes esses imóveis também são alugados para outros turistas. Este fenômeno, no entanto, pode trazer ao local o aumento dos valores dos imóveis da região (especulação mobiliária), além de reduzir os possíveis benefícios do gasto turístico para a população local, visto que os compradores desses imóveis são de outras localidades.

[20] ASSIS, Lenilton Francisco de. Turismo de Segunda Residência: a expressão espacial do fenômeno e as possibilidades de análise geográfica. **Revista Território.** Rio de Janeiro, v. 11, 12 e 13, Ano VII, p. 107-122, set./out. 2003. Bimestral. Disponível em: <http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/11_12_13_8_turismo.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2016.

De forma geral, os municípios que integram o Polo Agreste/Trairí possuem poucos meios de hospedagem. Neste sentido, percebe-se a necessidade de políticas públicas que incentivem o investimento privado para este tipo de empreendimento turístico. Uma solução que pode ser incentivada em curto prazo é o meio de hospedagem classificado como Cama e Café. Segundo o MTur, os empreendimentos do tipo Cama e Café constituem "hospedagem em residências com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o proprietário resida." (BRASIL, 2010h, p.6)[21]. De acordo com a cartilha de classificação oficial de meios de hospedagem do Ministério do Turismo, este tipo de meio de hospedagem pode ser classificado de uma a quatro estrelas, de acordo com os serviços oferecidos aos seus hóspedes. (BRASIL, 2010h)

Tal iniciativa precisa ser retomada e reforçada, visto que este tipo de empreendimento se encaixa nas características do Polo, por gerar novas oportunidades de negócios para os residentes locais que, com um investimento inicial relativamente baixo, potencializam os benefícios do turismo para economia local. Outro ponto forte deste tipo de meio de hospedagem é permitir um maior contato do turista com a comunidade local.

Resultados da Pesquisa Primária com Serviços e Equipamentos de Hospedagem do Polo Agreste/Trairí

A pesquisa primária abrangeu 35 empreendimentos do Polo Agreste/Trairí. Deste total, 22 empreendimentos do Polo responderam à pesquisa, o que corresponde a 62,86% do total. Nos municípios de Monte das Gameleiras, Passa e Fica, Serra de São Bento e Sítio Novo todos os meios de hospedagem responderam à pesquisa. Santa Cruz, também teve um alto índice de respostas na pesquisa, 80%, e Nova Cruz teve bons índices de resposta,25%.

Os municípios de Coronel Ezequiel, Montanhas, São José do Campestre e Tangará somam juntos 7 empreendimentos de meios de hospedagem, mas nenhum deles responderam à pesquisa, o que corresponde a 20% do total de empreendimentos. O município de Jaçanã não possui meios de hospedagem.

Dos serviços e equipamentos de hospedagem que responderam à pesquisa, 27% são hotéis e 73% são pousadas. Não houveram outros tipos de meios de hospedagem citados na pesquisa.

Quanto ao tipo de diária ofertada, a maioria trabalha com café da manhã, seguido de sem café da manhã. Nenhum empreendimento trabalhava com o sistema *All Inclusive*.

Com relação à infraestrutura e serviços oferecidos, os mais citados foram: restaurante estacionamento próprio. É importante salientar que 20 dos 22 empreendimentos pesquisados possuem Wi-fi disponível para os clientes de forma gratuita aos clientes.

Com relação às adaptações para pessoas com deficiência, a maioria dos empreendimentos disse não possuir (68,18%), apenas 7 empreendimentos (31,82%) tem algum tipo de

[21] Brasil. Ministério do Turismo. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem**: cartilha de orientação básica. 2 ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloadCartilha.action?tipo=4. Acesso em: 29 jan. 2016.

adaptação, o índice de respostas negativas é elevado tendo em vista a importância social do desenvolvimento de um turismo mais inclusivo.

As principais adaptações citadas por quem respondeu positivamente à questão acima foram a existência de rampas de acesso (71,43%), banheiros adaptados (57,14%), UH adaptadas para cadeirantes (28,57%) e elevadores (14,29%). Essa pergunta permitia mais de uma resposta.

Nenhum meio de hospedagem possui adaptações que atendam a outros tipos de deficiência que não as ligadas a deficiência física ou de dificuldade de mobilidade. Neste sentido, seria importante o planejamento de ações voltadas ao atendimento a outros tipos de deficiências como cardápios em braile, treinamento de funcionários em libras, principalmente nos empreendimentos que possuam espaços para eventos.

Ao todo são ofertadas 338 UHs nos 22 meios de hospedagem pesquisados, uma média de 15,36 UHs por meio de hospedagem. Quanto ao número de leitos, apenas 16 empreendimentos responderam, totalizando 675 leitos nos meios de hospedagem pesquisados. Se tomarmos por base apenas os meios de hospedagem que responderam os dois campos da pesquisa, a média de leitos por UH é de 2,35.

Dos equipamentos oferecidos nas UHs, os mais citados foram: ar condicionado (86,36%), TV em cores (77,27%), ventilador (72,73%), chuveiro elétrico (68,18%), frigobar (63,64%), telefone (27,27%). Chama atenção o baixo índice de UHs que possuem TV a cabo, apenas 9,09%. Essa pergunta permitia mais de uma resposta.

Com relação a adoção de medidas sustentáveis, que permitia mais de uma resposta, apenas um empreendimento disse não possuir pelo menos um tipo, sendo que o mais citado foi o uso de lâmpadas de LED (68,18%) e coleta seletiva do lixo (45,45%), seguido de uso de lâmpadas econômicas (40,91%), sistema de controle de luz (36,36%), equipamentos para redução do consumo de água (27,27%) e reaproveitamento de água (27,27%).

Cinco dos seis tipos de medidas está relacionado a mecanismos que permitem uma redução do consumo de energia e água. Para qualquer empreendimento hoteleiro, o gasto com energia e água é uma parcela significativa dos custos mensais, o que explica que boa parte dos empreendimentos invistam em medidas que reduzam este custo operacional. Além disso, a região sofre com o abastecimento de água em alguns períodos do ano, por isso um maior cuidado com foco na redução do consumo de água é essencial.

Com relação a coleta seletiva, a tendência é que ela seja adotada amplamente pelos estabelecimentos hoteleiros, pois desde 2014 os próprios municípios precisaram se adaptar a Política Nacional de Resíduos Sólidos, Lei 12.305/2010. Essa Lei exige das empresas a destinação correta para os seus resíduos e também a implementação da coleta seletiva nos municípios, com essa nova Lei todos os municípios precisam ter aterro sanitário e o lixo reciclável não deve ir mais para os aterros. (BRASIL, 2010i)

Os imóveis que abrigam os empreendimentos de hospedagem são, em sua maioria, próprios (86,36%), seguido de alugados (13,63%).

Quanto ao tempo de funcionamento do estabelecimento, a maioria está a pelo menos 6 anos no mercado. Sendo que 27,27%existem há mais de 10 anos, 31,82% entre 6 e 10 anos e o mesmo percentual de 1 a 5 anos. Este é um dado importante pois mostra que os empreendimentos locais são bastante sólidos, mas é preciso que estes empreendimentos

estejam atentos ao mercado para se atualizarem e também para que tenham o cuidado de investir em melhorias de infraestrutura e materiais para manter e aprimorar a qualidade dos serviços ofertados.

Do total, 22,72% disseram possuir registro no órgão oficial de turismo. Ao realizar uma pesquisa no site do CADASTUR com base nos nomes dos participantes foi possível verificar que nenhum dos empreendimentos constavam no banco do site.

A próxima pergunta foi sobre a nova classificação para meios de hospedagem do Ministério do Turismo, o SB Class, que segundo o site do Mtur[22],

> [...] é um instrumento de divulgação de informações claras e objetivas sobre os meios de hospedagem, sendo um importante mecanismo de comunicação com o mercado. Possibilita a concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxilia turistas, brasileiros e estrangeiros, em suas escolhas.
>
> O Sistema Brasileiro de Classificação estabeleceu sete tipos de Meios de Hospedagem, apara atender a diversidade da oferta hoteleira nacional (Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel) e utiliza a consagrada simbologia de estrelas para diferenciar as categorias.(BRASIL, [s.d])

No total, nenhum empreendimento disse possuir a classificação SB Class e dos 22 empreendimentos 8 não conheciam a classificação (36,36%).

O objetivo desta pergunta era justamente verificar se os estabelecimentos hoteleiros conhecem a nova classificação ou se o percentual dos que não conhecem é elevado. Neste sentido, recomenda-se que o governo do estado reforce e faça uma divulgação maior do novo Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem (SB Class). Qualquer certificação ou selo de qualidade só terá sucesso se os usuários conhecerem e reconhecerem a sua marca. O número de gestores de empreendimentos de meios de hospedagem que não conhece a nova classificação foi considerável, o que mostra que a divulgação do selo entre os empreendedores precisa ser melhorada.

Foi indagada a intenção em de aderir e a maioria não pretende fazê-lo (59,09%), seguido daqueles que pretendem fazê-lo (31,81%) e apenas dois empreendimentos não responderam.

Um dos principais objetivos de uma empresa ao certificar-se é tornar-se mais competitiva, visto que a certificação tanto de qualidade contribui para a imagem da empresa, para a percepção do turista de estar adquirindo um produto confiável e que ele provavelmente sairá satisfeito com a prestação do serviço ofertado. A certificação pode contribuir ainda para a redução dos custos de produção, melhora a gestão da empresa e a qualidade de seus produtos e serviços.

Para o consumidor o selo é a garantia de que ele está consumindo um produto ou serviço de excelência nos serviços prestados. Na hotelaria e no próprio turismo essa garantia é de

[22] BRASIL. **Sobre o Sistema de Classificação.** Disponível em: < http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Sobre.action>. Acesso em: 22 abr. 2016.

extrema importância, uma vez que o produto turístico é intangível e o consumidor compra a promessa de emprega de um serviço que só será consumido após a compra.

Com o advento da internet, o consumidor tem comprado cada vez mais *on line* os serviços de turismo, dentre os quais os meios de hospedagem. Neste sentido, as certificações ajudam a atestar a qualidade do serviço oferecido.

Assim, quanto mais conhecida é a certificação no local em que o empreendimento está implantado, melhor. No setor hoteleiro e no turismo, a escolha por um selo que seja internacionalmente conhecido se faz importante para que o turista estrangeiro reconheça e saiba o valor do selo certificador e até pague mais por este serviço.

É importante colocar que apenas (18,18%) dos empreendimentos disseram possuir registro em alguma entidade (ex.: ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis).

Finalmente, analisou-se também as formas de pagamento aceitas pelos empreendimentos. Essa pergunta permitia mais de uma resposta. Todos aceitam dinheiro (100%) e apenas 50% aceita cartão de crédito. O cartão de débito é aceito por 40,91%. Os menos citados foram pagamento por voucher e cheque (4,55% cada).

Chama atenção o alto índice de meios de hospedagem que só aceitam dinheiro como forma de pagamento (45,45%), tendo em vista que hoje, grande parte das pessoas se utilizam do sistema bancário e de crédito para realizar seus pagamentos. Neste sentido, seria importante para o turismo local que os empresários pensassem em diversificar as formas de pagamento aceitas.

A maioria dos empresários diz não possuir cursos de capacitação/qualificação na área (77,27%), o que é preocupante tendo em vista que a gestão de empreendimentos turísticos requer conhecimentos gerais sobre o mercado e a concorrência, sobre o público-alvo, gestão financeira, dentre outros.

Pelo que se pode perceber com a pesquisa, faz-se necessário o incentivo a capacitação dos empresários tendo em vista que a maioria não possui cursos de capacitação na área e que apenas 18,18% possui o nível superior completo.

O turismo é um serviço, e como tal, a sua qualidade está bastante ligada ao atendimento direto com cliente. Os cursos de capacitação na área são fundamentais para que essa percepção da qualidade do serviço seja melhor cuidada e para que se tenha atenção aos detalhes que fazem a prestação do serviço ser de melhor qualidade.

Dos hotéis pesquisados, quase 18,18% possuem plano de marketing próprio e 13,64% está em fase de elaboração. No entanto, a maioria (68,18%) não possui. É um número bastante significativo. O plano de marketing é de extrema importância pois ajuda o empreendimento a direcionar e aperfeiçoar o seu produto com foco no público-alvo a ser atingido. No turismo uma das estratégias de marketing mais utilizadas é a segmentação do mercado turístico, que normalmente é feita com base em fatores demográficos, psicográficos, comportamentais ou geográficos. “A segmentação deve considerar as diversas combinações possíveis entre estes fatores, para encontrar o público-alvo de maior potencial de consumo ou de maior rentabilidade para o destino e para os produtos oferecidos em sua localidade” (BRASIL, 2010g, p.72).

Ao trabalhar os segmentos turísticos de forma sustentável é possível valorizar a imagem do produto turístico, valorizar os recursos naturais e culturais e garantir que o turismo traga benefícios mais efetivos para a comunidade local.

Com relação as parcerias realizadas, a maioria dos empreendimentos de hospedagem não possui parceria com agências de turismo (81,82%) ou outras parcerias com o trade turístico (95%). A única parceria com o trade citada foi o selo “Roteiros de Charme” da Pousada Villas da Serra, em Serra de São Bento.

É muito importante que os estabelecimentos fortaleçam o trade local e busquem nas parcerias uma forma de fortalecer o turismo e criar oportunidades. As parcerias podem ajudar os empreendimentos de diversas maneiras, desde a divulgação, oportunizar novos negócios, na organização de cursos e capacitações, dentre outros.

No que tange ao registro do grau de satisfação do cliente, a metade dos empreendimentos não faz esse tipo de registro (50%). Dos que realizam, são feitas em sua maioria por meio de formulário disponibilizado no balcão da recepção (22,73%), seguido de por pesquisa direta com o hóspede (9,09%), por formulário na UH (4,55%). Na opção outros registrou-se as seguintes formas: caixa de sugestão e boca a boca (que seria a pesquisa direta).

Há portanto, um grupo elevado de empreendimentos que não registra o grau de satisfação do cliente se considerarmos a importância estratégica que esta informação pode trazer para gestão hoteleira.

> [...] satisfação é a sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação entre o desempenho (ou resultado) percebido de um produto e as expectativas do comprador. Se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará insatisfeito. Se alcançá-las, ele ficará satisfeito. Se o desempenho for além das expectativas, o cliente ficará altamente satisfeito ou encantado. (KOTLER e KELLER, 2006, p.142).

Conhecer o nível de satisfação do cliente permite ao empreendimento corrigir possíveis problemas e traçar metas desafiadoras para melhoria do empreendimento. Neste sentido, Kotler e Keller (2006) colocam a importância de se medir a satisfação do cliente com regularidade tendo em vista que satisfazer o cliente é um ponto chave para a retenção deles.

No que diz respeito à divulgação do empreendimento, essa pergunta permitia mais de uma resposta. A maioria utiliza a *internet* como principal forma de divulgação, seja nas redes sociais (59,09%) seja em anúncios em *sites*(36,36%). A *internet* é uma forma de divulgação bastante eficaz e com um custo bastante baixo, o que explica a adesão da maioria dos empreendimentos a formas de divulgação na rede.

Qualquer empresa hoje precisa se fazer presente no ambiente virtual, abrir canais de comunicação com seus clientes. Segundo Kolter; Kartajaya; Setiawan (2010) os profissionais de marketing e empresas já não tem total controle sobre suas marcas, os consumidores cada vez mais colaboram por meio da cocriação de produtos e serviços.

O ambiente virtual propicia ao turista, conhecer os locais que irá visitar, ver fotos dos empreendimentos que irá se hospedar, os serviços oferecidos, conectar-se com outros

internautas e verificar opiniões e avaliações sobre os lugares que irá visitar e decidir com base nisto a sua compra.

A opção de outras formas de divulgação foi bem expressiva atingindo 50% dos pesquisados. Neste item, dos 11 respondentes: 8 responderam “boca a boca” (72,72%), 1 respondeu cartões e placas de sinalização (9,09%) e 2 não responderam à questão (18,18%).

Com relação a promoções realizadas, que também permitia mais de uma resposta, 31,82% trabalha com tarifas diferenciadas, 22,73% com pacotes especiais, 18,18% realizam eventos e 13,64% trabalham com pacotes por temporada. Um número significativo de empreendimentos deu como respostas “outros”, no entanto apenas um realmente citou outro tipo de divulgação: pacotes de acordo com o grupo. Os outros empreendimentos não responderam - 3 deles - ou responderam que não realizam promoções - 6 empreendimentos. Nesta pergunta o estabelecimento podia escolher mais de uma resposta e apenas 4 dos 22 estabelecimentos trabalha com mais de um tipo de promoção (18,18%).

Os meios de hospedagem pesquisados possuem um preço médio de diária de no máximo R$350,00. A maioria dos empreendimentos possui um preço de diária de até R$100,00 (54,55%), seguido de 36,36% que possuem diária entre R$101,00 e R$150,00, 4,55% com diária entre R$151,00 e R$200,00 e entre R$301,00 e R$350,00.

A taxa média de ocupação anual para a maioria dos empreendimentos (36,36%) fica entre 26 a 50%, seguido de taxa de ocupação entre 51 e 75% (27,27%) e entre 11 e 25% (18,18%). Apenas dois empreendimentos (9,09%) citaram taxa de ocupação média entre 76 e 100%.

O faturamento médio mensal da maioria dos empreendimentos de hospedagem (36,36%) é entre R$5.001,00 e R$10.000,00, seguido daqueles que faturam até R$5.000,00 que corresponde 31,82%.

Quando perguntado se possui um orçamento específico para treinamento/qualificação dos funcionários, a maioria coloca que não (90,91%). Esse dado é preocupante, uma vez que o produto turístico é uma prestação de serviço e como tal, é intangível, o turista leva consigo a impressão daquilo que vivenciou no local. Neste sentido, a qualidade do atendimento é um ponto importante a ser trabalhado nos empreendimentos.

A maioria dos empreendimentos não possui sistema informatizado (63,64%), nem sistema de acompanhamento de despesas por área (59,09%). Neste sentido, é importante que os empreendimentos busquem modernizar e utilizar sistemas que facilitem e deem agilidade a gestão do negócio. O uso de *softwares* permite um maior controle dos custos, despesas e receitas, por exemplo.

Com relação a definição dos preços praticados pelos empreendimentos, pergunta que permitia mais de uma resposta, os parâmetros mais utilizados são o público-alvo (45,45%), as despesas (36,36%), seguidas da concorrência (31,82%), sazonalidade (27,27%). Neste questionamento admitiu-se mais de uma resposta, 50% dos empreendimentos utilizam mais de um tipo de parâmetro para formar seus preços.

Segundo Kotler e Keller (2006) as três considerações importantes na determinação do preço de um produto são: os custos, que determinam o preço mínimo a ser trabalhado; o preço dos concorrentes e o preço de produtos substitutos, que servem de orientação; e avaliação de características singulares do produto, que ajuda a determinar o preço máximo.

Neste sentido, é importante que as empresas considerem esses fatores na formação de seu preço e não devem ter seu foco apenas em um parâmetro, mas em uma combinação deles. Ao determinar seu preço, a empresa precisa também ter bem claro o seu posicionamento de marketing, que segundo Kotler e Keller (2006, p.305) "[...] é a ação de projetar o produto e a imagem da empresa para ocupar um lugar diferenciado na mente do público alvo".

A maioria dos meios de hospedagem possuem até 3 colaboradores fixos (77,27%), seguido dos que possuem entre 3 e 5 colaboradores (9,09%).

Quanto a empregados temporários, cerca de 19empreendimentos (86,36%) os contratam: 17 deles contratam até 3 colaboradores temporários (77,27%); 2 empreendimentos contratam entre 3 e 5 colaboradores (9,09%). Na indicação dos meses de maior contratação era permitido mais de uma resposta. Os meses mais indicados na contratação dos colaboradores temporários foram janeiro, junho, agosto e dezembro com 52,63% das indicações cada.

Quanto a terceirização de serviços, apenas 23% dizem utilizar, sendo os mais citados por estes que utilizam: limpeza, garçons e passeios. Na citação de quais eram os serviços terceirizados se permitia mais de uma resposta.

Quanto ao treinamento da mão-de-obra, apenas 9% proporciona, sendo citados os seguintes tipos igualmente: atendimento ao cliente/turista, recepcionista, camareira e hotelaria. Essa pergunta permitia mais de uma resposta na citação dos tipos de treinamentos realizados nos últimos 3 anos.

A maioria dos empreendedores (68,18%) acredita que há necessidade de capacitação para o turismo. Dos que responderam que há necessidade de capacitação, as que foram mais apontadas são: atendimento ao cliente (73,33%), recepcionista (33,33%), hotelaria (26,67%), camareira (26,67%) e turismo (20%). Essa pergunta permitia mais de uma resposta na citação dos tipos de treinamento necessários.

Para a maioria dos empreendedores pesquisados, a permanência média do turista que visita à região do polo Agreste/Trairí é de 3 dias, citado por 36,36%. 27,27% citou a média de 2 dias.

Segundo os pesquisados, os estados de origem dos turistas que mais utilizam os meios de hospedagem são Paraíba (77,27%), o próprio Rio Grande do Norte (68,18%), Pernambuco (59,09%), Ceará (45,45%) e São Paulo (36,36%). Foram citados ainda os estados do Rio de Janeiro (27,27%), Alagoas, Goiás e Rio grande do Sul (13,64% cada), Minas Gerais, Santa Catarina e Sergipe (9,09% cada) e Distrito Federal, Paraná, Maranhão e Roraima com 4,55% cada. Essa pergunta permitia mais de uma resposta.

A maioria dos entrevistados acredita que o nível de satisfação do turista sobre o destino é médio (77,27%), seguido de alto (22,73%); 4,55% diz não saber. Nenhum acredita que o nível de satisfação seja baixo.

Como principal aspecto motivador da viagem, os participantes apontaram em primeiro o Lazer (86,36%) e depois negócios e eventos (63,64%), Aventura (36,36%). O clima também foi citado como fator motivador por um empreendimento, bem como a religiosidade e o atrativo Castelo Zé dos Montes. Essa pergunta permitia mais de uma resposta.

Os maiores índices foram lazer e o perfil de negócios e eventos. Os 18 empreendimentos que citaram lazer foram dos seguintes municípios: Santa Cruz (55,55%); Serra de São

Bento (27,77%), Passa e Fica (11,11%) e Monte das Gameleiras (5,55%). Já os que citaram Negócios e Eventos foram 13 empreendimentos dos municípios de: Santa Cruz (76,92%); Nova Cruz, Passa e Fica e Serra de São Bento (7,69% cada). Ressalta-se que apenas um empreendimento citou a religião como motivadora da viagem, levando em conta que o Turismo Religioso é um importante segmento para Santa Cruz.

Os percentuais tiveram como base o quantitativo de empreendimentos respondentes que citaram negócios e eventos ou lazer como fator motivacional na pesquisa.

Dos meios de hospedagem analisados, a maioria não possui espaço para eventos (77%), apenas 5 empreendimentos disseram ter (23%). Dos que possuem, apenas 2 responderam qual era a capacidade do espaço para eventos. No entanto, um deles colocou o tamanho do espaço em metros quadrados e não a capacidade: 270 m^2. O outro disse ter uma área total de 30 m^2. Não foi possível estabelecer a média de capacidade por empreendimento. O tamanho variou de 30 a 270m^2 com média de 150m^2.

Dos 5 meios de hospedagem que disseram possuir espaço para eventos, os 5 disseram possuir estacionamento próprio para carro (100%), 3 possuem restaurante ou lanchonete (60%) e 2 possuem parcerias com prestadores de serviços diversos (40%). Essa pergunta permitia mais de uma resposta.

Ainda do universo dos cinco empreendimentos que possuem espaço para eventos, todos responderam quando perguntados sobre a taxa de ocupação média anual dos espaços. 3 possuem taxa de ocupação média de até 25%, 1 entre 26 e 50% e 1 entre 51 e 75%.

Quando perguntados se o espaço de eventos possui adaptações para pessoas com deficiência, a maioria respondeu que sim (80%). O número foi bastante expressivo, 4 dos 5 empreendimentos, o que mostra que os estabelecimentos hoteleiros que recebem eventos percebem a importância de possuir adaptações, sendo as mais citadas: rampas de acesso (100%) e banheiros adaptados (25%). Nenhum empreendimento citou adaptações, serviços ou equipamentos para auxiliar deficientes visuais ou auditivos. Essa pergunta permitia mais de uma resposta na citação do tipo de adaptação

Com relação a qualificação dos empreendimentos e serviços turísticos do Polo Agreste/Trairí, procurou-se saber a opinião do respondente sobre os serviços e equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, entretenimento e lazer e transporte rodoviário.

O tipo de serviço mais mal avaliado foi o de entretenimento. Neste sentido é necessário se pensar ações que fomentem na região equipamentos e serviços voltados ao lazer. De forma geral, os outros serviços foram bem avaliados.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS

Existem hoje no Rio Grande do Norte, 33 empresas organizadoras de eventos, 1 centro de convenções, 1 casa de espetáculo e equipamento de animação turística, 11 empresas de infraestrutura de apoio para eventos (BRASIL/CADASTUR, Fev. 2016). Nenhuma dessas empresas localiza-se no polo Agreste/Trairí, a maioria está localizada na capital.

O segmento de eventos na região do Polo Agreste/Trairí está ligado principalmente às festas religiosas. Neste sentido, a cidade de Santa Cruz se destaca por causa do turismo religioso devido, principalmente, ao fluxo gerado pelo Complexo Alto de Santa Rita. No âmbito geral do polo, foram identificadas apenas 9 empresas, entre locatárias de espaços para eventos e organizadoras de eventos. As praças são espaços onde alguns eventos municipais são realizados, mas não foram contabilizadas neste total de empresas.

No quadro a seguir estão os principais espaços e empresas organizadoras de eventos por município:

QUADRO 9: PRINCIPAIS LOCAIS E EMPRESAS ORGANIZADORES DE EVENTOS- POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO	ESPAÇO PARA EVENTOS
Jaçanã	• Praça de Eventos • Praça João Fortunato Medeiros
Monte das Gameleiras	• Praça Luís Teixeira Pinheiro • Praça Antônio Pequeno dos Anjos • Praça Cecília Maria Gomes • Praça São Sebastião
Nova Cruz	• Praça do Marco Zero
Passa e Fica	• Praça Dr. Luiz Amâncio; • Balé Popular Terras Potiguares; • Instituto Cultural Macambirais.
Santa Cruz	• Charmes Assessoria e Eventos; • Excelência Cerimonial e Assessoria; • Instituto Conego Monte; • Riviera; • Trairi Club.
São José do Campestre	• Ginásio; • Praça São José; • Quadra da Igreja • Praça da Bíblia; • Casa de Cultura; • Largo da Rodoviária; • Barrinha Casa Show; • Vila Campestre; • Clube Social.
Serra de São Bento	• Praça Salviano Gomes; • Praça da Criança; • Mirante da Serra.
Sítio Novo	• H Casa Show.
Tangará	• Carlos da Silva Locação e Eventos

Fonte: ITEC, 2016.

Outro destaque é o Festival Gastronômico e Cultural de Serra de São Bento que acontece no período de 10 dias e está em sua 9ª edição. O evento é aberto ao público e recebe cerca de 12 mil pessoas. Um dos maiores eventos da região, é realizado no final de julho e início de agosto, o festival traz programação de artes, shows e oficinas de artesanato, artes e culinária. Outros municípios que também realizam festivais gastronômicos são Monte das Gameleiras, Santa Cruz e Tangará.

FOTO 14: FESTIVAL GASTRONÔMICO E CULTURAL DE SERRA DE SÃO BENTO EM 2015.

Fonte: Secretaria de Turismo de Serra de São Bento, 2015.

Outros eventos que merecem destaque é a Festa do Cajú em Jaçanã, que conta com atrações musicais e tem um cunho mais comercial, assim como a Caprifeira em Coronel Ezequiel. Há também os eventos ligados aos festejos juninos que ocorrem em diversos municípios como Santa Cruz (Festival de Quadrilha Paraíso), Festival Junino (Tangará), São João do Povo (Coronel Ezequiel), São João (Montanhas) e o Festival de Quadrilhas Juninas (Sitío Novo).

Neste sentido, é importante que se pense em uma maior integração dos municípios para formulação de um calendário de eventos atrativo e gere fluxo turístico nos momentos de baixa temporada. Para tanto, faz-se necessário o fomento a criação de espaços para realização dos eventos, tendo em vista que há uma pequena quantidade de equipamentos e serviços para eventos no polo.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO

Segundo site do CADASTUR consultado em fevereiro de 2016, o Rio Grande do Norte possuía 219 agências de turismo cadastradas. (BRASIL/CADASTUR, fev. 2016).

Os municípios do Polo Agreste/Trairí possuem 4 agências de turismo segundo o site do CADASTUR do Ministério do Turismo. Dentre os municípios estudados destacam-se Jaçanã, Santa Cruz, Sítio Novo e Tangará com 1 agência cada.

A região do Polo Agreste/Trairí possui potencial para o ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios e o turismo religioso. Há, no entanto, um número bastante reduzido de serviços e equipamentos de agenciamento na região.

Em pesquisa in loco, no entanto observou-se que uma delas, a Shammahtur, no município de Passa e Fica, havia sido fechada, restando então 17 empreendimentos.

As agências de turismo estão distribuídas no Polo Agreste/Trairí da seguinte forma: 8 delas localizadas no município de Santa Cruz, 3 em Jaçanã, 2 em Passa e Fica, 1 em cada um dos seguintes municípios: Coronel Ezequiel; Monte das Gameleiras; Sítio Novo e Tangará. As agências, de forma geral, trabalham, em sua maioria, tanto com o turismo emissivo como com o receptivo.

No total, participaram da pesquisa primária 10 agências de turismo. Este total equivale a 58,82% do total de serviços e equipamentos de agenciamento para os quais a pesquisa foi enviada.

Agências dos municípios de Tangará (100%), Sítio Novo (100%), Monte das Gameleiras (100%) e Passa e Fica (100%) e Santa Cruz (62,5%) participaram da pesquisa. Nos municípios de Coronel Ezequiel e Jaçanã nenhuma agência respondeu ao questionário. Montanhas, Nova Cruz, São José do Campestre e Serra de São Bento não possuem agências de turismo.

O quantitativo de agências de turismo na região do Polo é reduzido. Neste sentido, faz-se necessário fomentar este tipo de empreendimento na região, principalmente para atender ao turismo receptivo.

As agências, de forma geral, trabalham com o turismo emissivo e receptivo (60%) no entanto, em resposta ao questionário de pesquisa primária, duas (20%) colocaram que ofertam exclusivamente atividades de receptivo: a Pequeno Felino *Adventure* e a Romeir's Turismo.

Apenas 4 das 10 agências pesquisadas citaram *site* próprio na pesquisa e uma outra citou ter *Facebook* e disse estar com seu site em construção. Desta forma, serão descritos abaixo os principais produtos trabalhados com base na pesquisa e nos sites das empresas.

Em Santa Cruz, quatro das cinco agências que responderam à pesquisa trabalham com turismo de aventura: a Pequeno Felino Adventure que atende não só o município de Santa Cruz, mas também o de Sítio Novo, a ANCL Adventure que oferta serviços como visita a parques ecológicos, atividades de aventura e de educação ambiental tendo como principal

produto o rapel, a Romeir's Turismo e a Kali Tour Turismo que não possuem um enfoque exclusivo para este segmento, mas também trabalham com ele.

A Pequeno Felino Adventure tem como principal produto o turismo de aventura. Ao entrar no site, verificou-se que este está em manutenção. No entanto foi possível verificar 3 pacotes ofertados: Pedra de São Pedro; Parque da Borborema e Santuário Santa Rita de Cássia.

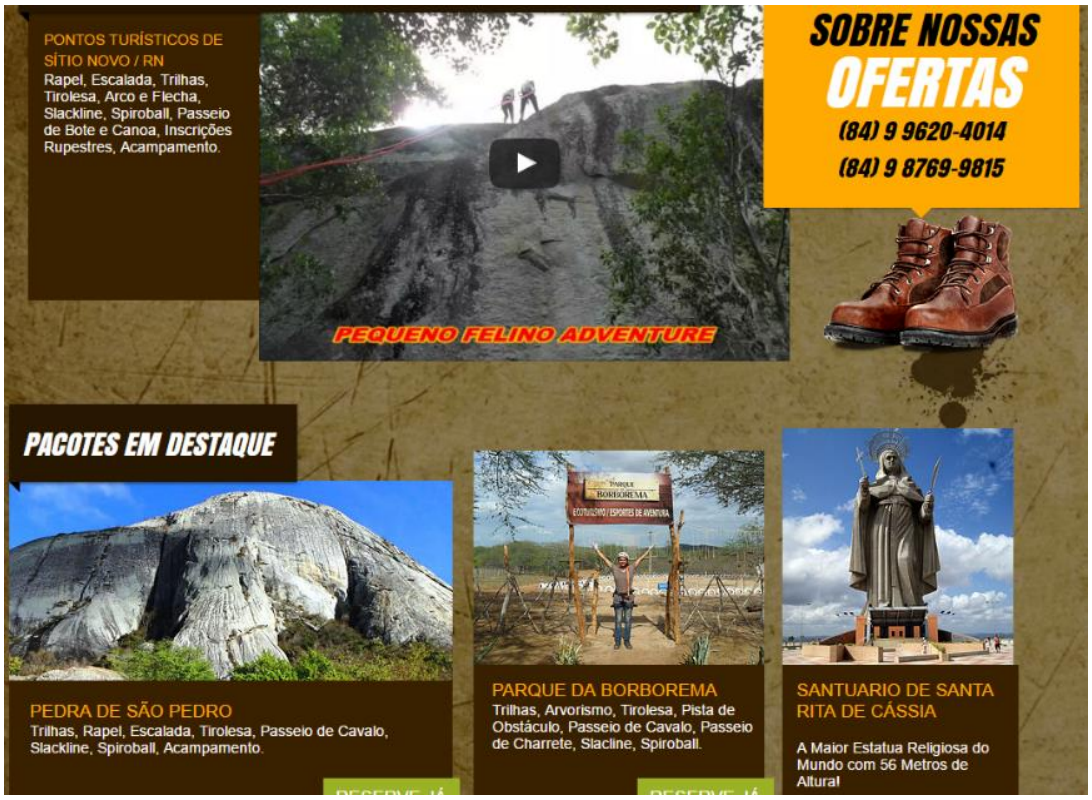


FIGURA 9: SITE DA PEQUENO FELINO ADVENTURE.

Fonte: PEQUENO FELINO ADVENTURE (2016)

A Romeir's Turismo oferta um roteiro que integra três municípios do Agreste/Trairí: Tangará, Sítio Novo e Santa Cruz. Esse roteiro mescla atividades ligadas a gastronomia (Tangará), turismo de aventura (Sitio Novo) e Turismo Religioso (Santa Cruz). Ao tentar abrir o site indicado pela empresa o internauta é redirecionado a um site com o nome de uma outra empresa chamada Sun Set Receptivo. O site indicado na pesquisa primária é o <http://romeirosturismo.wix.com/turismo>.

A ANCL Adventure possui roteiros com foco em turismo de aventura e oferta atividades como rapel, arvorismo, tirolesa. Na figura abaixo é possível verificar a oferta de roteiros em Sítio Novo.

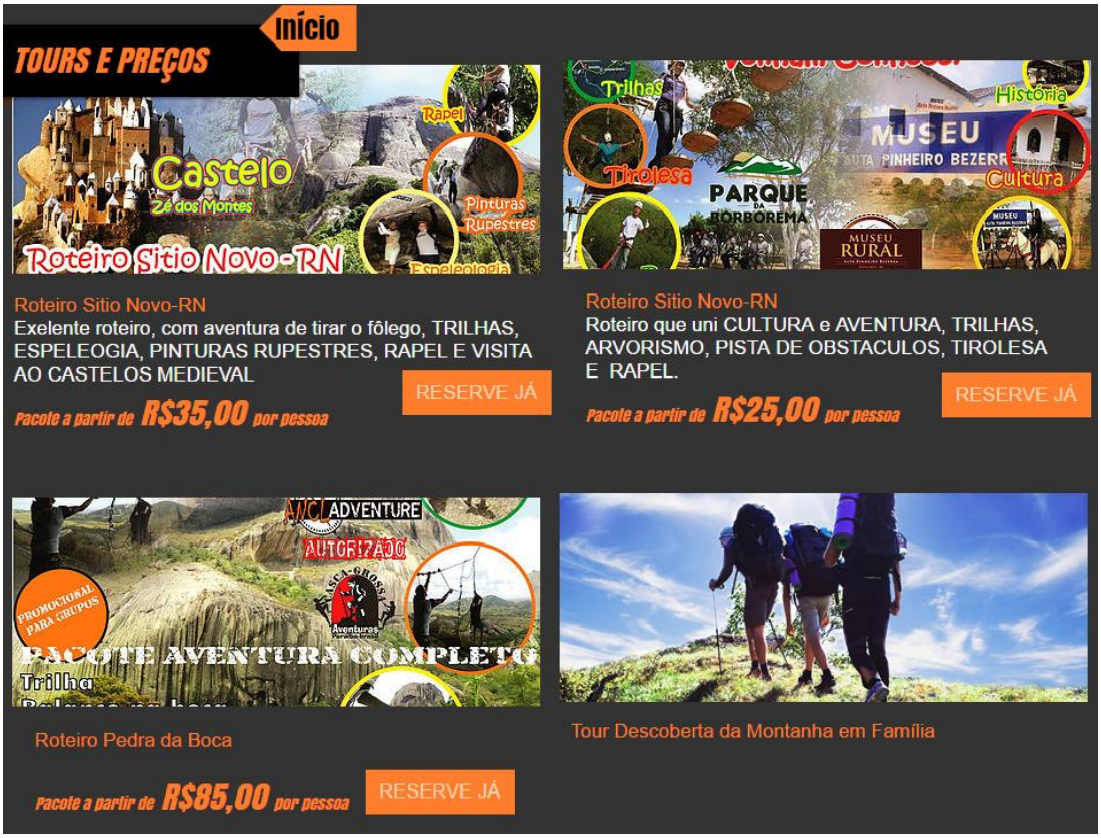


FIGURA 10: SITE DA ANCL ADVENTURE.

Fonte: ANCL ADVENTURE (2016)

Na cidade de Tangará, uma agência que respondeu ao questionário, a Agência de Turismo Company Princesa. Essa tem como seu produto principal de venda a cidade de Santa Cruz no próprio polo e trabalha tanto com emissivo como com receptivo. Seu site não evidencia pacotes, apenas permite que o cliente faça buscas para o que deseja.

Em Monte das Gameleiras a agência também trabalha com emissivo e receptivo e tem como seu principal produto parque ecológico e trabalha de Monte das Gameleiras a Passa e Fica.

Em Passa e Fica duas agencias responderam ao questionário, uma delas trabalha com turismo emissivo e receptivo tendo como foco o aluguel de veículos e visitas a comunidades tradicionais, dentre os principais produtos foram apontadas visitas a balneários, festas de

tradição e escolas e excursões. A outra agência não trabalha com receptivo. Os resultados da pesquisa são mostrados abaixo.

Resultados da Pesquisa Primária com Serviços e Equipamentos de Agenciamento do Polo Agreste/Trairí

Dos estabelecimentos pesquisados, 70% são agências de viagem e 30% são agências de viagem e turismo.

Segundo a Lei 12.974 de 15 de maio de 2014 em seu art. 5º, as agências de turismo podem ser classificadas em agências de viagens e agências de viagem e turismo.

As agências de viagens podem exercer atividades de "venda comissionada ou intermediação remunerada na comercialização de passagens, passeios, viagens e excursões, nas modalidades aérea, aquaviária, terrestre, ferroviária e conjugadas" (BRASIL, 2014d, Art 3º, inciso I).

Já as agências de viagem e turismo, também conhecidas como operadoras turísticas, podem exercer, além das atividades descritas no inciso I, as atividades dos incisos II, III, IV e V do *caput* do art. 3º., conforme descrito abaixo:

> II –assessoramento, planejamento e organização de atividades associadas à execução de viagens turísticas ou excursões;
> III – (VETADO);
> IV –organização de programas, serviços, roteiros e itinerários de viagens, individuais ou em grupo, e intermediação remunerada na sua execução e comercialização; e
>
> V –organização de programas e serviços relativos a viagens educacionais ou culturais e intermediação remunerada na sua execução e comercialização.(BRASIL, 2014d, Art 3º, incisos II, III, IV e V).

Das agências pesquisadas 80% atuam no turismo emissivo e outros 80% com o receptivo. No entanto, duas agências citaram trabalhar exclusivamente com receptivo e outras duas trabalham exclusivamente com turismo emissivo. Assim, do total das 10 agências participantes da pesquisa, 6 trabalham tanto no turismo emissivo como no receptivo (60%).

Do total das 10 agências pesquisadas, 2 afirmaram atuar no turismo emissivo tanto em âmbito nacional como internacional (20%) e 6 atuam no turismo emissivo em âmbito nacional (60%). Nenhuma atua exclusivamente com turismo emissivo internacional.

Tendo em vista o potencial para o desenvolvimento do ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural e especialmente o religioso na região é fundamental o fomento a abertura de novas agências de turismo receptivo nas cidades do Polo Agreste/Trairí, tanto para o aproveitamento pleno do turismo e como para a redução de impactos negativos nos atrativos naturais, tendo em vista uma atividade mais planejada.

Com relação ao percentual de venda nos dois tipos de operação, todos empreendimentos responderam à questão sobre o percentual de vendas no turismo emissivo. No entanto, tendo em vista que apenas 8 trabalhavam com este tipo de turismo, somente estas foram consideradas para análise quanto ao percentual de vendas no turismo emissivo. Destas, 5 possuem um percentual de vendas entre 0 e 25% (63%), 2 entre 26 e 50% (25%) e 1 entre 51 e 75% (13%).

Das 10 agências pesquisadas, 8 disseram trabalhar com turismo receptivo. No entanto, todos os empreendimentos responderam sobre o percentual de vendas para o turismo receptivo. Desta forma, foram consideradas apenas as que efetivamente trabalhavam com este tipo de turismo. Duas empresas citaram percentual de 0 a 25% (25%), 3 citaram percentual de vendas de 26 a 50% (38%) e 3 de 51 a 75% (38%).

Quanto aos serviços oferecidos, pergunta que permitia mais de uma resposta, todas as empresas responderam, e foram citados: visitas a parques ecológicos (70%), atividades de aventura (60%), *city tours* (60%), reserva de hotéis (60%), aluguel de veículos (60%) como os mais ofertados. Outros como roteiros integrados (50%), educação ambiental (40%), visita a comunidades tradicionais (40%) e emissão de passagens aéreas nacionais (40%) também tiveram um percentual elevado.

Destacam-se na lista dos mais ofertados os serviços de receptivo. No entanto é importante colocar que apenas um empreendimento citou ofertar guia bilíngue. Neste sentido, ao se pensar na formatação do produto turístico e na sua comercialização é preciso estar atento à necessidade deste tipo de mão de obra no caso de oferta do produto turístico Polo ao público estrangeiro.

Nesta mesma pergunta, havia a opção de espaço para descrição dos city tours e roteiros integrados trabalhados. Assim, no campo referente a descrição do *City Tour* apenas alguns citaram de forma mais específica os city tours que trabalhavam, algumas descrições foram: realizado nos principais pontos das cidades, como casas históricas e monumentos históricos que mostram a identidade cultural do município visitado; Santa Cruz: vila de todos, teatro candinha bezerra, praça coronel Ezequiel, igreja matriz, casa de cultura, santuário de santa rita de cassia, Praça Tequinha farias, Iberezão, Parque ecológico; Monte das Gameleiras a Passa e Fica e Parques Ecológicos; Visita Balneários; Festa de Tradições; Escolas e excursões.

No campo referente a descrição dos Roteiros Integrados foram citados alguns roteiros na região, tais como: a empresa Romeir's Turismo de Santa Cruz, citou o roteiro integrado ligando "três cidades do Trairi, começando por Tangará, onde o turista se delicia com a gastronomia do município, passa por Sitio Novo, no qual a localidade oferece diversas atividades do segmento de aventura e termina em Santa Cruz, onde o turista tem um itinerário voltado para o turismo cultural e religioso"; A Ecoturbrasil em Sítio Novo, citou Serra de São Bento e Monte das Gameleiras; A Novo Tempo Turismo citou Passa e Fica a Natal; Gameleiras a Recife; Gameleiras a Canindé/CE/ ; Romarias Ceará e Paraíba; a Regina Tur em Passa e Fica citou Cidade vizinhas e regiões; Interestaduais.

Apesar da agência citar o roteiro integrado entre os municípios de Tangará, Santa Cruz e Sitio Novo a Secretaria de Turismo desconhece que exista este roteiro. Outra contradição foi observada no que diz respeito a existência de uma agência de turismo receptivo em Sítio Novo, que segundo informações da SETUR-RN por e-mail, possui apenas "uma

formalização em formato MEI onde os serviços se dividem em mercadinho em Sitio Novo, e as ações realizadas pelo filho da pessoa que voltadas para turismo são realizadas em Natal e não em Sítio Novo".

Com relação a adoção de medidas sustentáveis, 70% das agências adotam ao menos uma medida e as mais citadas, assim como ocorreu com os empreendimentos de meios de hospedagem, foram ações voltadas para redução do uso de energia e destinação correta dos resíduos sólidos. O uso de lâmpadas econômicas (50%), uso de lâmpadas de LED (40%), coleta seletiva do lixo (30%) são as mais usuais. Esta pergunta admitia mais de uma alternativa de resposta.

Metade (50%) dos empreendimentos disseram possuir registro no órgão oficial de turismo, e 60% possui registro em alguma entidade.

Quanto ao tempo de funcionamento, a maioria tem mais de 10 anos (40%) seguido dos que funcionam entre 1 e 5 anos (30%) e de 6 a 10 anos (20%). Apenas 10% está a menos de 1 ano no mercado.

Quanto as formas de pagamento as mais citadas foram dinheiro (100%), Cartão de Crédito (60%) e cartão de débito (40%). De forma geral as empresas trabalham com ao menos 2 tipos de pagamento diferentes, o que facilita bastante a venda aos clientes. No entanto, 30% delas aceitam apenas dinheiro. Esta pergunta admitia mais de uma alternativa de resposta.

Os empresários, em sua maioria, buscam se qualificar para o mercado. Além da maioria possuir no mínimo o nível médio completo, 80%afirmam ter cursos de qualificação/capacitação na área. A qualificação no setor de agências de turismo é fundamental, tendo em vista que é comum que o proprietário, além das atribuições de gestão do empreendimento tenha contato direto com o cliente devido ao pequeno porte da maioria das agências de turismo.

Com relação ao plano de marketing, o resultado foi bastante positivo, uma vez que 50% diz possuir plano de marketing e 30% está em fase de elaboração. A metade das agências também afirma possuir parcerias no trade turístico (50%).

No que diz respeito à divulgação do empreendimento, a maioria faz uso da *internet* como meio de divulgação, 70% nas redes sociais e 70% por meio de *site* da internet. O rádio (40%) também foi bastante citado. Neste questionamento era possível escolher mais de uma opção de divulgação. A agências de turismo estão cada vez mais presentes na *internet* e muitas utilizam esse espaço não só para divulgar, mas como meio de vendas diretas. Segundo estudo feito pela comScore em 2012, empresa líder em medições do mundo digital, "16,5 milhões de brasileiros visitaram sites de Turismo em julho de 2012, 18% a mais que no ano anterior, mostrando que um número recorde de brasileiros recorre à *web* para planejar viagens e fazer reservas." (COMSCORE, 2012, n.p)

Neste sentido, a presença na *web* se faz cada vez mais obrigatória no turismo, principalmente para o mercado das agências de turismo. Das empresas estudadas, apenas uma não citou ter *site* próprio. O *site* das agências hoje, passou a ser um canal direto com o cliente para vendas e contato. É importante que essas agências invistam cada vez mais na elaboração de sites bem construídos e que estejam presentes também em outros meios de divulgação na *web*. Ainda segundo o estudo da comScore (2012, n.p), há um equilíbrio em

homens e mulheres que visitam os sites de viagem e “1 a cada 3 visitantes da categoria turismo estão na faixa de 25 a 34 anos”.

> Em termos geográficos, São Paulo responde por 32% dos visitantes da categoria Turismo, seguido pelo Rio de Janeiro, com 13%. Apesar de representar apenas 4,6% dos visitantes da categoria, os usuários de internet do Distrito Federal mostraram uma propensão 18% maior que a média para acessar sites de Turismo, e 60% maior para consumir conteúdo da categoria (índice de 160), o maior desvio da média entre todos os estados. (COMSCORE, 2012, n.p).

Assim, é importante que as agências do Polo continuem a investir e utilizar canais de divulgação e de distribuição via *web*, já que esta é uma forte tendência do mercado turístico das agências de turismo.

São utilizadas como formas de promoção tarifas diferenciadas (50%), pacotes especiais (40%) e realização de eventos (40%) majoritariamente. Além disso, 30% das empresas citaram os pacotes por temporada e 20% outros tipos de promoção como a criação de um passaporte que dá descontos após a segunda viagem com a empresa. Era possível citar mais de um tipo de promoção nesta pergunta.

A maioria dos empreendimentos registram o grau de satisfação do cliente por meio de pesquisa direta (50%), 30% não registra o grau de satisfação. Um dos empreendimentos não respondeu a esse questionamento e outro citou outros como cartão de sugestões para registro se gostou ou não dos produtos ofertados.

Com a forte concorrência do mercado de agências de turismo, hoje é cada vez mais importante a realização do pós-venda. Neste sentido, as empresas respondentes percebem, em sua maioria, a importância de medir o grau de satisfação do cliente. Isso é especialmente importante para as agências de turismo, que firmam parcerias com diversos hotéis e outros prestadores de serviço e que precisam do *feedback* de seus clientes para poder indicar os melhores produtos e serviços turísticos do mercado.

A pesquisa de satisfação ajuda, neste sentido, na indicação e venda de produtos turísticos de melhor qualidade e contribui para a fidelização do cliente à agência. É preciso estar atento também às novas tendências do mercado, afim de ofertar aos clientes produtos turísticos que se encaixem melhor ao seu perfil.

Ao serem perguntados sobre o principal produto comercializado de turismo receptivo, 6 das 10 agências responderam e citaram: Santa Cruz; Rapel; Turismo de Aventura (citado por duas); reserva de hospedagem e pacotes turísticos. Percebe-se que três respostas estão ligadas ao turismo de aventura e uma diretamente a um munícipio da região. O fortalecimento dos produtos trabalhados na região é importante para o desenvolvimento do turismo local. Neste sentido, uma opção é a realização de oficinas que permitam aprimorar os produtos existentes e a sua qualidade.

O volume médio anual de cliente citado foi de 309,6 clientes/ano. Neste cálculo foram consideradas as 5 agências que responderam. O volume médio citado variou de 10 a 1100 clientes/ano. O valor médio do principal produto comercializado foi respondido por 6 das 10 agências. Os valores variaram muito de uma para outra, 3 agências citaram o valor de R$ 51,00 a R$100,00; 2 delas citou até R$50,00, outra de R$101, 00 a R$200,00.

6 agências (60%) citaram um faturamento médio mensal de até R$5.000,00 e 2 citaram entre R$5.001,00 e R$10.000,00 (20%), as duas outras não responderam (20%).

Quando perguntados se possuem orçamento anual específico para treinamento/qualificação dos funcionários, 30% das agências respondeu que possui e outros 60% que não possui, uma agência não respondeu ao questionamento (10%). No mercado das agências de turismo, em que o perfil do agente de viagens vem mudando e com o advento da *internet*, muitos turistas já não procuram tanto as agências como antes, pois buscam as informações na própria *internet* e em guias de viagem e turismo. O perfil do futuro agente de viagens é, cada vez mais, de um consultor de viagens e para formar um bom consultor é preciso investir na sua qualificação.

O objetivo dessa parte do questionário é verificar alguns importantes aspectos da gestão do negócio. A primeira pergunta procura saber se o empreendimento possui algum sistema informatizado, 50% dos respondentes disseram que sim e 40% não possuem, 10% não respondeu. A metade (50%) não possui Sistema de Acompanhamento de Despesas por Área. Apenas 3 agências possuíam ambos.

Os sistemas informatizados e de controle de despesas estão cada dia mais presentes nas empresas. Um bom sistema pode agilizar processos e tornar a empresa mais eficiente e eficaz, garantindo maior precisão na execução de tarefas, no planejamento e operacionalização da empresa e na busca por resultados.

Com relação a definição dos preços praticados, os parâmetros mais utilizados são o público-alvo (60%) e a concorrência (40%). Nesta pergunta era possível selecionar mais de uma opção de resposta.

Apenas 6 agências responderam à questão sobre a quantidade de empregados, sendo que 5 delas disseram ter até 3 empregados fixos e 1 de 4 a 6 empregados fixos. Todas as 6 que responderam sobre empregados temporários disseram contratar até 3 empregados temporários. Apenas 4 empresas citaram a época de contratação, todas em períodos diferentes: uma delas citou outubro, novembro e dezembro; e as outras três respectivamente janeiro; julho e junho. Ao citar os meses era permitido escolher mais de uma opção de resposta.

Quanto a utilização de serviços terceirizados, 70% afirmaram que os utilizam. Os citados são: suporte técnico de informática; guias de turismo; condutores de viajantes e transporte. Ao citar os tipos era possível marcar mais de uma resposta.

A maioria dos empresários não proporciona treinamento para os seus colaboradores (60%), e 80% acham que esse tipo de ação é necessária para o turismo.

Dos tipos de treinamento o mais citado foi o de guia de turismo (40%) e de atendimento ao cliente (30%). Nota-se que os empreendedores reconhecem a importância dos treinamentos em funções em que o contato com o cliente é o mais próximo. Ao citar os tipos de treinamento mais necessários era permitido mais de uma opção de resposta.

Ao serem questionados sobre a permanência média do turista que compra com as agências de turismo, 9 empreendimentos responderam, dos quais 2 citaram 1 dia (20%), 2 citaram 2 dias (20%), 2 citaram 3 dias (20%), 1 citou 6 dias (10%) e 1 citou 7 dias (10%). Dentre os locais de origem dos turistas mais citados pelas agências estão: Paraíba (70%), Pernambuco (60%) e Rio Grande do Norte (60%). Outros locais citados foram: Ceará (30%),

Rio de Janeiro (20%) e São Paulo (20%). Para esta questão era possível marcar mais de uma opção de resposta.

A metade dos entrevistados acredita que o nível de satisfação do turista sobre o destino é médio (50%), seguido de alto (30%), e 10% diz não saber, um dos empreendimentos não respondeu à questão (10%).

Como principal aspecto motivador da viagem, 8 citaram Lazer (80%), 4 citaram Aventura (40%) e 3 citaram Negócios/Eventos (30%). As empresas podiam selecionar mais de um segmento e cinco delas (50%) citaram mais de um motivador para a viagem. Um dos empreendimentos não respondeu a essa questão.

Todas empresas pesquisadas situadas no município de Santa Cruz (5 empresas), Tangará (1 empresa) e Monte das Gameleiras (1 empresa) citaram o lazer como principal motivador e duas das empresas situadas em Passa e Fica também citou o lazer.

Empresas apontaram Aventura como motivador de viagem, sendo 2 delas de Santa Cruz, uma de Tangará e uma de Sítio Novo.

No que tange ao motivador Negócios/Eventos, 3 citaram, sendo uma de Tangará, uma de Santa Cruz e uma de Passa e Fica.

O perfil motivacional, em comparação com o perfil citado na pesquisa primária com os meios de hospedagem, repetiu o lazer como principal motivação para as viagens na região e divergiu apontando Aventura como segundo maior motivador. Um segmento que não foi citado e que tem grande potencial na região é o turismo religioso. Apesar disso, ao verificar os produtos explorados pelas agências pesquisadas, ao menos uma delas, a Romeir's turismo trabalha com o segmento do turismo religioso.

Na avaliação dos donos de agências pesquisados, os serviços do Polo foram bons para os serviços de hospedagem, alimentação e agenciamento e entre bom e ruim para os de transporte e entretenimento.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE GASTRONOMIA

O Estado do Rio Grande do Norte possuía, em fevereiro de 2016, 28 restaurantes, cafeterias e bares cadastrados no CADASTUR. (BRASIL/CADASTUR, fev. 2016). É importante lembrar, no entanto, que o cadastro é opcional para este tipo de empreendimento, o que explica o número bem abaixo da realidade local. No Polo Agreste/Trairí não existem empreendimentos cadastrados.

Em levantamento realizado com dados da SETUR/RN e em sites na internet foi possível identificar um total de 114 empreendimentos de alimentação, dentre os quais estão pizzarias, churrascarias, sorveterias, restaurantes e bares em geral conforme tabela seguir.

TABELA 22: QUANTITATIVO DE EMPREENDIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO –POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO	EMPREENDIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO
Coronel Ezequiel	1
Jaçanã	4
Montanhas	2
Monte das Gameleiras	7
Nova Cruz	16
Passa e Fica	7
Santa Cruz	42
São José do Campestre	5
Serra de São Bento	13
Sítio Novo	8
Tangará	9
Total	**114**

Fonte: SETUR/RN e ITEC, 2015.

Em termos quantitativos, o município de Santa Cruz possui o maior número de empreendimentos, com 42 estabelecimentos o que representa 36,84% do total do polo.

Os maiores destaques no que tange a gastronomia do Polo Agreste/Trairí são os festivais gastronômicos, principalmente o de Monte das Gameleiras que recebia cerca de 10.000 pessoas em 2013, segundo o inventário do município. Em Serra de São Bento também há um festival Cultural e Gastronômico, que conta com apresentações artísticas e oficinas de arte, artesanato e culinária, ocorre nos meses de julho e agosto. Os municípios de Tangará e Santa Cruz também realizam festivais gastronômicos, o primeiro com apoio da ABRASEL e o segundo com apoio do SEBRAE, ambos estão na 3ª edição.

Em Serra de São Bento, o projeto do SEBRAE/RN Lugares de Charme idealizado pela Designer Cris Ribeiro tem como proposta repaginar cafés e restaurantes de pequenas cidades de até 20 mil habitantes e que possuam potencial turístico. Esses estabelecimentos são repaginados e decorados com produtos de artesãos da região, além de ser um ponto de

venda para estes artesãos. Serra de São Bento foi a primeira cidade a receber o projeto, que agora está se expandindo para a cidade de Martins, no polo Serrano. (ROCHA, 2015)[23].

Os restaurantes participantes do projeto em Serra de São Bento são o Pôr do Sol, o Café Serrano e o Galinha da Serra.

FOTO 15: RESTAURANTE PÔR DO SOL
Fonte: ITEC, 2015.

FOTO 16: CAFÉ SERRANO
Fonte: ITEC, 2015.

Outro destaque na gastronomia da região é o restaurante O Moinho, assinado pela chef SanyleFaraje que foi construído em baixo de um moinho de vento no estilo holandês. O cardápio é bastante variado e dá ênfase as carnes exóticas como a de avestruz, jacaré, javali, coelho e marreco, mas também possui as carnes mais tradicionais como a galinha caipira e frutos do mar, pescados. (REVISTA DEGUSTE, 2011)[24].

[23]ROCHA, Antônio Roberto. Projeto Lugares de Charme será destaque na Ruraltur. 22 ago. 2015. In**: Tribuna do Norte**. Blogs: e-Turismo. Disponível em: http://blog.tribunadonorte.com.br/eturismo/81409. Acesso em: 30 jan. 2016.

[24] REVISTA DEGUSTE. O Moinho Restaurante da pousada Pedra Grande tem novo cardápio. **19 set. 2011. Disponível em: <http://www.revistadeguste.com/noticia/688>. Acesso em: 30 jan. 2016.**

FOTO 17: RESTAURANTE O MOINHO – POUSADA PEDRA GRANDE
Fonte: ITEC, 2015.

Resultados da Pesquisa Primária com Serviços e Equipamentos de Gastronomia

Dos 32 estabelecimentos pesquisados, 65% disseram funcionar apenas como restaurante e 16% apenas como bar. 19% somam outros tipos de estabelecimento. No entanto, em outros tipos de estabelecimento o pesquisador podia descrever o tipo de estabelecimento e muitos empreendimentos se descreveram com mais de um tipo de empreendimento.

Assim, em outros foram citados os seguintes empreendimentos: Restaurante, Bar, Lanchonete e Sorveteria; Panificadora e restaurante; Churrasco; Café, lanchonete e confeitaria; e Pizzaria e Pastelaria.

Quanto ao tipo de serviço oferecido, o empreendimento podia optar por marcar mais de um tipo. A maioria trabalha com serviço *a la carte* (65,63%) seguido de serviço por quilo (28,13%) e de *buffet* (25%). Observa-se que 46,87% oferece mais de um tipo de serviço.

Com relação à capacidade do estabelecimento, 69% afirmaram possuir mais de 47 lugares.

Dos pesquisados, 62% responderam possuir estacionamento próprio e 38% não possui. Dos que possuem estacionamento próprio, todos disseram possuir estacionamento para carros e 85% diz possuir também estacionamento para ônibus, lembrando que um mesmo estabelecimento poderia ter estacionamento para ambos.

Quanto a adaptação e facilidades disponíveis para Pessoas com Deficiência, 41% responderam possuir, desses que disseram possuir adaptações, as mais citadas foram: rampas de acesso (100%) e adaptações nos banheiros (53,8%). Um empreendimento (7,7%) disse possuir cardápio adaptado com letras maiores e outro (7,7) elevador. Para a descrição do tipo de adaptação havia possibilidade de escolha de mais de uma resposta e 53,84% citou mais de um tipo de adaptação.

Em adoção de medidas sustentáveis, havia possibilidade de marcar mais de um tipo de medida sustentável, 50% citaram a coleta seletiva de lixo, 43,75% responderam fazer uso de lâmpadas econômicas, 43,75% possui sistema de controle de luz, 37,5% faz reaproveitamento da água, 34,38%equipamentos para redução do consumo da água, 28,13% uso de lâmpadas de LED, dentre outros. Cerca de 56,25% possui mais de uma medida sustentável e 18,75% não possui nenhuma.

Observa-se que nos estabelecimentos de alimentação, além da preocupação com a redução do uso de energia, há uma preocupação com a redução do consumo da água. A água é utilizada em diversos processos em um estabelecimento de alimentação. Existem hoje diversos tipos de medidas para redução do consumo de água em estabelecimentos de alimentação. As medidas vão desde a captação de água da chuva para limpeza de pisos e uso nos sanitários dos banheiros, até o uso de arejadores nas torneiras. O *site* Ciclo Vivo em uma matéria sobre a reutilização de água nos restaurantes Mc Donald's cita que

> Uma iniciativa que representa um grande potencial de economia é a implantação de arejadores nas torneiras dos restaurantes. Essa iniciativa já foi implantada em vários restaurantes da rede McDonald's no Brasil. Uma torneira aberta, sem arejador, pode liberar até 22 litros de água por minuto. Já outra, com o equipamento, libera entre dois e três litros. A redução de consumo, portanto, pode chegar a até 20 litros de água por minuto por cada torneira aberta.
>
> Outro projeto é o de captação e armazenamento da água da chuva, que depois é reutilizada nas partes interna e externa dos restaurantes. Internamente, a água, assim armazenada, é usada nas descargas de toaletes e na lavagem de pisos. Externamente, na limpeza e na rega dos jardins. A redução do consumo de água com esse sistema chega a 50% do total [...] (CICLO VIVO, 2011, n.p).

Isso mostra que os estabelecimentos de alimentação precisam investir cada vez mais em medidas de redução do consumo de água e energia, que são dois grandes custos do funcionamento deste tipo de estabelecimento.

Das empresas participantes da pesquisa 90,6% oferecem wi-fi gratuito aos seus clientes.

Quanto ao tempo de funcionamento do estabelecimento, 50% existem entre 1 e 5 anos, 21,88% a mais de 10 anos, 15,63 entre 6 e 10 anos e apenas 12,50% funciona a menos de 1 ano. Neste sentido, as empresas de alimentação do Polo Agreste/Trairí são empresas com certa solidez no mercado, é preciso assim, aliar essa solidez a inovação e busca contínua pelo aperfeiçoamento dos serviços e cardápios.

Dos pesquisados, apenas 12,5% responderam estar registrados no órgão oficial de turismo. O número mais reduzido já era esperado, tendo em vista que não há obrigatoriedade de registro no órgão oficial de turismo para os empreendimentos de alimentação. No entanto, a maioria também não possui registro em alguma entidade (84%).

Com relação a forma de pagamento, que permitia ao pesquisado escolher mais de uma opção de resposta, 46,87% aceitam mais de duas, sendo que as mais aceitas são dinheiro (100%) e cartão de débito (43,75%) e crédito (40,63%). Merece destaque a quantidade de

estabelecimentos que aceitam apenas dinheiro como forma de pagamento (43,75%), um número bastante elevado, e que, para o turista pode não ser tão cômodo e seguro andar com dinheiro em espécie.

Apesar de ainda ter um percentual pequeno na região de estudo, apenas 3,13%, o *voucher* vem conquistando cada vez mais adeptos, principalmente nas capitais brasileiras, tendo em vista o aumento do número de promoções em sites de compra coletiva na *internet*. Essa pode ser uma possibilidade interessante para os empreendimentos para divulgação e para conquistar novos clientes.

Com relação aos cursos de capacitação/qualificação, 53% dos empresários disseram possuir algum e 47% não possuem. A área de alimentos e bebidas é uma área que exige conhecimentos não só de gestão empreendedora, mas também de legislação sanitária e de manipulação e armazenamento dos alimentos. Além disso, boa parte dos empresários também pode ser o chef ou cozinheiro, o que exige uma gama de conhecimentos, sendo essencial a realização constante de cursos de capacitação e qualificação.

Dos equipamentos de gastronomia pesquisados, a maioria não possui Plano de Marketing (65,6%), seguido dos que possuem (18,8%) e os que estão em fase de elaboração (15,6%). Percebe-se que alguns dos empresários têm consciência da importância deste tipo de instrumento na gestão dos empreendimentos.

O plano de Marketing em restaurantes é algo essencial para direcionar ações não só de divulgação, mas também de gestão do estabelecimento para o público-alvo que se quer atingir. Da decoração a definição dos preços, tudo em um estabelecimento de alimentação deve ter seu foco no tipo de segmentação de mercado pretendida. Normalmente os estabelecimentos de alimentação utilizam o tipo de cozinha oferecida, o tipo de público que se quer atingir ou uma temática específica para segmentar o mercado, sendo mais comum o primeiro tipo de segmentação.

78,1% não possuem parceria com agência de turismo e 94% não possui nenhuma parceria com o *trade* turístico. Essas parcerias seriam importantes até mesmo para uma maior divulgação dos estabelecimentos junto aos turistas. Apenas um empreendimento citou parceria com o trade turístico, com agências de turismo.

Quanto ao registro do grau de satisfação do cliente, 40,63% não fazem o registro e 59,37% o faz de alguma maneira, sendo a mais comum o formulário no balcão de recepção (37,50%).

O registro do grau de satisfação do cliente na gastronomia é fundamental para identificar possíveis falhas, seja no atendimento, seja na refeição em si. Uma refeição pode ser feita com todo cuidado pelo chef, mas se chegar fria à mesa do cliente irá comprometer o trabalho do chef ou cozinheiro. Assim, é importante cuidar de todos os detalhes para que o cliente saia satisfeito: desde o ambiente (limpeza, decoração, música) até o cuidado com a elaboração do prato e principalmente o serviço e o atendimento.

Se alimentar, ainda mais para o turista, vai muito além de comer uma refeição. O turista, ao conhecer um local procura ter bons momentos e quer conhecer mais a cultura local e a culinária é uma ótima maneira de fazê-lo.

No que diz respeito à divulgação do empreendimento, a maioria utiliza as redes sociais (50%), seguido de anúncios em site na internet (40,63%). Em outros (34,38%) foram citados ainda: carro de som, panfletagem e boca a boca.

Cada vez mais é possível verificar que a divulgação pela internet têm sido um dos principais canais escolhidos pelos diversos tipos de estabelecimentos, por seu custo mais baixo e também por ser bastante acessível a um grande número de usuários. Além disso, este tipo de divulgação permite que os usuários deixem sua opinião sobre os estabelecimentos e o avaliem, o que ajuda na busca e escolha por bons estabelecimentos, principalmente para os turistas.

Com relação a promoções realizadas, os mais citados foram a realização de eventos (40,63%) e outros tipos de promoção (37,5%) e os pacotes especiais (21,9). No que tange a outros tipos de promoção, dos 12 estabelecimentos que citaram no campo “outros”, apenas 8 disseram que não realizavam promoções, os outros citaram cartão fidelidade, descontos para grupos e escolas e descontos nas bebidas. Esta questão permitia mais de uma resposta.

Quanto ao nível de preços praticados a maioria (68,8%) diz ser abaixo de R$20,00, 28,1% entre R$20,00 e R$50,00 e apenas 3,1% entre R$51,00 e R$80,00. A maioria dos empreendimentos pesquisados são de estabelecimentos mais simples. Pode-se verificar que nenhum dos empreendimentos está na faixa de preços mais alta.

Os valores de faturamento médio mensal mais citados foram até R$5.000,00 (37,5%) e entre R$10.001,00 e 20.000,00 (34,4%).

Quando perguntados se possuem orçamento específico para o treinamento dos funcionários, a maioria dos estabelecimentos respondeu que não (90,6%). O planejamento para realização de treinamento e melhoria da qualidade da mão de obra é um fator importante para manter e ganhar competitividade no mercado. Tanto na preparação dos pratos como no atendimento, o treinamento pode ajudar muito a garantir a qualidade do produto e padronizar a entrega do produto e do serviço ao consumidor.

Quanto a gestão dos estabelecimentos de gastronomia, apenas 21,9% possui sistema informatizado e 21,9% faz acompanhamento das despesas por área. Na definição dos preços, considera-se primeiro as despesas (87,5%), seguido da concorrência (37,5%) e do público-alvo (28,13%). Para esta pergunta o estabelecimento podia escolher mais de uma resposta.

Na gastronomia é importante conhecer os custos envolvidos na elaboração de cada prato e a gestão dos insumos deve ser feita de forma rigorosa para que produtos não sejam perdidos e se possa reduzir custos. Assim, o controle dos produtos consumidos na elaboração dos pratos e o seu armazenamento correto são essenciais para a definição do preço.

O público-alvo e a concorrência são fatores determinantes do preço, tendo em vista que o consumidor, ao ir a um restaurante, compra muito mais do que apenas comida. Ele compra o serviço, o ambiente e a apresentação dos pratos e até mesmo *status*. Neste sentido, o público-alvo, é realmente um dos grandes definidores de preço na gastronomia.

A maioria dos estabelecimentos de alimentação pesquisados possui uma média de empregados fixos de até 3 pessoas (68,75%), seguido de 6 a 8 (9,38%) e de 9 a 12 (9,38%).

O tempo médio de permanência dos empregados nos estabelecimentos é de menos de 1 ano (53,13%) em sua maioria, seguido de entre 1 e 3 anos. Este dado é preocupante pois verifica-se que apesar de possuírem um tempo de mercado maior, as empresas têm dificuldade na manutenção dos seus funcionários. Isso pode gerar diversos problemas para empresa, custos com rescisões, mais despesas com treinamento e capacitação, dentre outros.

Quanto ao uso de serviços terceirizados, a maioria não utiliza (62,5%). Dos que utilizam (37,5%) os mais citados foram o serviço de garçons (80%) e outros (26,7%), seguido de commins (6,7%). Os outros citados foram: som, iluminação e músicos. Permitia mais de uma alternativa de resposta.

O número de estabelecimentos pesquisados que proporcionam treinamentos/capacitação foi baixo, 22% disseram fazê-lo e 78% não. No entanto, 91% acha que esse tipo de ação é necessária ao turismo. É antagônico que mesmo percebendo que exista necessidade de capacitação, a maioria ainda não proporcione treinamentos. Isso talvez se dê pela alta rotatividade vista na questão anterior. Neste sentido é preciso se pensar alternativas que reduzam custos neste tipo de investimento como a realização de parcerias, o incentivo a realização de cursos técnicos gratuitos como o PRONATEC, do governo federal, dentre outros.

Dos empreendimentos gastronômicos analisados, a metade possui espaço para eventos (50%). Os 16 estabelecimentos que disseram ter espaço para eventos estão localizados nos seguintes municípios: Monte das Gameleiras (2); Santa Cruz (1); Serra de São Bento (6); Sítio Novo (3); e Passa e Fica (4).

A maioria deles possui uma capacidade de 51 a 100 pessoas (43,8%), seguido de até 50 pessoas (25%) e de 101 a 250 pessoas (25%). A capacidade máxima citada foi de 251 até 500 pessoas (6,3%).

Ainda do universo dos 16 empreendimentos que possuem espaço para eventos, todos responderam quando perguntados sobre a taxa de ocupação média anual dos espaços, a metade deles tem uma média de 26 a 50%, seguido de 31,3% que ficaram com a média de ocupação de 11 a 25%, de 12, 5% que tiveram média de até 10% e um empreendimento (6,3%) citou média de ocupação 51 a 75%.

Quando perguntados se o espaço de eventos possui acessibilidade para pessoas com deficiência, 40% respondeu que sim e 60% disse que não. O índice de espaços adaptados deve ser melhorado. A acessibilidade em estabelecimentos de alimentação, especialmente os que possuem espaço para eventos é bastante importante tendo em vista que além de respeitar a legislação, proporciona a inclusão e atente melhor também outros públicos como melhor idade e famílias com crianças pequenas que precisam utilizar carrinhos de bebê, por exemplo.

Com relação a qualificação dos empreendimentos e serviços turísticos do Polo, procurou-se saber a opinião do respondente sobre os serviços e equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, entretenimento e lazer e transporte rodoviário.

Nota-se que na percepção geral dos pesquisados seria importante a melhoria nos serviços de transporte rodoviário e de entretenimento e lazer do Polo.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE

Segundo site do CADASTUR consultado em fevereiro de 2016, o Rio Grande do Norte possuía 88 empresas transportadoras turísticas e 47 locadoras de veículos, porém a atuação destas empresas se concentra principalmente em Natal e na faixa litorânea do estado. (BRASIL/CADASTUR, fev. 2016).

O Polo Agreste/Trairí possui 5 transportadoras turísticas segundo o site do CADASTUR do Ministério do Turismo, duas no município de Santa Cruz, uma em Monte das Gameleiras, uma em Passa e Fica e outra em Tangará. Em levantamento realizado por meio de dados secundários em pesquisas na internet foi possível identificar 11 empresas transportadoras turísticas no polo, muitas das quais atuam também como agências de turismo. No quadro abaixo são apresentadas as empresas transportadoras turísticas.

QUADRO 10: TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS POR MUNICÍPIO – POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO	LINHAS DE TRANSPORTE
Jaçanã	• Denitur; • Limatur.
Monte das Gameleiras	• Novo Tempo Turismo.
Nova Cruz	• Transcardoso; • Viação Rio Grandense.
Passa e Fica	• Regina Tur.
São José do Campestre	• Iron Tur; • Rio Grandense; • Otacilio Viagens; • Braz Viagens.
Santa Cruz	• Auto Viação Jardinense; • Bom Sucesso Tur; • Bonitur; • Evanuel Tur.
Tangará	• Neto Turismo.

Fonte: SETUR/RN e ITEC, 2015.

Quanto às locadoras de carros, segundo a Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis - ABLA em seu anuário estatístico de 2014, havia no Rio Grande do Norte uma frota de 6.041 veículos em 93 pontos de locação e com 81 empresas de locação. Não

existem empresas de locação de automóveis cadastradas no polo Agreste/Trairí (ABLA, 2014).

Não existem linhas turísticas com foco na visitação de atrativos na região.

O município de Jacanã possui duas empresas de moto táxi, ambas têm abrangência municipal. Uma delas conta com 6 veículos e 6 funcionários e a outra conta com 8 veículos e 8 funcionários, ambas aceitam apenas pagamento em dinheiro, segundo dados do Inventário Turístico de Jaçanã realizado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte em parceria com a Prefeitura Municipal de Jaçanã em 2015.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA ENTRETENIMENTO E LAZER

Segundo o site do CADASTUR em fevereiro de 2016 não existem no Rio Grande do Norte e na região de estudo parques temáticos e empreendimentos de entretenimento e lazer & parque aquático cadastrados(BRASIL/CADASTUR, fev. 2016). Dados fornecidos pelo Governo Estadual do Rio Grande do Norte por meio da SETUR/RN (2015) e pesquisas *in loco* mostram os seguintes empreendimentos de entretenimento e lazer no polo Agreste/Trairí.

QUADRO 11: EMPREENDIMENTOS DE ENTRETENIMENTO E LAZER- POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO	EMPREENDIMENTOS DE ENTRETENIMENTO E LAZER
Coronel Ezequiel	• Açude do Governo
Jaçanã	• Memorial da Família Fortunato • Chácara Aconchego
Nova Cruz	• Casada Cultura
Monte das Gameleiras	• Clube dos Idosos • Ginásio Poliesportivo Ibere Ferreira de Souza • Pousada Pedra Grande
Passa e Fica	• Balé Popular Terras Potiguares • Instituto Cultural Macambirais • Mirante Alto da Timbaúba
Santa Cruz	• Parque da Borborema • Vila de Todos • Museu Rural Auta Pinheiro Bezerra • Casarão Edivaldo de Lima de Souza • Teatro Candinha Bezerra • Casa de Cultura Popular Palácio Inharé

MUNICÍPIO	EMPREENDIMENTOS DE ENTRETENIMENTO E LAZER
	• Feira Tradicional • Centro de Cultura Mestre Antônio da Ladeira • BNB Clube • Aqua Parque Santa Cruz • Teatro Municipal de Santa Cruz • Trairi Clube de Santa Cruz
São José do Campestre	• Esporte Clube Bahia • Casa de Cultura • Ginásio de Esportes • Feira tradicional • Praça São José • Praça da Bíblia
Serra de São Bento	• Mirante da Serra • Ginásio Poliesportivo Geraldão • Praça da Criança • Pousada Vilas da Serra
Sítio Novo	• Balneário na Serra da Tapuia (Aqua Serra - duas piscinas, um palco e um bar) - Propriedade privada disponível para Aluguel); • Oasis Casa de Evento (Lanchonete/Bar e palco) - Propriedade privada disponível para Aluguel); • Casa show H do Zé (espaço para show, possui bar, camarim, camarote e palco) - Propriedade privada disponível para Aluguel; • Quadra Coberta Joaquim Batista Mafra também utilizada para realização de eventos.
Tangará	• Açude da Guarita • Açude Trairí

Fonte: Informações disponibilizadas pelos municípios (2015). Organizado por ITEC, 2015.

Muitos dos açudes dos municípios são espaços públicos, mas que não ofertam uma estrutura. Os açudes não são perenes e com isso não funcionam na época de seca. Neste caso, seria interessante criar estruturas de lazer para a população nestes locais para que, mesmo em épocas de seca, a estrutura de lazer seja atrativa e os espaços possam continuar funcionando como uma alternativa de lazer.

O Parque da Borborema, em Santa Cruz, é sem dúvida um destaque ligado ao segmento do ecoturismo e turismo de aventura. Nele são ofertados serviços de arvorismo, tirolesa, pista de obstáculo, trilhas ecológicas, passeios de charrete e a cavalo e conta com camping. O Parque fica próximo ao Museu Rural Auta Pinheiro Bezerra, que está localizado na fazenda Bora Bora e que conta um pouco sobre a história local e sobre a vida no meio rural.

FOTO 18: PARQUE DA BORBOREMA EM SANTA CRUZ
Fonte: ITEC, 2015.

Outro destaque é a Vila de Todos, também em Santa Cruz. É uma área de lazer com praça de alimentação, lojas de artesanato e onde funciona uma central do cidadão. O local possui um projeto para sua revitalização que é necessária. Este é um espaço que poderia ser melhor utilizado e explorado para fomentar pequenas apresentações de cunho cultural e artístico, divulgação dos atrativos da cidade e fomento e valorização do artesanato local, já que já é um local de venda. Durante a visita in loco algumas lojas estavam fechadas.

Ainda em Santa Cruz, há o Aqua Parque Santa Cruz que possui 2 piscinas com toboágua, não pode ser considerado um Parque Aquático, mas proporciona aos visitantes momentos de lazer e é indicado principalmente para as famílias.

Em Monte das Gameleiras o destaque fica para a Pousada Pedra Grande que como já exposto na parte de meios de hospedagem possui uma série de atividades de lazer ligadas a jogos, passeios a cavalo, bicicleta, tricíclo e quadricíclo, piscina. Na pousada há ainda um ótimo restaurante chamado O Moinho.

OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

O Estado do Rio Grande do Norte possui 642 Guias de Turismo cadastrados no CADASTUR do Ministério do Turismo, dado consultado no site do CADASTUR em fevereiro de 2016. Dos municípios estudados no Polo Agreste/Trairíapenas Santa Cruz, com o guia

Carlos MagnoGomes da Silva e Tangará, com o guia Roberto César Paiva França, possuem Guias de Turismo cadastrados. Em visita *in loco* e pesquisas na internet foi possível verificar que há condutores que muitas vezes são os responsáveis pelo receptivo local, principalmente com foco no turismo de aventura e ecoturismo.

Em Monte das Gameleiras a capacitação desses condutores está sendo feita por meio da secretaria de Turismo com parceria do SEBRAE/RN e o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego- PRONATEC. A secretaria iniciou o processo de cadastramento dos condutores e segundo informações do Inventário da Oferta Turística de Monte das Gameleiras, realizado em 2013 pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN em parceria com o SEBRAE e com a Prefeitura Municipal de Monte das Gameleiras, existem 4 condutores no município: Geraldo Soares, Kátia Kelly Gomes da Silva, Rhallen Carlos Rodrigues e Geane Bernardo.

Segundo o Inventário da Oferta Turística de Jaçanã 2015, o município possui apenas um condutor: Geraldo Barbosa da Penha que realizada atividades de interpretação ambiental. O mesmo acontece em Passa e Fica, em que o coordenador de turismo é também condutor local, o Sr. Humberto. (PREFEITURA MUNICIPAL DE JAÇANÃ/UFRN, 2015).

Em Sítio Novo, de acordo com o Inventário da Oferta Turística2014 são 4 condutores locais: Rafael, Márcia, Teodósio e Wallasse (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÍTIO NOVO/UFRN, 2014).

No que diz respeito aos Centros de Atenção ao Turista – CATs, existem 2 estaduais no município de Natal, um na Rodoviária e outro no Terminal de Passageiros do Porto, segundo a SETUR/RN. No Polo pode-se perceber em visita *in loco* que não existe o equipamento em funcionamento, mas em Coronel Ezequiel há um Centro de Informações Turísticas em construção, e em Santa Cruz há um projeto de se implantar um na Vila de Todos.

Com relação as informações turísticas, de modo geral os sites das prefeituras municipais possuem pouca ou nenhuma informação sobre os principais serviços turísticos do município. A maioria dos sites possui apenas informações sobre a história e geografia do município, os que possuem informações ligadas ao turismo, em geral, citam apenas os principais atrativos, mas são minoria dentre os quais destaca-se o da prefeitura de Serra de São Bento.

O site da prefeitura de Montanhas, por exemplo, está em construção. Não foi identificado um site da prefeitura de Sítio Novo, mas eles possuem um *blog* e uma *fanpage* no Facebook.

No site da prefeitura de Coronel Ezequiel existem os *links* para informações turísticas, mas ao abrir o *link* não há nenhum texto.

De forma geral, os sites institucionais das Prefeituras precisam melhorar as informações turísticas das cidades e disponibilizar informações importantes para o turista como linhas de turismo para acesso a cidade, locais de hospedagem, alimentação, centros de informação ao turista, guias de turismo locais, agências de turismo, etc.

3 INFRAESTRUTURA BÁSICA E SERVIÇOS GERAIS

O presente capítulo tem como objetivo a análise da infraestrutura e dos serviços básicos ofertados nos municípios do Polo Serrano, buscando comparar a capacidade atual com as necessidades futuras, face ao incremento da visitação turística. São abordados a rede viária de acesso, os sistemas de abastecimento de água e de esgotamento sanitário, os serviços de limpeza urbana, a rede de drenagem pluvial, o transporte público de passageiros, a iluminação pública e os serviços de saúde e segurança

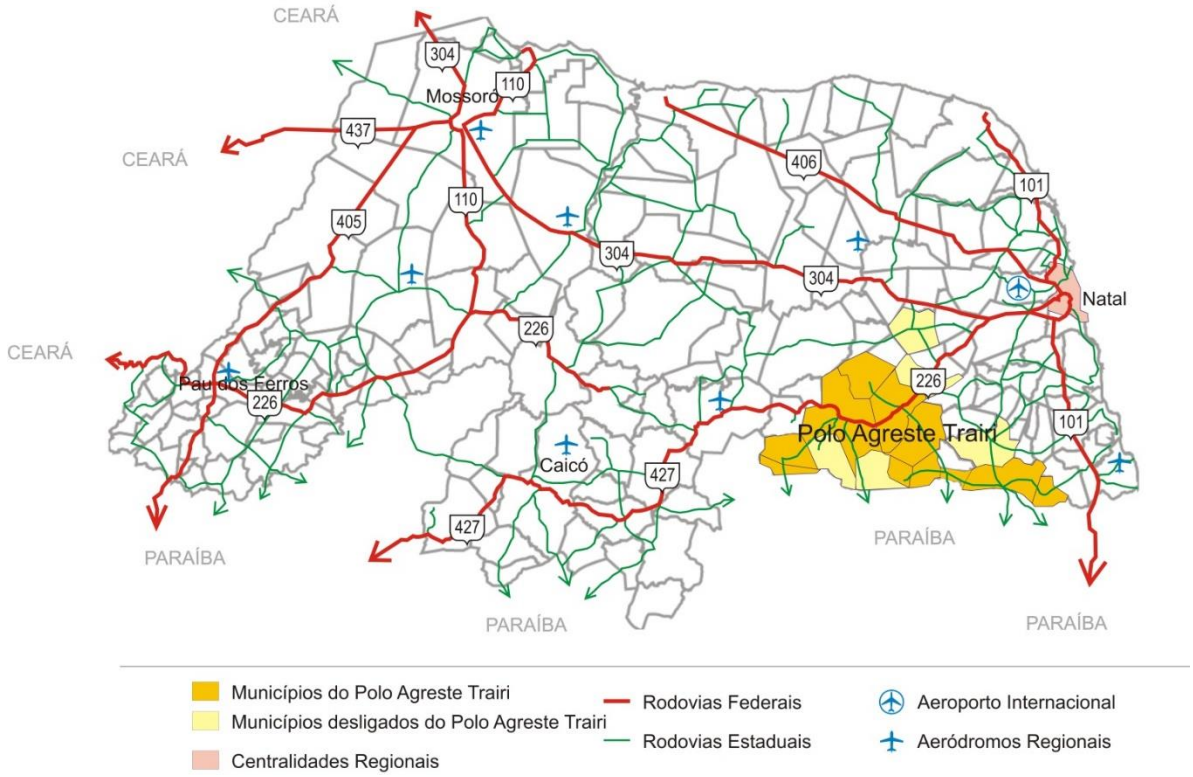
A análise procedida baseia-se na coleta de dados de fontes secundárias acessadas por intermédio das Administrações Municipais e das empresas reguladoras dos serviços públicos, e em visita técnica à área de estudo para observações *in loco*

3.1 REDE VIÁRIA DE ACESSO À ÁREA, PRINCIPAIS ATRATIVOS E SISTEMA DE TRANSPORTE URBANO

3.1.1 Rodoviário

Os municípios do Polo Agreste Trairi são servidos, atualmente, por uma rede rodoviária constituída por rodovias federais e estaduais, conforme figura a seguir::

FIGURA 11: MALHA RODOVIÁRIA NO RIO GRANDE DO NORTE.



Fonte: ITEC, 2015

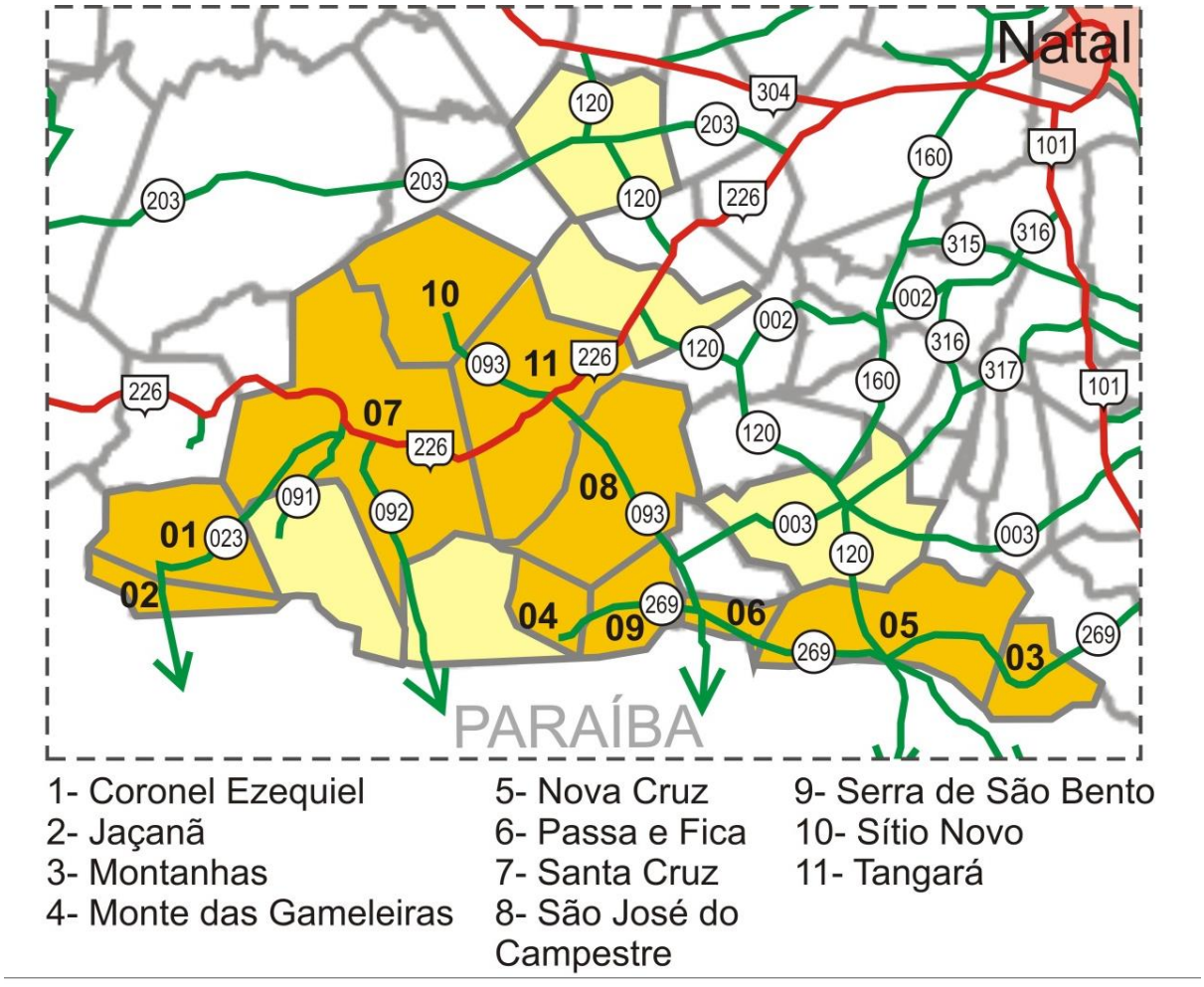
O Polo Agreste Trairi é atendido pelas rodovias federais BR 226, que liga Natal ao oeste do estado e pela BR 101, que liga Natal ao estado da Paraíba. Estas rodovias têm caráter troncal, partindo delas algumas importantes rodovias estaduais que atendem às cidades do Polo.

A BR-226 apresenta bom estado de conservação do pavimento; recentemente alguns trechos foram recapeados. Porém existem alguns trechos mal sinalizados, exigindo a restauração da sinalização horizontal e vertical. A figura a seguir ilustra um trecho da rodovia BR-226, entre Santa Cruz e Tangará. Neste trecho é possível observar o bom estado do pavimento, da sinalização horizontal e vertical, além do acostamento na margem da rodovia, possibilitando segurança aos condutores. As cidades cortadas pela rodovia BR-226 são: Serra Caiada, Tangará e Santa Cruz, seguindo para a região do Seridó e para o oeste do estado.

A BR 101 é uma via longitudinal que percorre o litoral de doze estados brasileiros no sentido norte-sul e tem papel importante no atendimento aos municípios do Polo Agreste Trairi. O trecho entre Natal e a divisa com a Paraíba encontra-se totalmente duplicado. O pavimento e a sinalização horizontal e vertical apresentam bom estado de conservação. As principais rodovias estaduais que partem da BR 101 e atendem ao Polo são a RN-317, a RN-003 e a RN-269. Todas as rodovias estaduais se encontram em mau estado de conservação e não

possuem sinalização; além disso, necessitam de manutenção, como poda da vegetação lindeira, por exemplo. A composição da BR-101 com a RN-269 consiste no trajeto mais curto de Natal até os municípios de Montanhas, Nova Cruz e Passa e Fica.

FIGURA 12: MALHA RODOVIÁRIA – POLO AGRESTE/TRAIRÍ.



Fonte: ITEC, 2015

FOTO 19: RODOVIA FEDERAL BR- 226. ENTRE SANTA CRUZ E TANGARÁ.
Fonte: ITEC, 2015

As principais rodovias estaduais que atendem as cidades do Polo Agreste Trairi são a RN-120, que liga a BR-226 por Serra Caiada a Santo Antônio e Nova Cruz; a RN-093, que cruza a BR-226 em Tangará, ligando Sitio Novo e seguindo até Passa e Fica, na divisa do estado; a RN-269 que atende Montanhas, Nova Cruz, Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras; e a RN-023, que liga Santa Cruz a Coronel Ezequiel e a Jaçanã.

As rodovias estaduais em geral apresentam estado inferior de conservação, com trechos esburacados e ausência de acostamento. Além da qualidade do pavimento, a sinalização é um fator crítico, com trechos com sinalização horizontal apagada e sinalização vertical danificada. Apesar de alguns trechos das rodovias estaduais apresentarem melhor aspecto, é possível observar a presença de buracos no pavimento, falta de sinalização vertical e horizontal e ausência de acostamentos laterais, pondo em risco a segurança.

FOTO 20: RODOVIA ESTADUAL RN - 093.
Fonte: ITEC, 2015

FOTO 21: RODOVIA ESTADUAL RN-269.
Fonte: ITEC, 2015

O trafego nas rodovias estaduais da região é de baixa intensidade. A rodovia federal BR-226 possui maior intensidade de tráfego, pelo seu caráter troncal e por conectar a capital à região oeste do estado. Os principais fluxos são de motos (mais intenso), veículos de passeio e vans que fazem linhas intermunicipais. Com menor intensidade aparecem caminhões de distribuição, ônibus de passageiros e escolares.

Quanto ao acesso aos atrativos turísticos observa-se que os atrativos urbanos - igrejas, feiras, edifícios das zonas centrais – contam com acessos, em geral, de qualidade, tanto das vias quanto das calçadas e passeios. Já os atrativos localizados na zona rural possuem acessos precários, muitas curvas, aclives e declives acentuados, não têm acostamento. Sua sinalização é deficiente; são pavimentados apenas em pontos mais críticos, buscando evitar o assoreamento das estradas, que se tornam intransitáveis em alguns trechos no período de chuva. A figura 5 apresenta o acesso ao Museu Rural Auta Pinheiro Bezerra, que fica a 11 km do centro de Santa Cruz.

FOTO 22: ACESSO AO MUSEU RURAL AUTA PINHEIRO BEZERRA, SANTA CRUZ, RN.
Fonte: ITEC, 2015

Vários são os municípios que não contam com terminal rodoviário; existem apenas pontos de parada próximos à rodovia. Os poucos terminais rodoviários existentes são inadequados e mal conservados, assim como os locais de parada de vans, táxis e moto táxis. É importante considerar essas paradas devido ao grande número de vans e veículos particulares realizando transporte irregular de passageiros. Dentre os terminais inadequados e mal conservados inclui o de Tangará. Uma exceção é o Terminal Rodoviário de Santa Cruz, que se encontra em reforma para adequação e ampliação.

FOTO 23: TERMINAL RODOVIÁRIO DE TANGARÁ, RN.
Fonte: ITEC, 2015

O site do CADASTUR, consultado em janeiro de 2016, registra 88 empresas transportadoras turísticas e 47 locadoras de veículos no ano de 2015 no Rio Grande do Norte, porém a atuação destas empresas está concentrada principalmente em Natal e nas cidades turísticas litorâneas do estado.

Todos os municípios apresentam a maior parte das vias da área urbana pavimentadas, em geral na área central. O recobrimento é feito via de regra com paralelepípedos

3.1.2 Aeroviário

O Aeroporto Internacional Governador Aluízio Alves, em São Gonçalo do Amarante, é a principal porta de entrada de turistas no Rio Grande do Norte. Em operação desde maio de 2014, o novo aeroporto possui 42 mil m² e capacidade para 6 milhões de passageiros/ano. Sua distância de Santa Cruz, cidade central do Polo, é 111 km, transitando pela BR-226.

Além disso, a cidade de Santa Cruz está a 148 km do Aeroporto de Campina Grande (PB), a 195 km do Aeroporto de João Pessoa (PB) e a 319 km do Aeroporto de Recife (PE), todos com voos comerciais regulares. É importante destacar também a distância de Santa Cruz a Mossoró, 240 km, cidade essa que possui aeroporto, mas que se encontra desativado. Ressalta-se a importância desse aeroporto para o estado pela operação de voos regionais.

3.1.3 Cicloviário

Em municípios de pequeno porte, até 100 mil habitantes, como os que compõem o Polo Agreste/Trairí, o uso da bicicleta como meio de transporte cotidiano nas cidades é consolidado, principalmente entre os jovens e estudantes.

O estímulo ao uso da bicicleta para o turismo e lazer é crescente em todo o mundo e com poucas, mas promissoras iniciativas no Brasil.

A relação entre o ciclismo e o turismo e lazer, está nas inúmeras possibilidades de interação com as paisagens, centros urbanos, áreas rurais etc., propiciando a revitalização de áreas e até mesmo a criação de roteiros com potencial turístico.

O sistema cicloviário é composto por diferentes tipologias, como especificado a seguir:

a) Ciclo faixa: faixa exclusiva para ciclistas localizada em vias de veículos motorizados.

b) Ciclovia: via segregada e exclusiva para ciclistas.

c) Tráfego compartilhado: vias onde o uso pode ser compartilhado com pedestres e outros veículos. Nesse caso, o ciclista não possui necessariamente a prioridade na via.

Nas cidades de pequeno porte predominam o tráfego compartilhado, onde as bicicletas competem espaço com automóveis e outros veículos pesados. Geralmente os locais inseguros para o ciclista são próximos a trechos rodoviários, onde a velocidade permitida é maior.

As cidades que compõem o Polo Agreste/Trairí possuem grande potencial para o uso turístico da bicicleta. A promoção de passeios ciclísticos e a implantação de ciclovias e ciclo faixas no trecho urbano, conectando as áreas centrais aos atrativos turísticos, seriam um estimulo á pratica do ciclismo. Atualmente estas cidades não possuem infraestrutura exclusiva e adequada para esta prática.

São Paulo e Rio de Janeiro são exemplos nacionais onde o uso da bicicleta está em consolidação por moradores e turistas. A cidade de Natal também possui uma ciclovia na orla marítima, tida como excelente opção de lazer e contemplação.

O serviço de aluguel de bicicletas no Brasil ainda é recente nas cidades de maior porte, mas podem servir de inspiração para municípios menores. Este serviço está em crescente utilização nas grandes cidades brasileiras e relacionam-se com a mobilidade e a acessibilidade a atrativos turísticos.

Além dos passeios ciclísticos e do serviço de aluguel de bicicletas, é necessária a oferta de equipamentos de atendimento ao ciclista, como locais de estacionamento seguro, manutenção das bicicletas e higiene pessoal.

3.1.4 Calçadas e passeios

As calçadas e passeios públicos devem ser acessíveis e estar em acordo com a norma brasileira de acessibilidade, NBR 9050.

As principais praças e calçadas das áreas centrais dos municípios que compõem o Polo Agreste/Trairí geralmente estão equipadas com rampas de acesso e faixas de piso táctil. Apesar de algumas inadequações, estas instalações indicam preocupação por parte do poder público em atender a acessibilidade universal. A imagem a seguir retrata uma praça de Santa Cruz adaptada às normas de acessibilidade universal.

FOTO 24: PRAÇA DA BÍBLIA, SANTA CRUZ, RN.
Fonte: ITEC, 2015

Porém, é importante um trabalho de conscientização por parte dos comerciantes e moradores para adequar suas calçadas atendendo não apenas turistas como portadores de necessidades especiais da própria comunidade.

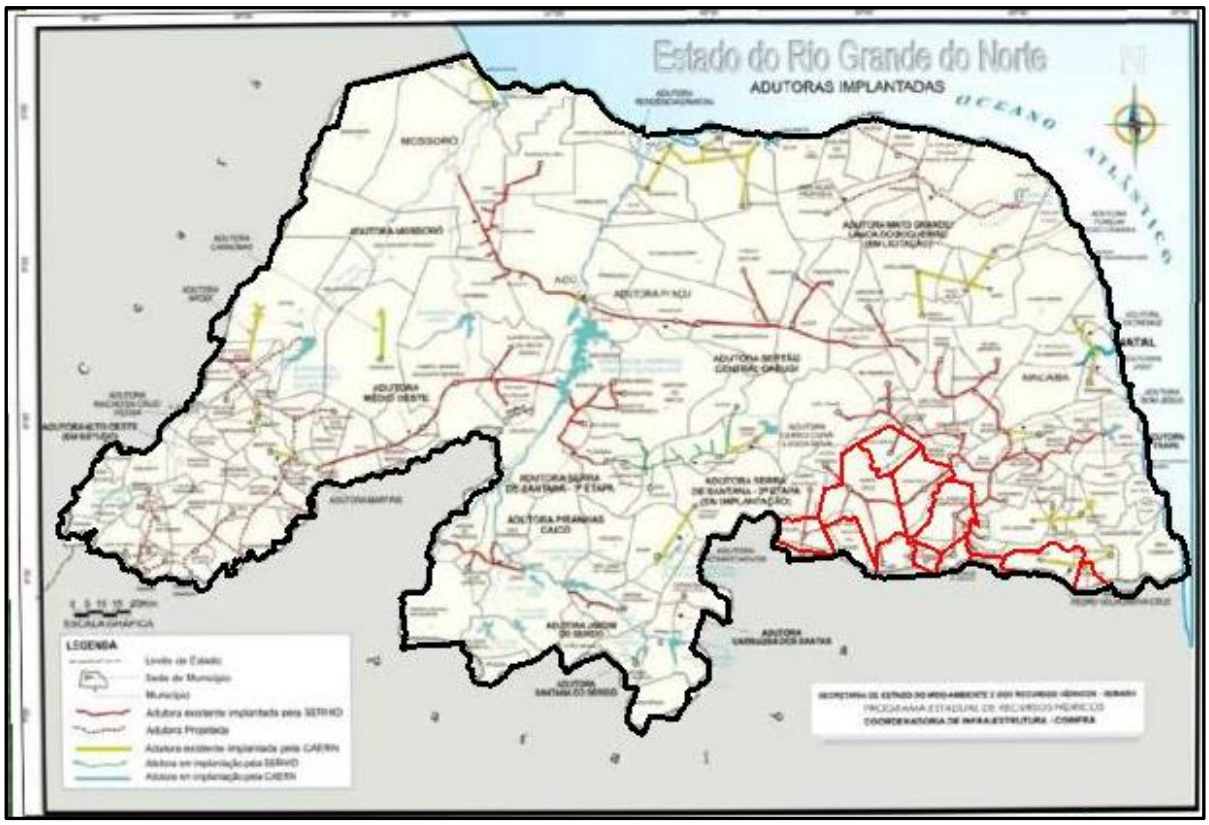
Alguns atrativos importantes precisam adequar os acessos; um exemplo são as calçadas do Largo da Igreja de Santa Rita, na área central de Santa Cruz. Esta é área de intensa circulação de pedestres, usada para a feira nos fins de semana, como mostra a figura a seguir.

FOTO 25: LARGO DA IGREJA DE SANTA RITA, SANTA CRUZ, RN.
Fonte: ITEC, 2015

3.2 SISTEMA DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA

Conforme dados da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte - CAERN e confirmado na visita de campo todas sedes dos municípios que compõe o Polo Agreste/Trairi possuem sistema de abastecimento de água, apresentando também na sua maioria deficiências no sistema de distribuição. Os municípios não atendidos pela CAERN são atendidos pelo Serviço Autônomo de Água e Esgoto - SAAE, como no caso de Santa Cruz (Rio Grande do Norte, 2008). A figura e na tabela a seguir registram os dados relativos ao abastecimento dos municípios do Polo. A tabela especifica adutora, o manancial e a bacia hidrográfica relativos a cada município.

FIGURA 13: ADUTORAS IMPLANTADAS E EM IMPLANTAÇÃO NO RIO GRANDE DO NORTE – (EM VERMELHO) OS MUNICÍPIOS QUE COMPÕEM O POLO AGRESTE/TRAIRI.



Fonte: RIO GRANDE DO NORTE, 2008.

QUADRO 12: RELAÇÃO DAS CONCESSIONÁRIAS, MANANCIAIS, ADUTORAS E BACIAS - ABASTECIMENTO DAS SEDES DOS MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI.

CIDADE	CONCESSIONÁRIA	MANANCIAL	ADUTORA	BACIA
CORONEL EZEQUIEL	CAERN	Lagoa do Bonfim	Adutora Monsenhor Expedito	Bacia Hidrográfica Faixa Litorânea Leste de Escoamento Difuso
JAÇANÃ				Bacia Hidrográfica Curimataú
MONTANHAS		Rio Piquiri		
MONTE DAS GAMELEIRAS		Lagoa do Bonfim	Adutora Monsenhor Expedito	Bacia Hidrográfica Faixa Litorânea Leste de Escoamento Difuso
NOVA CRUZ		Rio Piquiri		Bacia Hidrográfica Curimataú
PASSA E FICA		Lagoa do Bonfim	Adutora Monsenhor Expedito	Bacia Hidrográfica Faixa Litorânea Leste de Escoamento Difuso
SANTA CRUZ	SAAE	Açude Santa Cruz		Bacia do rio Trairi
SÃO JOSÉ DO CAMPESTRE	CAERN	Lagoa do Bonfim	Adutora Monsenhor Expedito	Bacia Hidrográfica Faixa Litorânea Leste de Escoamento Difuso
SERRA DE SÃO BENTO				
SÍTIO NOVO				
TANGARÁ				

Fonte: CAERN Relatório 2015 – Qualidade da Água.RIO GRANDE DO NORTE, 2015c.

A água captada nos mananciais normalmente é aduzida para um reservatório, como o da CAERN, ou outros dispositivos de armazenamento, sendo depois distribuída para as residências e estabelecimentos.

FOTO 26: RESERVATÓRIO DA CAERN EM MONTANHAS
Fonte: ITEC, 2015.

Conforme constatado na visita de campo relativa a este Diagnóstico, o açude Trairi apresentava o nível bem inferior ao máximo, assim como outros açudes utilizados como manancial no Polo Agreste/Trairi, prejudicando o abastecimento das cidades.

FOTO 27: AÇUDE TRAIRI COM NÍVEL MUITO ABAIXO DO NORMAL – JAN/2015 ITEC.
Fonte: ITEC, 2015.

Para contornar o baixo nível de água nos açudes e problemas com o abastecimento e distribuição, além da utilização dos carros pipa, vários municípios adotam medidas tais como a colocação de reservatórios em pontos estratégicos da cidade que, abastecidos, permitem que a população tenha acesso à água mais frequentemente.

O baixo nível dos açudes e reservatórios que abastecem os municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi, pode representar uma barreira para o aumento do fluxo turístico na região, desestimulando os investimentos que levariam ao desenvolvimento do turismo na área.

A tabela a seguir registra dados relativos a indicadores operacionais da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte – CAERN quanto ao abastecimento de água nos municípios do Polo Agreste/Trairi, indicando o percentual de atendimento em situação de normalidade dos mananciais.

TABELA 23: INDICADORES OPERACIONAIS PARA O ABASTECIMENTO DE ÁGUA NO POLO AGRESTE/TRAIRI PELA CAERN.

INDICADORES OPERACIONAIS- ÁGUA											
Município	Índice de atendimento total de água	Índice de atendimento urbano de água	Densidade de economias de água por ligação	Participação das economias residenciais de água no total das economias de água	Índice de macromedição	Índice de hidrometração	Índice de micromedição relativo ao volume disponibilizado	Índice de micromedição relativo ao consumo	Índice de fluoretação de água	Índice de consumo de água	Volume de água disponibilizado por economia
-	percentual	percentual	econ./lig.	percentual	percentual	percentual	percentual	percentual	percentual	percentual	m³/mês/econ
-	IN055	IN023	IN001	IN043	IN011	IN009	IN010	IN044	IN057	IN052	IN025
Coronel Ezequiel	46,85	100,00	1,00	96,05	0,00	51,90	56,84	71,45	0,00	79,56	9,73
Jaçanã	40,53	60,20	1,01	97,75	0,00	43,32	24,78	38,36	0,00	64,59	13,95
Montanhas	89,03	100,00	1,01	98,32	100,00	60,67	24,73	59,37	0,00	41,65	22,89
Monte das Gameleiras	79,12	100,00	1,01	95,48	0,00	97,86	42,11	96,61	0,00	43,58	18,19
Nova Cruz	84,40	100,00	1,03	96,28	100,00	65,81	40,48	60,34	0,00	67,08	13,66
Passa e Fica	73,87	100,00	1,04	93,79	0,00	91,93	46,41	89,30	0,00	51,96	14,24
São José do Campestre	84,73	100,00	1,01	97,16	0,00	91,30	37,76	89,16	0,00	42,36	20,40
Serra de São Bento	66,06	100,00	1,02	96,53	0,00	87,18	24,52	83,55	0,00	29,35	25,75
Sítio Novo	62,24	100,00	1,54	97,63	0,00	57,37	46,60	67,27	0,00	69,27	12,12
Tangará	97,92	100,00	1,07	96,37	0,00	78,31	46,12	88,98	0,00	51,84	18,14
	80,85	94,76	1,17	93,84	52,97	74,02	33,26	78,88	0,00	42,63	25,90
	81,32	95,10	1,17	93,70	56,61	69,55	30,34	74,21	0,00	41,40	26,80

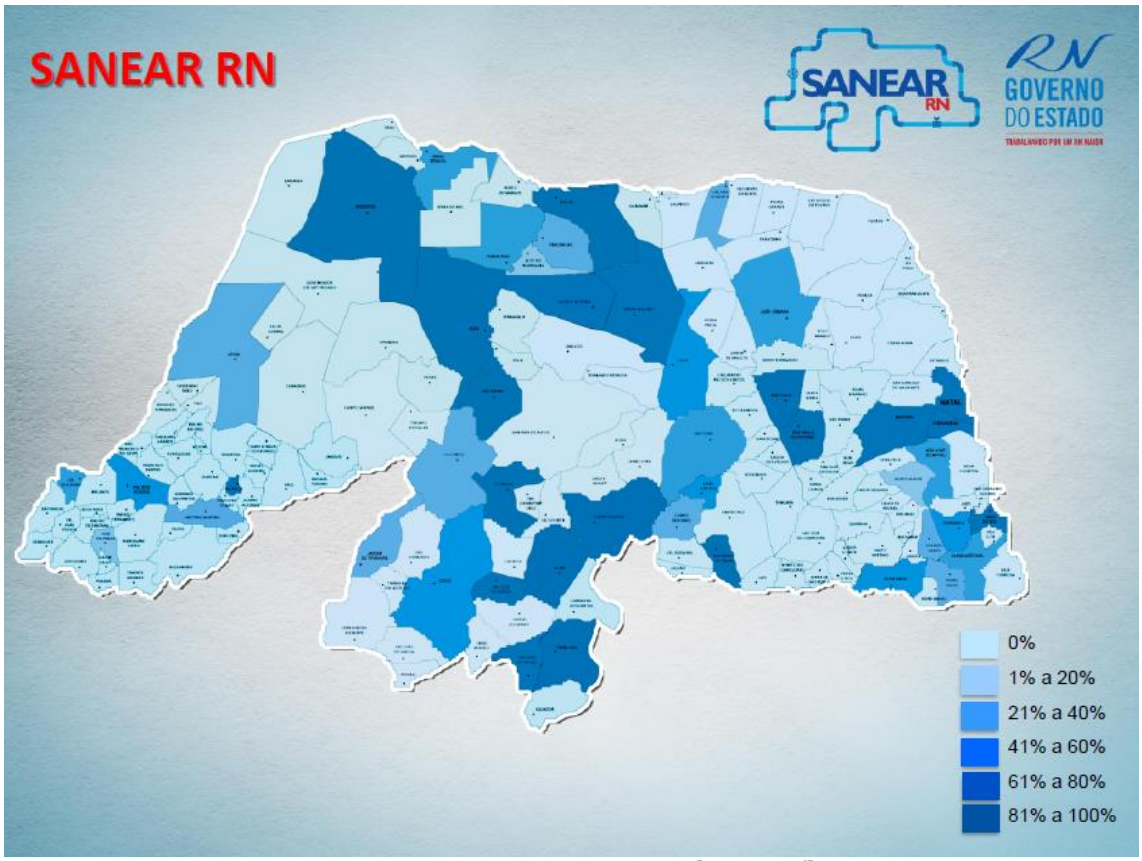
Cont. INDICADORES OPERACIONAIS- ÁGUA											
Município	Consumo médio de água por economia	Consumo micromedido por economia	Consumo de água faturado por economia	Consumo médio per Capita de água	Índice de consumo de energia elétrica em sistemas de abastecimento de água	Extensão da rede de água por ligação	Índice de faturamento de água	Índice de perdas faturamento	Índice de perdas na distribuição	Índice bruto de perdas lineares	Índice de perdas por ligação
-	m³/mês/econ	m³/mês/econ	m³/mês/econ	l/hab.dia	kWh/m3	m/lig.	percentual	percentual	percentual	m³/dia/km	l/dia/lig.
-	IN053	IN014	IN017	IN022	IN058	IN020	IN028	IN013	IN049	IN050	IN051
Coronel Ezequiel	7,74	10,68	12,45	83,27	13,78	5,41	127,88	-27,88	20,44	9,57	65,73
Jaçanã	9,01	7,96	11,33	91,46	15,85	4,11	81,26	18,74	35,41	31,29	163,17
Montanhas	9,06	8,84	11,62	84,54	4,73	7,83	53,43	46,57	58,35	40,51	421,25
Monte das Gameleiras	7,93	7,83	11,95	83,62	6,48	6,22	65,68	34,32	56,42	45,13	339,16
Nova Cruz	8,71	7,95	11,41	84,63	1,33	8,07	87,90	12,10	32,92	14,33	144,43
Passa e Fica	7,40	7,17	10,73	73,98	2,97	8,95	75,35	24,65	48,04	20,42	234,11
São José do Campestre	8,64	8,43	12,15	83,32	1,96	13,81	59,54	40,46	57,64	23,08	389,98
Serra de São Bento	7,56	7,22	11,58	75,27	3,51	4,53	44,97	55,03	70,65	112,74	610,07
Sítio Novo	8,40	7,83	11,09	85,18	4,72	12,04	91,51	8,49	30,73	12,35	188,90
Tangará	9,40	10,53	12,73	91,95	1,63	9,66	70,18	29,82	48,16	27,75	307,68
	10,71	10,99	13,28	109,85	0,93	7,48	52,66	47,34	57,37	61,85	566,74
	10,70	10,90	13,20	113,00	0,93	7,70	50,74	49,26	58,60	62,87	595,04

OBSERVAÇÕES DO SNIS:
a) O cálculo dos indicadores é feito pelo SNIS.
b) Indicadores da base desagregada são calculados a partir das informações fornecidas pelo prestador de serviços para cada um dos municípios em que ele atende.
c) Indicadores da base agregada são calculados a partir das informações fornecidas pelo prestador de serviços para a totalização de cada campo, em formulários distintos daqueles das informações desagregadas.
d) Campos em branco correspondem a indicadores para os quais uma ou mais informações necessárias ao cálculo não foram fornecidas ou a indicadores cujos cálculos resultaram em divisão por zero.
e) No grupo de informações sobre qualidade não são solicitados os valores da base agregada, motivo pelo qual os indicadores nesta base estão em branco.
f) No grupo de informações de balanço os dados somente existem no nível agregado, motivo pelo qual os indicadores estão em branco em todos os municípios da base desagregada;
Fonte:BRASIL, 2014a.

3.3 SISTEMA DE ESGOTAMENTO SANITÁRIO

Ao contrário do abastecimento de água, as sedes de município do Polo Agreste/Trairi apresentam grande deficiência quanto à coleta e tratamento dos esgotos domésticos, constatando-se a adoção de soluções individuais, como a utilização de fossas sépticas e sumidouros. A figura do programa SANEAR a seguir confirma os baixos percentuais de coleta e tratamento de esgotos na região do Polo. Ressalta-se que a CAERN não disponibilizou dados operacionais anteriores a 2013 sobre a coleta e tratamento de esgotos domésticos nos municípios do Polo Agreste/Trairí.

FIGURA 14: PERCENTUAIS DE TRATAMENTO DE ESGOTOS SEGUNDO PROGRAMA SANEAR.



Fonte: RIO GRANDE DO NORTE [sa. 2015d]

FOTO 28: AO FUNDO ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTOS DOMÉSTICOS DE SANTA CRUZ.
Fonte: ITEC, 2015.

A deficiência, ou mesmo total inexistência, de coleta e tratamento dos esgotos domésticos pode ser fator prejudicial ao incremento do turismo, na região, pois além das questões ambientais, pode se tornar um problema de saúde pública, representando risco aos turistas e aos moradores locais.

3.4 SISTEMA DE LIMPEZA URBANA

Conforme informações apresentadas nas Tabelas a seguir, que têm como fonte o Sistema Nacional de Informações de Saneamento - SNIS, as sedes dos municípios que compõem o Polo Agreste/Trairí possuem sistema de limpeza urbana, em sua maioria gerenciada pelas respectivas Administrações Municipais, compondo-se da coleta dos resíduos sólidos domésticos, da varrição e limpeza das vias e da disposição, em quase sua totalidade

FOTO 29: DISPOSIÇÃO INADEQUADA DE ENTULHO AS MARGENS DE AÇUDE EM MONTANHAS.
Fonte: ITEC, 2015.

Os municípios do Polo não citados nas tabelas a seguir também contam com serviços de limpeza urbana, com características semelhantes àqueles ali citados. .

TABELA 24: INFORMAÇÕES GERAIS DOS SERVIÇOS DE LIMPEZA URBANA EM SEDES DE MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI.

MINISTÉRIO DAS CIDADES/ SECRETARIA NACIONAL DE SANEAMENTO AMBIENTAL / SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÕES SOBRE SANEAMENTO - SNIS
DIAGNÓSTICO DO MANEJO DE RESÍDUOS SÓLIDOS URBANOS

	Ano de referência	População total (IBGE)	População urbana (SNIS)	Natureza jurídica do órgão municipal responsável	Existência de algum serviço concedido	Órgão também presta serviço de água/esgoto?	Cobrança dos serviços			Receitas e despesas com serviços de limpeza urbana					Despesa corrente da prefeitura
							Regulares		Especiais	Receitas		Despesas, segundo o agente executor			
							Existência	Forma	Existência	Orçada	Arrecadada	Total	Público	Privado	
		habitante	habitante							R$/ano	R$/ano	R$/ano	R$/ano	R$/ano	R$/ano
Nome/UF	Ano	POP_TOT	POP_URB	COD_NAT	GE202	GE201	FN201	FN202	FN205	FN221	FN222	FN220	FN218	FN219	FN223
Coronel Ezequiel	2013	5.580	2.347	Administração pública direta	Não	Não	Não		Não			185.250,00	185.250,00	0	5.897.695,95
Jaçanã	2013	8.573	5.769	Administração pública direta	Não	Não	Não		Não						15.000,00
Monte das Gameleiras	2013	2.261	1.283	Administração pública direta	Não	Não	Não		Não			150.400,00	144.400,00	6.000,00	
Santa Cruz	2013	38.142	32.497	Administração pública direta	Não	Abast. Água e Esg. Sanitário	Sim	Taxa específica no mesmo boleto do IPTU	Não	10.000,00	4.719,10	2.589.986,33	1.151.109,98	1.438.876,35	44.979.413,25

Fonte: BRASIL, 2014b.

TABELA 25: INFORMAÇÕES SOBRE POPULAÇÃO ATENDIDA, FREQUÊNCIA E QUANTIDADE DE COLETORES E MOTORISTAS.

	População atendida declarada			Pop. atendida, segundo a freqüência			Coleta noturna	Coleta com elevação de contêiner	Quantidade de coletadores e mot.	
	Total	Urbana do município	Urbana direta (porta-a-porta), sem uso de caçambas	Diária	2 ou 3 vezes por semana	1 vez por semana			Prefeitura	Empresas
	habitante	habitante	habitante	%	%	%	exist.	exist.	empregado	empregado
Nome/UF	Co164	Co050	Co165	Co134	Co135	Co136	Co008	Co131	TB001	TB002
Coronel Ezequiel	2.347	2.347	2.347	0	100	0	Não	Não	3	0
Jaçanã	8.573	5.769	5.769	30	70	0	Não	Não	8	0
Monte das Gameleiras	1.323	1.283	1.280	1	87	12	Não	Não	3	0
Santa Cruz	32.497	32.497	32.497	0	100	0	Não	Não	8	18

Fonte: BRASIL, 2014b.

TABELA 26: INFORMAÇÕES SOBRE CARACTERÍSTICAS DAS UNIDADES DE PROCESSAMENTO POR DISPOSIÇÃO NO SOLO.

	Nome de unidade	Características da unidade de disposição no solo																Presença de catadores			Qtd de moradias
		Tipo de licença ambiental obtida	Cerca	Instalação administrativa	Impermeabilização da base	Freqüência da cobertura dos resíduos	Drenagem de gases	Aproveitamento dos gases	Drenagem de águas pluviais	Recirculação de chorume	Drenagem de chorume	Tratamento interno de chorume	Tratamento externo de chorume	Vigilância	Monitoramento ambiental	Queima a céu aberto	Animais exceto aves	Ocorrência	Até 14 anos	Maior que 14 anos	unidade
Nome/UF	Up001	Up050	Up027	Up028	Up029	Up030	Up031	Up052	Up054	Up034	Up032	Up033	Up053	Up035	Up036	Up037	Up038	Up081	Up082	Up083	Up040
Coronel Ezequiel	Lixão	Não existe	Não	Não	Não	Não é realizado	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	0	5	
Jaçanã	Lixão municipal de jaçanã	Prévia	Sim	Não	Não	Diária	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Sim	0	1	
Monte das Gameleiras	Aterro Controlado	Não existe	Sim	Não	Sim	Quinzenal	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim	Não	Não	Sim	0	2	
Santa Cruz	Lixão Municipal de Santa Cruz	Não existe	Não	Não	Não	Quinzenal	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim			

Fonte: BRASIL, 2014b.

TABELA 27: CONSÓRCIOS INTERMUNICIPAIS COM GESTÃO OU SERVIÇOS DE MANEJO DE RSU

MINISTÉRIO DAS CIDADES/ SECRETARIA NACIONAL DE SANEAMENTO AMBIENTAL / SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÕES SOBRE SANEAMENTO - SNIS DIAGNÓSTICO DO MANEJO DE RESÍDUOS SÓLIDOS URBANOS TABELA - Consórcios Intermunicipais com gestão ou serviços de manejo de RSU				
	Consórcio Intermunicipal regulamentado pela Lei 11.107/5 que tenha atribuições de gestão ou prestação de serviçosde limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos			
Município	Existência	Nome/sigla do Consórcio	Nº da lei municipal autorizativa da adesão	Demais municípios integrantes do consórcio conforme informação do município que possui lei autorizativa
Canguaretama	Em processo de elaboração	CIRS - ConsorcioIntergestor para Gestão de Resíduos Sólidos	001/2012	Goianinha - RN, Santo Antônio - RN, São José de Mipibu - RN, Arês - RN, Baía Formosa - RN, Bom Jesus - RN, Brejinho - RN, Coronel Ezequiel - RN, Espírito Santo - RN, Jundiá - RN, Lagoa de Pedras - RN, Lagoa Salgada - RN, Lagoa de Velhos - RN, Montanhas - RN, Monte Alegre - RN, Monte das Gameleiras - RN, Nísia Floresta - RN, Passagem - RN, Passa e Fica - RN, Pedro Velho - RN, Riachuelo - RN, São José do Campestre - RN, Ruy Barbosa - RN, São Pedro - RN, São Tomé - RN, Senador Elói de Souza - RN, Serrinha - RN, Tangará - RN, Tibau do Sul - RN, Várzea - RN, Vila Flor - RN
Coronel Ezequiel	Não			
Jundiá	Sim	CONSTITUIÇÃO DO CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL PARA A GESTÃO INTEGRADA DOS RESÍDUOS SÓLIDOS - CIRS	204/2013	Arês - RN, Baía Formosa - RN, Espírito Santo - RN, Goianinha - RN, Lagoa de Pedras - RN, Lagoa Salgada - RN, Montanhas - RN, Monte Alegre - RN, Nísia Floresta - RN, Passa e Fica - RN, Passagem - RN, Riachuelo - RN, São Pedro - RN, São Tomé - RN, Senador Georgino Avelino - RN, Serrinha - RN, Tibau do Sul - RN, Várzea - RN, Vera Cruz - RN, Vila Flor - RN, Canguaretama - RN, Bom Jesus - RN
Monte das Gameleiras	Não			
Santa Cruz	Não			

Fonte: BRASIL, 2014b.

Conforme os dados do SNIS dados de 2013 na tabela acima, Santa Cruz e Sítio Novo não participam de qualquer consórcio intermunicipal de gestão de resíduos sólidos. Não foram obtidas informações sobre os consórcios de fato criados de fato e consolidados, como também sobre a elaboração e implantação de Planos de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos - PGIRS. O resultado da não criação e implantação dos consórcios bem como da elaboração e implantação dos PGIRS conduz à situação em que se encontram os municípios do Polo Agreste/Traíri quanto à coleta e disposição de resíduos sólidos, ausência de coleta seletiva e de reuso e reciclagem de resíduos.

FOTO 30: EM AZUL LIXEIRAS DISPOSTAS EM PRAÇA NA CIDADE DE SERRA DE SÃO BENTO QUE SÃO RECOLHIDAS PELA PREFEITURA.
Fonte: ITEC, 2015.

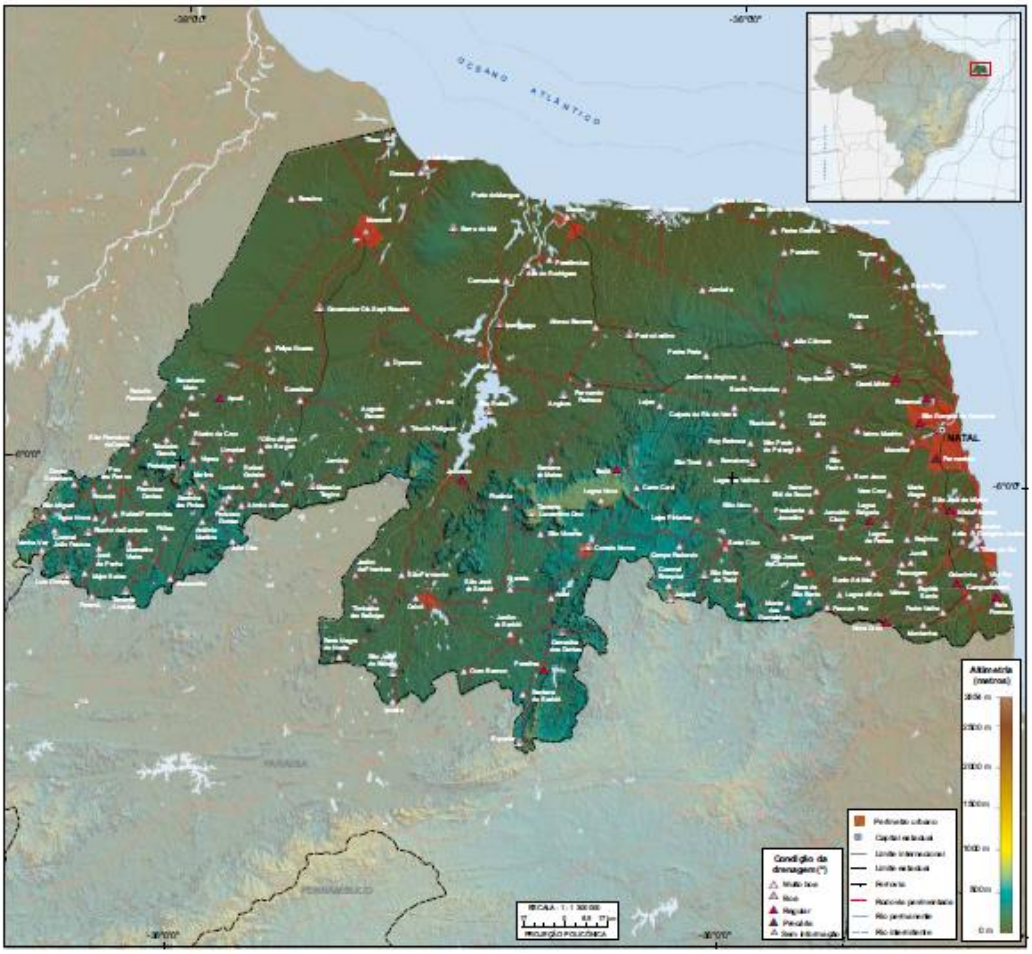
Os serviços de limpeza urbana deficientes, principalmente na etapa de disposição dos resíduos feita em lixões a céu aberto, também pode ser um fator negativo para o aumento do turismo na região, quando, necessariamente, tais resíduos se multiplicariam em relação ao volume atual. Os lixões a céu aberto são responsáveis pela proliferação de insetos e animais nocivos e vetores de doenças, inclusive o mosquito *Aedes aegypti,* representando risco aos moradores locais e turistas**.** A solução para o problema deverá ser a criação e implantação de Consórcios Intermunicipais, tendo em vista a eliminação dos lixões e a criação e implantação de aterros sanitários.

3.5 REDE DE DRENAGEM PLUVIAL

Conforme dados do IBGE (2010a) provenientes da Pesquisa Nacional de Saneamento Básico 2008, na sua maioria os sistemas de drenagem pluvial nas sedes dos municípios que compõem o Polo Agreste/Trairí, são do tipo unitário ou misto. As unitárias utilizam uma única forma de coleta, no caso em questão a rede de coleta superficial, na qual a intersecção da sarjeta ou meio-fio com as vias com calçamento asfáltico ou de paralelepípedos formam canal a céu aberto que irá conduzir as águas pluviais até pontos mais baixos e até as drenagens naturais no entorno das cidades. No caso das mistas, haverá também trechos subterrâneos, com bocas de lobo, com a condução das águas para um ponto de lançamento específico, normalmente em drenagens permanentes ou intermitentes.

Na figura a seguir, retirada do Atlas de Saneamento de 2011, pode-se observar que as cidades do Polo Agreste/Trairi possuem um adequado manejo de águas pluviais.

FIGURA 15: MANEJO DE ÁGUAS PLUVIAIS – POLO AGRESTE/TRAIRÍ



Fonte: IBGE (2011) - Atlas de Saneamento de 2011

As fotos a seguir apresentam exemplos de sistema unitário com coleta superficial, no qual o meio-fio e as vias constituem o sistema de coleta.

FOTO 31: VIA ASFALTADA E MEIO FIO EM AMBOS OS LADOS QUE FUNCIONA COMO COLETOR DE ÁGUAS PLUVIAIS NA CIDADE DE TANGARÁ.
Fonte: ITEC, 2015.

FOTO 32: VIA CALÇADA COM PARALELEPÍPEDOS QUE JUNTAMENTE COM O MEIO FIO É RESPONSÁVEL PELA COLETA E CONDUÇÃO DAS ÁGUAS PLUVIAIS NA CIDADE DE PASSA E FICA.
Fonte: ITEC, 2015.

3.6 SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO

Constatou-se, na visita de campo, que a maioria das cidades que compõe o Polo Agreste/Trairi possui sinal de televisão, telefonia fixa, telefonia celular e internet. Esse sinal pode ser captado por antenas das empresas prestadoras dos serviços de comunicação para serem retransmitidos à população local, ou captados diretamente pelos usuários, como no caso da TV aberta ou por assinatura, por meio de antenas parabólicas. A maioria dos distritos e localidades nestes municípios possui pontos de telefonia fixa que atendem à população e nas áreas rurais do entorno. Nas fotos a seguir registra torres para captação e retransmissão desses sinais.

FOTO 33: AO FUNDO TORRE DE CAPTAÇÃO E TRANSMISSÃO DE SINAIS EM SERRA DE SÃO BENTO.
Fonte: ITEC, 2015.

Na tabela a seguir temos o número de estações de rádio base de alguns municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi por empresa prestadora do serviço e por tecnologia disponibilizada.

TABELA 28: NÚMERO DE ESTAÇÕES DE RÁDIO BASE POR MUNICÍPIO

MUNICÍPIO	CLARO			OI			TIM			VIVO		
	2G	3G	4G	2G	3G	4G	2G	3G	4G	2G	3G	4G
Coronel Ezequiel				1								
Jaçanã				1			1					
Montanhas				1			1					
Monte das Gameleiras				1								
Nova Cruz	2	2		1	1		1					
Passa e Fica				1								
Santa Cruz	1	1		1	1		2			1	1	
São José do Campestre	1						1					
Serra de São Bento				1								
Sítio Novo				1								
Tangará	1						1					

Fonte: ANATEL, 2015.

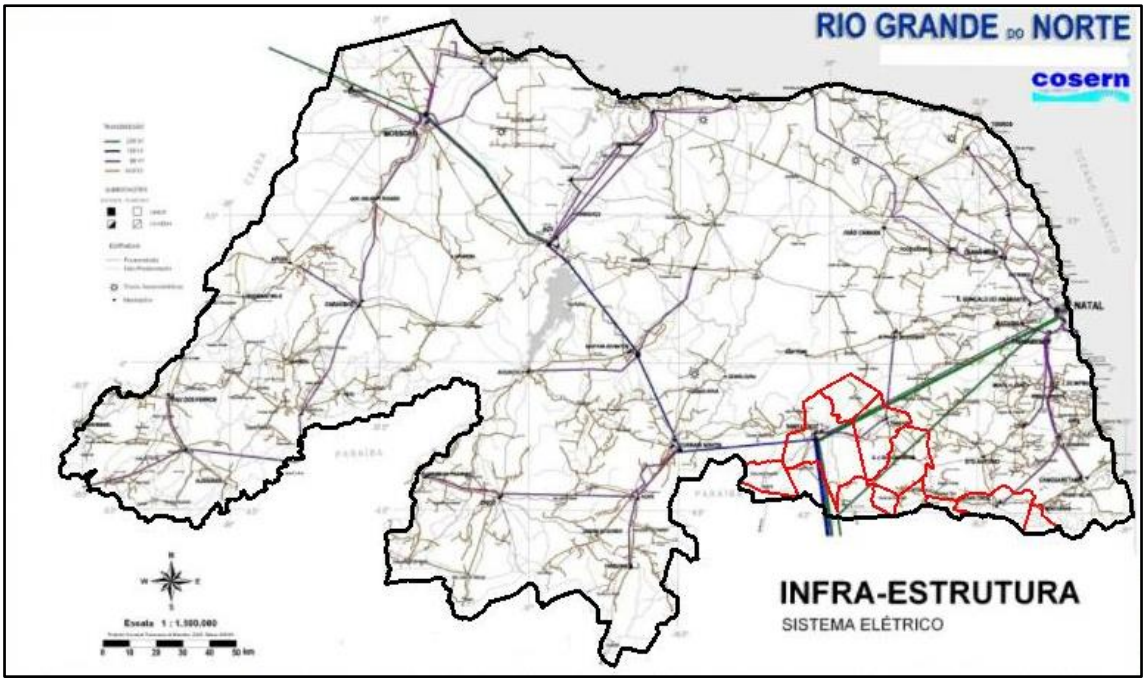
Constatou-se a deficiência no sinal e na cobertura de algumas empresas prestadoras de serviço, principalmente na área rural, sendo necessários investimentos para ampliação dos serviços.

3.7 ILUMINAÇÃO PÚBLICA E ENERGIA

A única concessionária responsável pela distribuição de energia elétrica no estado do Rio Grande do Norte, inclusive toda região do Polo Agreste/Trairi, é a Companhia Energética do Rio Grande do Norte - COSERN, atendendo a 1,3 milhão de clientes, nos 167 municípios do RN. Em 2014. Foram beneficiados em torno de 3,4 milhões de habitantes, com a distribuição de 5.462 GWh de energia elétrica, indicando um aumento no número de clientes em 3,87%, o que equivale a 48.556 novas ligações, sendo 46.518 clientes da classe residencial e os demais da comercial. Já classe industrial perdeu 3.255 clientes demonstrando uma retração e falta de investimentos neste setor (Companhia Energética do Rio Grande do Norte, [s.d]).

Entre as doze concessionárias de energia elétrica que atuam na Região Nordeste, a COSERN é a sexta maior em número de clientes e a quinta em volume de energia fornecida, com potência instalada de 1.406 MVA em 61 subestações, com 52.892 quilômetros de linhas de distribuição e transmissão e 169 locais de atendimento aos clientes. Diante desses dados, conclui-se na capacidade da empresa em aumentar a oferta de energia quando necessária para atender um eventual aumento na demanda que possa ocorrer em função do incremento do turismo no Polo Agreste/Trairi(Companhia Energética do Rio Grande do Norte, [s.d]).

FIGURA 16: SISTEMA ELÉTRICO DO RIO GRANDE DO NORTE - REDE DE LINHAS DE TRANSMISSÃO QUE ATENDEM OS MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI.



Fonte: Companhia Energética do Rio Grande do Norte (2003)

TABELA 29: DADOS SOBRE RECEITAS E ATENDIMENTO POR SETOR DA COSERN - RN.

Classe	2012			2013			2014			Variação 2014/2013 - %		
	Receita (R$ milhões)	Clientes (mil)	Volume (GWh)	Receita (R$ milhões)	Clientes (mil)	Volume (GWh)	Receita (R$ milhões)	Clientes (mil)	Volume (GWh)	Receita (R$ milhões)	Clientes AC (mil)	Volume (GWh)
Residencial	692	1.038	1.636	659	1.076	1.805	749	1.123	1.933	13,6%	4,33%	7,08%
Comercial	409	78	897	374	82	963	435	86	1.026	16,1%	4,74%	6,45%
Industrial	185	5	567	149	5	529	166	2	519	11,2%	-69,70%	-1,81%
Rural	87	70	407	80	72	420	101	72	424	25,7%	-0,02%	0,88%
Outras Classes	226	20	663	203	21	702	226	22	716	11,5%	3,16%	1,99%
Total Fornecimento	**1.600**	**1.212**	**4.170**	**1.466**	**1.256**	**4.419**	**1.676**	**1.304**	**4.617**	**14,37%**	**3,79%**	**4,48%**

Fonte:Companhia Energética do Rio Grande do Norte (2014)

Quanto à iluminação pública, o serviço também é prestado pela COSERN, constatando-se na visita de campo que todas as sedes dos municípios que compõe o Polo Agreste/Trairi possuem iluminação pública nas suas vias e praças públicas e os principais modelos observados foram:

- posteação unilateral;
- posteação no canteiro central.

FOTO 34: ILUMINAÇÃO PÚBLICA EM VIA DE NOVA CRUZ COM POSTEAÇÃO NO CANTEIRO CENTRAL.
Fonte: ITEC, 2015.

FOTO 35: ILUMINAÇÃO PÚBLICA EM VIA DE PASSA E FICA COM POSTEAÇÃO UNILATERAL.
Fonte: ITEC, 2015.

A energia elétrica não representa um fator que possa prejudicar o aumento do fluxo turístico na região, sendo necessários apenas investimentos para aumentar a oferta na área rural, bem como a melhoria da iluminação pública nas áreas mais periféricas das cidades.

3.8 SERVIÇOS DE SAÚDE

Conforme os dados do IBGE (2013a), todos os municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi possuem algum tipo de estabelecimento de saúde, quer sejam públicos - estaduais ou municipais, quer sejam particulares. Contudo, como vem sendo noticiado em todo país, boa parte destes estabelecimentos de saúde também tem enfrentado problemas econômicos, que podem ser confirmados pela falta de médicos, enfermeiros, material, remédios e outros. Na tabela a seguir verifica-se que os municípios que apresentaram maior quantidade em morbidade são aqueles que possuem hospitais com maior atendimento de pacientes na região.

TABELA 30: NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS DE SAÚDE E MORBIDADE HOSPITALAR NOS MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI.

MUNICÍPIO	ESTABELECIMENTOS DE SAÚDE				MORBIDADE HOSPITALAR	
	FEDERAIS	ESTADUAIS	MUNICIPAIS	PRIVADOS	HOMENS	MULHERES
Coronel Ezequiel	-	-	7	-	6	5
Jaçanã	-	-	5	-	7	4
Montanhas	-	-	8	-	8	6
Monte das Gameleiras	-	-	3	-	3	-
Nova Cruz	-	-	22	3	26	19
Passa e Fica	-	-	8	1	5	6
Santa Cruz	1	0	13	4	35	41
São José do Campestre	-	-	6	1	9	7
Serra de São Bento	-	-	1	-	7	4
Sítio Novo	-	-	2	-	2	7
Tangará	-	-	7	-	9	6
	-	-	-	-	-	-
Rio Grande do Norte	15	34	1.245	638	2.950	2.751
Brasil	950	1.318	49.753	42.049	242.238	205.787

Fonte: IBGE (2013a)

FOTO 36: UNIDADE SERVIÇO DE ATENDIMENTO DE EMERGÊNCIA EM TANGARÁ.
Fonte: ITEC, 2015.

A tabela a seguir, obtida do Cadastro Nacional de Entidades de Saúde – CNES apresenta dados mais detalhados quanto aos principais serviços do sistema de saúde nos municípios que compõe o Polo Agreste/Trairi, verificando-se que a maioria oferece em maior quantidade o serviço ambulatorial, com precariedade nos outros serviços, e apenas Monte das Gameleiras oferece a quantidade mínima de 3 leitos por cada mil habitantes preconizada pela Organização Mundial de Saúde(OMS apud Associação de Hospitais e Serviços de Saúde do Estado da Bahia, ago. 2014).[25]

Para que haja aumento no fluxo turístico na região será necessário incrementar os investimentos nos serviços de saúde, principalmente para o atendimento de emergências e remoções, de forma a não sobrecarregar o atendimento da população local, que já está sendo feito de forma precária.

[25] (http://www.ahseb.com.br/segundo-oms-ideal-e-ter-de-3-a-5-leitos-para-cada-mil-habitantes-no-brasil-indice-medio-e-de-24/). Acessado em 10/02/2016.

TABELA 31: DADOS DO CADASTRO NACIONAL DE ENTIDADE DE SAÚDE QUANTO AOS SERVIÇOS DE SAÚDE NOS MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI.

MUNICÍPIO	SERVIÇOS DE SAÚDE													
	INTERNAÇÃO		AMBULATORIAL		URGÊNCIA		DIAGNOSE E TERAPIA		VIGILÂNCIA EPIDEMIOLÓGICA E SANITÁRIA		FARMÁCIA OU COOPERATIVA		LEITOS/1000 HAB	
	SUS	PARTICULAR	SUS	PARTICULAR	SUS	PARTICULAR	SUS	PARTICULAR	SUS	PARTICULAR	SUS	PARTICULAR	SUS	PARTICULAR
Coronel Ezeguiel	1		7		1		1		1				2,22	
Jaçanã	1		4		1		1		1				2,15	
Montanhas	2		6		1				1				0,96	
Monte das Gameleiras	1		4		1		1		2				5,90	
Nova Cruz	1		30	2	2		4		1		1		1,07	
Passa e Fica	1		11		1		2		3		1		2,70	
Santa Cruz	3		23	7	3		8	3	3		1		2,82	
São José do Campestre	1		9		2		3		1				1,30	
Serra de São Bento	1		4						2		1		2,10	
Sítio Novo	1		4		1		1		3				2,40	
Tangará	1		9		1		1		2		1		1,20	

Fonte: BRASIL, 2016b. CNES. Situação da base de dados nacional em 10 abr. 2010.
Nota: Não inclui leitos complementares

3.9 SEGURANÇA

A Secretaria de Segurança Pública e da Defesa Social é a responsável pela formulação e execução da política governamental destinada à preservação da ordem pública e da segurança das pessoas e patrimônios, bem como assegurar os direitos e garantias fundamentais no estado do Rio Grande do Norte. Também tem como competência a coordenação, controle e integração das ações da Polícia Civil do Rio Grande do Norte, da Polícia Militar do Rio Grande do Norte, do Corpo de Bombeiros Militar do Rio Grande do Norte, e do Instituto Técnico Científico de Polícia do Rio Grande do Norte (RIO GRANDE DO NORTE, abr. 2015).[26]

Dentre os principais objetivos da Secretaria de Segurança Pública e da Defesa Social podemos citar:

- Programar, superintender, dirigir e orientar os serviços de polícia e segurança pública do Estado;
- Exercer atividades de polícia administrativa, judiciária e de manutenção da ordem pública, executando ações policiais ostensivas, preventivas, repressivas e de investigação criminal, bem como o policiamento em todo o território do Estado;
- Manter sistema de informações estratégicas, visando à preservação dos bens e interesses penalmente tutelados; Colaborar com as ações da Defesa Civil do Estado;
- Promover formação, capacitação e aperfeiçoamento dos servidores policiais civis e policiais militares;
- Realizar perícias criminalísticas médico-legais e a identificação civil e criminal.

INSTITUTO TÉCNICO-CIENTÍFICO DE POLÍCIA CIVIL - ITEP

Tem como competência prestar serviços nas áreas da medicina legal, criminalística e identificação, e também na produção de provas técnicas para elucidação de delitos e mantendo o arquivo de identificação civil e criminal da população. A emissão de identidades e do atestado de antecedentes criminais também estão entre as competências do ITEP. A seguir, cidades do Polo Agreste/Trairi que possuem unidades do ITEP:

- Nova Cruz
- Santa Cruz

[26] http://www.defesasocial.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=71658&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=Objetivo#sthash.zjTd1Rst.dpuf. Acessado em 03/02/2016.

POLÍCIA MILITAR DO RIO GRANDE DO NORTE

Conforme a Lei Complementar 090/1991, compete à Polícia Militar do Rio Grande do Norte as seguintes atribuições:

- a preservação da ordem pública;
- a defesa civil;
- atuar de maneira preventiva, com força de dissuasão, em locais de áreas específicas, onde se presuma ser possível a perturbação da ordem;
- atuar de maneira repressiva, em caso de perturbação da ordem, precedendo o eventual emprego das Forças Armadas conforme legislação federal;
- atuar em conjunto com as Polícias Civil e Federal, no combate ao tráfico de drogas e ao sequestro;
- realizar serviços de prevenção e de extinção de incêndios simultaneamente, ou com o de proteção e salvamento de vidas e materiais no local do sinistro, bem como o de busca e salvamento, prestando socorros em caso de afogamento, inundações, desabamentos, acidentes em geral catástrofes e calamidades públicas;
- atender à convocação, inclusive mobilização, do Governo Federal, em caso de guerra externa, ou prevenir ou reprimir grave perturbação da ordem ou ameaça de sua irrupção, subordinando-se à Força Terrestre, para emprego em suas atribuições específicas de Polícia Militar e como participante da defesa interna e defesa territorial;
- participar, através de seus organismos específicos, da defesa do meio ambiente.

A seguir as unidades da Polícia Militar que atuam na região do Polo Agreste/Trairi:

8º Batalhão de Polícia Militar - Nova Cruz

O 8º BPM é responsável pelo policiamento ostensivo nos municípios de Nova Cruz, Goianinha, Canguaretama, Pipa, Santo Antônio, entre outras cidades da Região Agreste

4ª Companhia Independente de Polícia Militar - Santa Cruz

A 4ª CIPM atua de maneira preventiva, como força de dissuasão, e de maneira repressiva em caso de perturbação da ordem nos Municípios de Santa Cruz, Campo Redondo, Coronel Ezequiel, Jaçanã, Japi, Lajes Pintadas, São Bento do Trairi, São Paulo do Potengi, Bom Jesus, São Pedro, Barcelona, Senador Elói de Sousa, Serra Caiada, Rui Barbosa, Lagoa de Velhos, São Tomé, Sítio Novo e Tangará.

4 QUADRO INSTITUCIONAL

Para a análise do quadro institucional foram utilizados dados secundários e primários, estes últimos coletados por meio de questionário (APÊNDICE IV) enviado aos municípios que integram o Polo Agreste/Trairí, com prazo determinado para devolução; além de entrevistas informais realizadas em campo junto aos gestores do turismo nos municípios.

O questionário teve como objetivo quantificar e qualificar a administração pública municipal, especialmente, quanto à gestão do turismo, permitindo assim, a análise quanto às estruturas administrativas do turismo, bem como, conhecer os instrumentos de planejamento e os incentivos existentes nos municípios para o desenvolvimento do turismo.

Ressalta-se que parte dos municípios ainda não deu retorno quanto às respostas do questionário, sendo assim o diagnóstico das questões institucionais deverá ser alvo de complementações e aprofundamentos, conforme os questionários sejam recebidos.

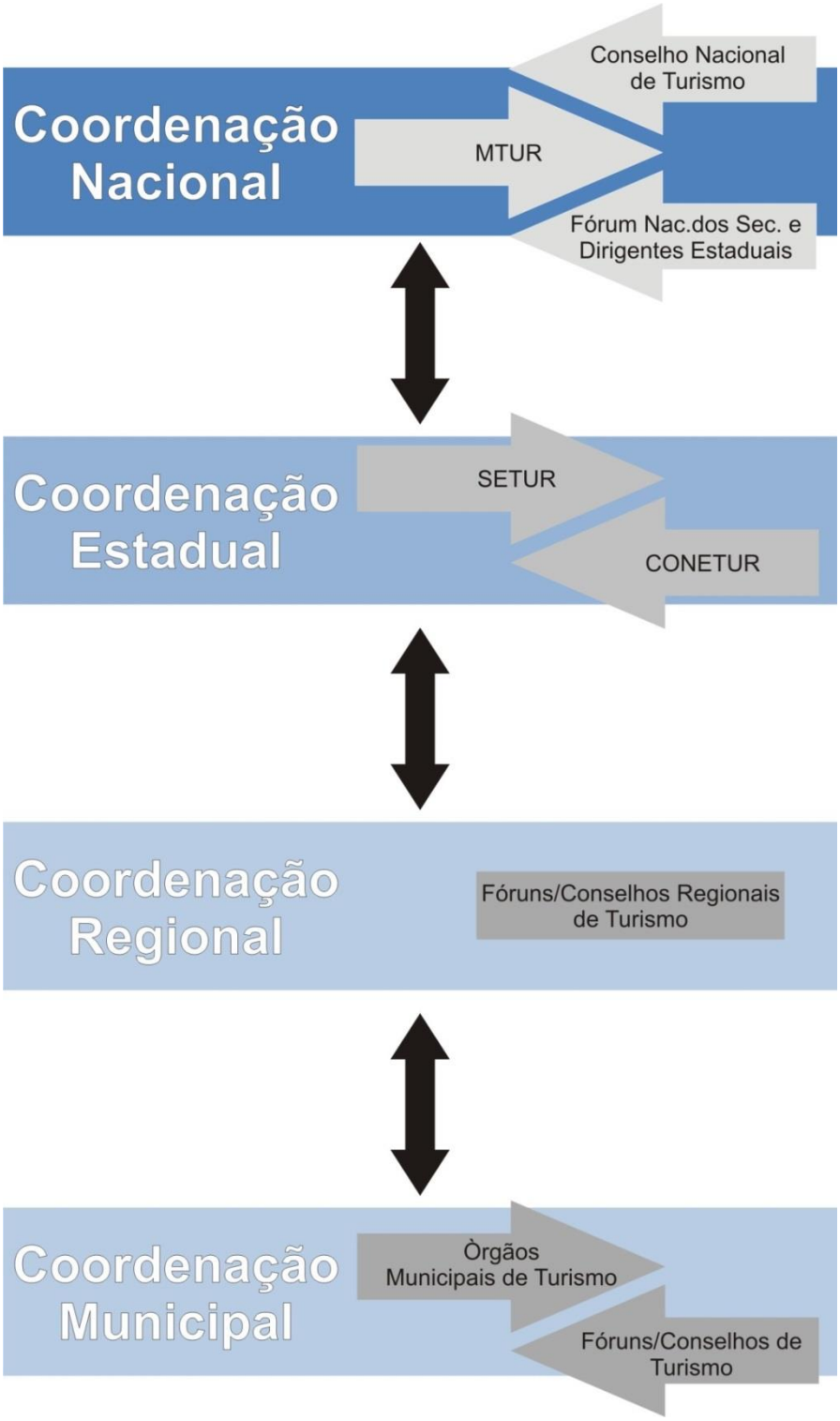
Para a análise do quadro institucional do turismo são caracterizados e representados a seguir os órgãos envolvidos, as políticas públicas vigentes, os planos e programas previstos e em andamento, e a legislação em vigor relativa à gestão e à regulação do setor de turismo e o quadro de incentivos para investimento no setor.

4.1 ÓRGÃOS E ENTIDADES QUE ATUAM NA GESTÃO DO TURISMO

A Lei nº 11.771 de 17 de setembro de 2008, regulamentada pelo Decreto nº 7.381 de 2 de dezembro de 2010, dispõe sobre o Plano Nacional de Turismo que institui o modelo de gestão descentralizada e integra as diversas instâncias da gestão pública e da iniciativa privada por meio da criação de ambientes de reflexão, discussão e definição das diretrizes gerais para o desenvolvimento da atividade nas diversas escalas territoriais e de gestão do país. Com isso, alcança todas as regiões brasileiras e todos os setores representativos do turismo, de modo a legitimar e a subsidiar a ação ministerial e de seus parceiros.

Esse modelo é composto, no seu nível estratégico, por um núcleo básico formado pelo Ministério do Turismo, pelo Conselho Nacional de Turismo e pelo Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo. Além disso, os fóruns e conselhos estaduais de turismo, instâncias de representação do turismo nas unidades da Federação complementam a rede de gestão descentralizada. Concluindo a função de articulação, em todos os elos da cadeia de relacionamento, a gestão descentralizada tem a sua ação complementada na ponta, pelas instâncias de representação regional do turismo e pelos municípios onde a atividade turística se realiza.

FIGURA 17: ESTRUTURA INSTITUCIONAL PARA O TURISMO



Fonte: MTur. Reformulado por ITEC, 2016.

4.1.1 Coordenação Estadual do Turismo

A coordenação estadual de turismo do Rio Grande do Norte está por conta da SETUR/RN, órgão da administração direta, criado pela Lei Complementar nº 144/1996, cujas competências são:

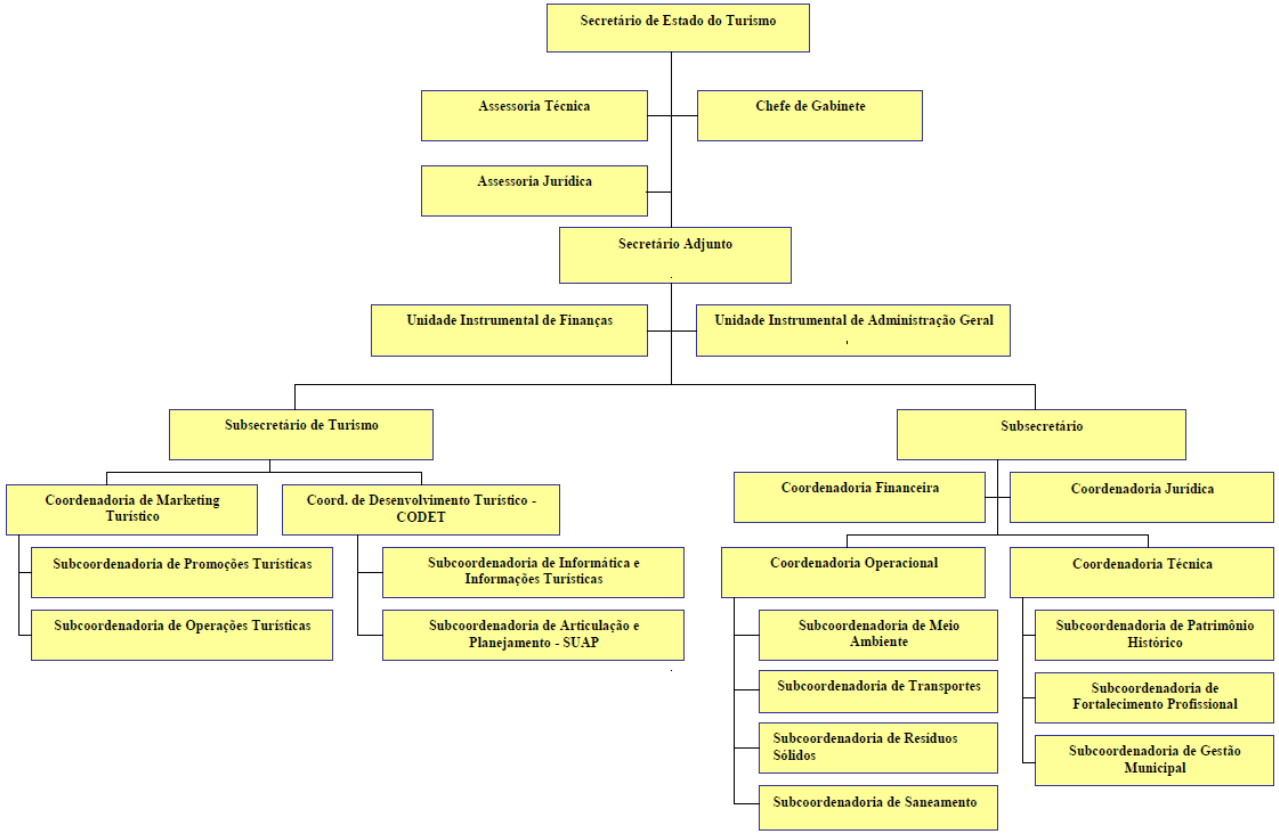
I. Formular a política de turismo do Estado;
II. Desenvolver estudos e pesquisas para avaliar a potencialidade turística do Estado;
III. Articular-se com os Municípios de demais órgãos da Administração Estadual, com o objetivo de desenvolver a infraestrutura de saneamento básico, transportes e energia nas áreas de atividades turísticas;
IV. Promover ações voltadas para a ocupação da infraestrutura de turismo do Estado, especialmente nos períodos de baixa estação;
V. Exercer outras atividades correlatas.

Vinculado à SETUR está a Empresa Potiguar de Turismo - EMPROTUR, que é uma Sociedade de Economia Mista, criada pela Lei Complementar nº 339/2007, responsável pela promoção do turismo do Estado no âmbito nacional e internacional.

O estado também conta com o Conselho Estadual de Turismo – CONETUR, criado pelo Decreto Estadual nº 10.386/1989, como um órgão de caráter consultivo, propositivo, deliberativo e de assessoramento à SETUR/RN. Seus objetivos são estabelecer diretrizes, oferecer subsídios e contribuir para a implementação da política pública de turismo no estado. Cabe ainda ao Conetur debater essas políticas, com participação democrática e controle social por meio de seus representantes. O Conetur é formado por representantes de 33 instituições entre o setor público federal, estadual e regional, a iniciativa privada e o terceiro setor. Ressalta-se que o CONETUR é atuante e realiza reuniões bimestrais, onde são analisadas e apresentadas ações para o desenvolvimento do Turismo no Estado

A figura a seguir apresenta o organograma da SETUR.

FIGURA 18: ORGANOGRAMA DA SETUR/RN



Fonte: RIO GRANDE DO NORTE (jan. 2016).

O quadro de pessoal da Secretaria de Turismo dispõe atualmente de 56 servidores, sendo que 19 desses (34%) ocupam cargos comissionados, e os demais são cedidos de outros órgãos estaduais. Apenas 4 servidores são concursados (realocados da antiga EMPROTUR). A SETUR nunca realizou concurso para atender aos quadros de técnicos efetivos. O excesso de cargos comissionados e a não realização de concurso público impacta diretamente na continuidade das ações na SETUR, já que, a cada nova gestão política, tende-se a mudar os cargos comissionados, necessitando de novo tempo de aprendizagem e adaptação das equipes às atividades.

Nos anos de 2009 e 2010, foi elaborado o "Plano de Fortalecimento Institucional da SETUR/RN", que, a partir das deficiências identificadas em um diagnóstico institucional, definiu uma nova estrutura organizacional para o órgão e propôs um Plano de Ação com soluções e recomendações para sanar as deficiências e para maximizar a eficiência e eficácia das ações de planejamento e gestão do turismo da SETUR/RN. Esse plano não foi implantado, e sendo assim, ainda existe a necessidade de reestruturação e fortalecimento do órgão estadual de turismo do estado.

Importante ressaltar que está em elaboração o "Plano Estratégico de Desenvolvimento, Realinhamento Organizacional e Modernização Administrava do Estado do Rio Grande do Norte", onde a SETUR também será analisada em sua estrutura, estratégia, planejamento, processos Internos e comunicação dentro da estrutura estadual. Dessa forma, muitos dos problemas ainda existentes deverão ser identificados e minimizados/sanados pelas ações a serem propostas nessa reestruturação.

Em 2014 também foi elaborado Relatório de Auditoria que trata da Avaliação da Governança da SETUR realizado pela TCU, que apresenta os mesmos problemas identificados no diagnóstico do plano citado anteriormente.

Sendo assim, o Plano de Fortalecimento Institucional da SETUR deverá ser revisto e realinhado de acordo com os resultados obtidos no Plano Estadual em andamento.

4.1.2 Coordenação Regional de Turismo

Dentro do contexto da regionalização há uma premissa básica e anterior que são as alianças regionais e integradas entre municípios que compõem as regiões ou áreas turísticas. A definição de instância de governança regional é uma organização com participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas.

O Polo Agreste/Trairí foi instituído pelo Decreto nº 21.390/2009 que também cria o Conselho Regional de Turismo.

De acordo com Art.3º do Regulamento Interno o "Conselho de Turismo constitui-se em um espaço sistematizado para o planejamento e a viabilização de ações que concorram para o desenvolvimento do turismo na mesorregião do Polo Agreste/Trairi". Suas diretrizes básicas são:

I. Atuar como um foro de discussão, consenso e deliberação sobre as estratégias e prioridades de desenvolvimento turístico do Polo;
II. Assegurar um processo de escolha dos seus conselheiros e de tomada de decisão transparentes;
III. Apoiar e acompanhar a execução das ações do Programa de Regionalização do Turismo;
IV. Divulgar suas ações junto aos conselhos municipais de turismo e de meio ambiente de sua área de abrangência;
V. Avaliar ajustes necessários à boa condução dos trabalhos, de forma sistemática e contínua.

O Conselho é formado por representantes do poder público federal, estadual e municipal; e pela sociedade civil, incluindo o terceiro setor e o setor privado. O município de Santa Cruz está, atualmente, sediando a Secretaria Executiva do Conselho.

Ressalta-se que toda a documentação referente aos conselhos de turismo do estado, incluindo seus regimentos, estão passando por reformulação, devido ao remapeamento realizado como exigência do MTur.

Esse Conselho manteve-se “desativado” por um bom tempo e retornou suas atividades com a realização de reuniões trimestrais, com apresentações de ações realizadas e necessárias para desenvolver o turismo de forma regionalizada e sustentável, segundo informações da SETUR.

Com relação à atuação do Conselho Regional a Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN), nomeada “Política de Regionalização do Turismo no Interior Potiguar: Articulação, Entraves e Efetividade” de Rodrigo Cardoso da Silva (Natal, 2014), destaca pontos importantes:

- O Polo “não têm desempenhado suas funções de forma coerente, no sentido de planejar e executar ações”;
- “não se organiza para planejar ações, uma vez que apenas exposições de idéias foram feitas e nenhuma materialidade foi alcançada”;
- a não participação ou não envolvimento de instituições governamentais importantes inviabiliza discussões e a implementação de ações importantes para o Polo;
- “não se vê a participação dos municípios na busca por soluções”, ao mesmo tempo os municípios não se colocam como responsáveis pelas ações. Esses “sempre aguardam as ações advindas das esferas chamadas “superiores” (Estadual e Federal)”.
- a inconsistência das ações implementadas contribuiu para a falta de credibilidade desta instância de governança;
- São poucos os municípios que participam efetivamente das reuniões do Conselho;

- existe uma divisão geográfica de duas regiões no Polo (o Agreste e o Trairi), e as disparidades entre essas regiões dificulta a percepção de integração que deve haver no Polo;
- a SETUR necessita de“revisão do seu corpo técnico no sentido de quantidade e qualidade”, de modo a efetivar a continuidade nas reuniões e ações do Conselho;
- não há recursos ou mesmo iniciativa dos membros dos conselhos em criar mecanismos de cooperação;
- interesses individuais prevalecem nas reuniões;
- não há comunicação entre as secretarias municipais de turismo.

Diante do exposto, percebe-se que a instância de governança regional do Polo está extremamente fragilizada, necessitando assim, de ações de incentivo e fortalecimento, para que haja maior cooperação e articulação entre os membros do Conselho e para que os mesmos consigam visualizar o espaço regionalizado como oportunidade de desenvolver a atividade turística e a distribuição de benefícios advindos da mesma.

4.1.3 Coordenações Municipais de Turismo

O formulário de pesquisa aplicada permitiu avaliar a estrutura institucional dos municípios como um todo. No geral, observa-se que nos itens avaliados, os municípios respondentes disseram que a grande parte se apresenta como “razoável”, com necessidades de alguns ajustes, ou “ruim”, que necessitam de melhora urgente, conforme pode ser observado na matriz a seguir.

QUADRO 13: MATRIZ DE AVALIAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL - POLO AGRESTE/TRAIRÍ

	MUNICÍPIO	INSTALAÇÕES FÍSICAS – LOCAIS ONDE FUNCIONAM OS ÓRGÃOS PÚBLICOS	EQUIPAMENTOS E MOBILIÁRIO DE ESCRITÓRIO E DE CAMPO, VEÍCULOS	EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA E SISTEMA DE INFORMAÇÕES	PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	COMPETÊNCIA GERENCIAL DOS OCUPANTES DE CARGOS DE CHEFIA	QUANTITATIVO E COMPETÊNCIA TÉCNICA DAS EQUIPES	RELAÇÃO COM OS CIDADÃOS E PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE
1	**Coronel Ezequiel***							
2	**Jaçanã***							
3	Montanhas							
4	**Monte das Gameleiras***							
5	**Nova Cruz***							
6	Passa e Fica							
7	**Santa Cruz***							
8	**São José do Campestre***							
9	**Serra de São Bento***							
10	**Sítio Novo***							
11	Tangará							

LEGENDA:			
	Bom	Razoável – Necessita de alguns ajustes	Ruim – Deve ser melhorado

Fonte: ITEC, 2016. Organizado a partir das respostas do questionários do quadro institucional. *Municípios que enviaram o questionário respondido. Jaçanã e Santa Cruz não responderam a essa questão.

O município possui um importante papel no desenvolvimento turístico por ser onde o turismo realmente acontece e por sua proximidade com a sociedade civil e também por ser um articulador essencial em todo o processo de descentralização. Por isso deve apresentar um ambiente estruturado para que a atividade se desenvolva de forma planejada e sustentável.

Dessa forma a capacidade organizacional do município é fundamental. A existência de um órgão responsável pelo turismo e de um conselho municipal são, inclusive, pré-requisitos sugeridos pelo Ministério do Turismo para que o município integre um polo turístico.

Todos os municípios do Polo Agreste/Trairí possuem órgão responsável pelo turismo, sendo que em apenas 2 (dois) deles são órgãos exclusivos para o turismo – Monte das Gameleiras e Serra se São bento. Os demais municípios compartilham suas atribuições com outras pastas – cultura, educação, esportes, lazer, juventude, meio ambiente e desenvolvimento econômico, conforme apresentado no quadro a seguir.

Todos os municípios do Agreste/Trairí possuem nomeados secretários ou responsáveis pela pasta do turismo. Ressalta-se que essa é uma das exigências o MTur para que o município integre uma região turística.

Percebeu-se no trabalho de campo que a principal função desenvolvida pelos órgãos responsáveis pelo turismo é a execução de eventos, e o planejamento e outras funções concernentes a pasta são deixadas de lado. Ressalta-se que a execução de eventos é o que dá maior retorno e visibilidade política as prefeitura municipais.

O quadro também demonstra que apenas 2 (dois) municípios do Polo têm instituído conselhos municipais de turismo. Ressalta-se que este é um espaço importante voltado para a gestão compartilhada de determinadas atividades por ser formado por diferentes atores, incluindo aí a iniciativa privada, que devem contribuir para o desenvolvimento local por meio de ideias, ações e projetos.

QUADRO 14: POLO AGRESTE/TRAIRÍ - COORDENAÇÃO MUNICIPAL DO TURISMO

MUNICÍPIO		ÓRGÃO OFICIAL DE TURISMO	CONSELHO DE TURISMO
1	**Coronel Ezequiel***	Secretaria de Turismo e Cultura.	Não tem
2	**Jaçanã***	Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, criada pela Lei Complementar nº 09/2013.	Não tem
3	Montanhas	Secretaria de Educação e Turismo.	-
4	**Monte das Gameleiras***	**Secretaria de Turismo**, criada pela Lei Municipal nº 309/2013.	Não tem
5	**Nova Cruz***	SecretariaMunicipal da Juventude, Esporte, Cultura, Turismo e Lazer.	Não tem

MUNICÍPIO		ÓRGÃO OFICIAL DE TURISMO	CONSELHO DE TURISMO
6	Passa e Fica	Secretaria de Meio Ambiente e Turismo	-
7	**Santa Cruz***	Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico, criada pela Lei, instituída pela Lei Complementar nº 07/2009.	Conselho Municipal de Turismo, instituído pela Lei 1595/2010. Atuante
8	**São José do Campestre***	Secretaria de Turismo e Meio Ambiente, criada pela Lei nº 442/1997.	Não tem
9	**Serra de São Bento***	Secretaria Municipal de Turismo, criada pela Lei Ordinária Municipal nº 22/2009.	Não tem
10	**Sítio Novo***	Secretaria Municipal de Turismo e Esporte e Lazer, criada pela Lei Complementar nº 01/2013.	Conselho Municipal de Turismo, instituído pela Lei nº 384/2013.
11	Tangará	Secretária de Esportes, Lazer e Turismo	-

Fonte: ITEC, 2016. Oragnizado a partir das respostas do questionários do quadro institucional. *Municípios que enviaram o questionário respondido. Outras informações coletadas em sites diversos.

Ao se analisar a capacidade institucional dos municípios do Polo Agreste/Trairí, nota-se que a estruturação dos órgãos é pequena e apenas em alguns locais onde o turismo se desenvolve de forma mais efetiva, há uma melhor organização. Assim, torna-se imprescindível a elaboração de ações que fortaleçam a capacidade de gestão dos órgãos municipais de turismo, para que tenham a capacidade de planejar e executar ações com eficiência. Além disso, é importante que haja integração com outros órgãos públicos cujas ações tenham impactos na atividade turística e, especialmente, é necessário que a parceria juntamente com a iniciativa privada seja iniciada.

Outra questão importante que foi notada em trabalho de campo é a falta de informações em termos do mercado turístico – demanda e oferta. Apenas Sítio Novo, Santa Cruz, Monte das Gameleiras e Jaçanã possuem um inventário turístico. Além do inventário, Santa Cruz também possui pesquisas sistematizadas a respeito de seu segmento prioritário: o turismo religioso. Nenhum dos municípios do Polo possui sistemas informatizados de informações.

Alguns municípios contam com sítios na internet, geralmente com informações gerais do município e informações ainda frágeis com relação ao turismo.

QUADRO 15: POLO AGRESTE/TRAIRÍ – SITES INSTITUCIONAIS NA INTERNET COM INFORMAÇÕES SOBRE OS MUNICÍPIOS

	MUNICÍPIO	SITE
1	**Coronel Ezequiel***	-
2	**Jaçanã***	-
3	Montanhas	-
4	**Monte das Gameleiras***	montedasgameleiras.rn.gov.br
5	**Nova Cruz***	www.novacruz.rn.gov.br
6	Passa e Fica	passaefica.rn.gov.br/
7	**Santa Cruz***	www.santacruz.rn.gov.br
8	**São José do Campestre***	www.saojosedocampestre.rn.gov.br
9	**Serra de São Bento***	www.serradesaobento.rn.gov.br
10	**Sítio Novo***	blog.sitionovo.rn.gov.br/
11	Tangará	tangara.rn.gov.br/2014/

Fonte: ITEC, 2016. Oragnizado a partir das respostas do questionários do quadro institucional. *Municípios que enviaram o questionário respondido. Outras informações coletadas na internet.

O quadro a seguir apresenta a quantidade de servidores de cada um dos municípios que responderam ao questionário. Vale ressaltar que a maioria dos municípios afirma ser satisfatória a quantidade de servidores para o turismo, já que “a demanda Turística é pequena, levando em consideração que o turismo começou a ser trabalhando durante essa gestão, ou seja, a partir de 2013”, segundo a Secretária de Turismo e Cultura de Jaçanã. Já o Secretário de turismo de Monte das Gameleiras afirma que é necessária uma reestruturação geral na Secretaria Municipal e a Secretária de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Santa Cruz diz que a quantidade de servidores não é suficiente para atender à demanda da pasta. A Secretária de Turismo, Esporte e Lazer de Sítio Novo diz ainda que “dentre as coisas que faltam, destaca-se o comprometimento por parte de alguns. O município de Nova Cruz não possui servidores lotados no turismo.

Sabe-se que o desenvolvimento turístico municipal demanda execução de ações planejadas que exigem tempo e conhecimento técnico. O quadro demonstra que são poucos os profissionais de nível superior que atuam no turismo no Polo e menor ainda é a quantidade de profissionais que tenham capacitação e qualificação para atuarem na gestão da atividade. O entendimento reduzido de conceitos e de como a dinâmica da atividade turística deve se desenvolver ficou muito clara no trabalho de campo junto aos gestores. Tal situação torna os órgãos municipais sem capacidade de acompanhar e fiscalizar as ações que demandarão do próprio processo de desenvolvimento da atividade.

Também é evidente que, em sua maioria, os cargos ocupados não constituem cargos técnicos e efetivos, o que dificulta o planejamento, a execução e a continuidade das políticas públicas em nível municipal. Tal afirmação é reforçada pelo quadro a seguir que demonstra que a grande maioria (89%) dos cargos no turismo é ocupada por servidores comissionados.

QUADRO 16: SERVIDORES LOTADOS NA PASTA RESPONSÁVEL PELO TURISMO POR MUNICÍPIO - POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO		SERVIDORES CONCURSADOS	SERVIDORES COMISSIONADOS	TOTAL	ESCOLARIDADE
1	**Coronel Ezequiel***	0	3	3	Médio e Fundamental
2	**Jaçanã***	0	2	2	Superior
3	Montanhas				
4	**Monte das Gameleiras***	0	2	2	Superior – 1 Médio – 1
5	**Nova Cruz**	0	0	0	-
6	Passa e Fica				
7	**Santa Cruz***	1	4	5	Superior – 1 Médio – 3 Fundamental - 1
8	**São José do Campestre***	0	6	6	Médio e Fundamental
9	**Serra de São Bento***	0	4	4	Superior – 3 Médio - 1
10	**Sítio Novo***	2	2	4	Superior, Médio e Fundamental
11	Tangará				

Fonte: ITEC, 2016. Oragnizado a partir das respostas do questionários do quadro institucional.
*Municípios que enviaram o questionário respondido

Para minimizar toda essa situação é necessária à realização de concursos públicos para contratação de técnicos efetivos. Além disso, é imprescindível qualificar a equipe municipal, preferencialmente o corpo efetivo do setor turístico, que terá condições de dar prosseguimento às ações planejadas. Há a necessidade de constituição de equipe municipal voltada a esse fim, como também é fundamental que os municípios do Polo tomem a atividade turística como prioritária e agreguem uma política voltada às ações estratégicas e organizacionais para que possa conduzir o processo de desenvolvimento do turismo de forma ordenada e sustentável.

4.2 IMPACTOS E LIMITAÇÕES DAS POLÍTICAS PÚBLICAS E DA CAPACIDADE DE GESTÃO PÚBLICA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO E ORGANIZAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO

As políticas públicas para o desenvolvimento do setor de turismo no Polo Turístico Agreste/Trairí são elaboradas em diferentes esferas de governo: municipal, estadual e federal. Ressalta-se que a essência do desenvolvimento do turismo bem-sucedido é uma parceria entre os diversos interessados nesse setor, como governos, órgãos estatais ou semi estatais, organizações voluntárias e sem fins lucrativos, setor privado, comunidade anfitriã e visitantes.

Sendo assim, diversos fatores influenciam o desenvolvimento de políticas públicas para o turismo, como: estrutura municipal para apoio ao turismo; grau de cooperação com o governo estadual; grau de cooperação com o governo federal; planejamento; e existência de cooperação pública / privada. (BRASIL, 2012).

Com relação à participação do governo federal, o mesmo apoia-se em planejamento nacional que tem como base na Política Nacional do Turismo, também conhecida como Lei Geral do Turismo. Esta Lei define que a cada quatro anos deve ser elaborado um Plano Nacional de Turismo com definição de metas e programas com o objetivo de ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo. A Política Nacional do Turismo deve obedecer aos princípios da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico justo e sustentável. (BRASIL, 2008)

O Plano Nacional de Turismo - PNT 2013/2016 foi lançado em um momento importante para o país com relação ao turismo, devido ao acontecimento dos grandes eventos como a Copa das Confederações, realizada em 2013, a Copa do Mundo FIFA 2014 e as Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro. Esses eventos trarão grande visibilidade ao Brasil e a partir deles a realidade turística no país poderá ser transformada.

As diretrizes que nortearão a atividade turística no Brasil são:

- Geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo
- Participação e diálogo com a sociedade
- Incentivo à inovação e ao conhecimento
- Regionalização

A visão de futuro apresentada pelo PNT 2013-2016 é “posicionar o Brasil como uma das três maiores economias turísticas do mundo até o ano de 2022” (BRASIL, 2013a). Em 2011, segundo a OMT, o setor do turismo brasileiro ocupava em geração de renda a 6ª posição entre os países.

Para isso foram definidos como objetivos estratégicos:

- Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos;
- Incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros;
- Incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil; e
- Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro.

As metas são:

- Meta 1: Aumentar para 7,9 milhões a chegada de turistas estrangeiros ao país;
- Meta 2: Aumentar para US$ 10,8 bilhões a receita com o turismo internacional até 2016;

- Meta 3: Aumentar para 250 milhões o número de viagens domésticas realizadas até 2016;
- Meta 4: Elevar para 70 pontos o índice médio de competitividade turística nacional até 2016;
- Meta 5: Aumentar para 3,6 milhões as ocupações formais no setor de turismo até 2016.

Ainda segundo a Lei Geral do Turismo, o poder público federal pode viabilizar mecanismos de investimentos privados no setor turístico.

O **Fundo Gestor do Turismo - FUNGETUR**, criado pelo Decreto-Lei n.º 1.191, de 27 de outubro de 1971, tem por objetivo fomentar e prover recursos para o financiamento de atividades turísticas, mediante o financiamento de:obras para modernização, reforma e ampliação de empreendimentos; e máquinas e equipamentos novos e serviços de finalidade ou de interesse do turismo nacional, assim definidos pelo MTur.

A gestão do FUNGETUR é do Ministério do Turismo, tendo como agentes financeiros das linhas de crédito para o turismo: Banco da Amazônia - BASA;Banco do Brasil - BB;Banco do Nordeste- BNB; Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social- BNDES; e Caixa Econômica Federal- CEF.

O turismo é prioridade para o desenvolvimento do Rio Grande do Norte, mas para que isso se concretize é preciso que seja realizado o planejamento estratégico do estado, traçando-se metas futuras e um plano de ação a ser implantado. Esse planejamento deve estar em acordo com o Plano Nacional de Turismo e deve ser a base para o planejamento dos municípios do Polo.

O estado do Rio Grande do Norte já vem se movimentando nesse sentido e já existem diversas ações no sentido de planejar, organizar e viabilizar o turismo nos polos estaduais, como a Elaboração do Plano Estratégico e Marketing Turístico do RN e a dos PDITS dos Polos Serrano e Agreste/Trairi, esses em andamento; e os PDITS dos Polos Costa Branca, Costa das Dunas e Seridó já elaborados.

Além desses, também foi elaborado, conforme já citado o Plano de Fortalecimento da SETUR, que propõe estruturar a Secretaria, no que se refere à aquisição de equipamentos, capacitação técnica e estruturação administrativa com a finalidade de corrigir as deficiências e fortalecer o órgão para a gestão da atividade turística no Estado. No entanto, este deverá ser revisto e atualizado.

O estado instituiu em 2015 a Política de Turismo do Rio Grande do Norte, Lei nº 9.931, que define as diretrizes de planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor do turístico estadual. O Art. 5º da Lei lista seus objetivos:

I. Democratizar e propiciar o acesso ao turismo no Estado do Rio Grande do Norte a todos os segmentos populacionais, contribuindo para a elevação do bem estar geral;
II. Reduzir as disparidades sociais e econômicas de ordem regional, promovendo a inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e melhor distribuição de renda;

III. Ampliar os fluxos turísticos, a permanência e o gasto médio dos turistas nacionais e estrangeiros no Estado, mediante a promoção e o apoio ao desenvolvimento do produto turístico norte riograndense;
IV. Estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos turísticos norte riograndensse, com vistas a atrair turistas nacionais e estrangeiros, diversificando os fluxos entre as unidades da Federação e buscando beneficiar, especialmente, as regiões de menor nível de desenvolvimento econômico e social;
V. Propiciar o suporte a programas estratégicos de captação e apoio à realização de feiras e exposições de negócios, viagens de incentivo, congressos e eventos nacionais e internacionais;
VI. Promover, descentralizar e regionalizar o turismo, estimulando os Municípios, a planejar, em seus territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura, inclusive entre si, com o envolvimento e a efetiva participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade econômica;
VII. Criar e implantar empreendimentos destinados às atividades de expressão cultural, de animação turística, entretenimento e lazer e de outros atrativos com capacidade de retenção e prolongamento do tempo de permanência dos turistas nas localidades;
VIII. Propiciar a prática de turismo sustentável nas áreas naturais, promovendo a atividade como veículo de educação e interpretação ambiental e incentivando a adoção de condutas e práticas de mínimo impacto compatíveis com a conservação do meio ambiente natural;
IX. Preservar a identidade cultural das comunidades e populações tradicionais eventualmente afetadas pela atividade turística, com a finalidade de fomentar intercâmbio entre pessoal, proporcionando trocas de Costumes, Culturas e Etnias.
X. Prevenir e combater as atividades turísticas relacionadas aos abusos de natureza sexual e outras que afetem a dignidade humana, respeitadas as competências dos diversos órgãos governamentais envolvidos;
XI. Desenvolver, ordenar e promover os diversos segmentos turísticos;
XII. Implementar o inventário do patrimônio turístico estadual, atualizando-o regularmente;
XIII. Propiciar os recursos necessários para investimentos e aproveitamento do espaço turístico estadual de forma a permitir a ampliação, a diversificação, a modernização e a segurança dos equipamentos e serviços turísticos, adequando-os às preferências da demanda, e, também, às características ambientais e socioeconômicas regionais existentes;
XIV. Estimular linhas de financiamentos para empreendimentos turísticos e para o desenvolvimento das pequenas e microempresas do setor pelos bancos e agências de desenvolvimento oficiais;
XV. Contribuir para o alcance de política tributária justa e equânime, na esfera Estadual, para as diversas entidades componentes da cadeia produtiva do turismo;
XVI. Promover a integração do setor privado como agente complementar de financiamento em infraestrutura e serviços públicos necessários ao desenvolvimento turístico;
XVII. Propiciar a competitividade do setor por meio da melhoria da qualidade, eficiência e segurança na prestação dos serviços, da busca da originalidade e do aumento da produtividade dos agentes públicos e empreendedores turísticos privados;

XVIII. Estabelecer padrões e normas de qualidade, eficiência e segurança na prestação de serviços por parte dos operadores, empreendimentos e equipamentos turísticos;
XIX. Promover a formação, o aperfeiçoamento, a qualificação e a capacitação de recursos humanos para a área do turismo, bem como a implementação de políticas que viabilizem a colocação profissional no mercado de trabalho; e
XX. Implementar a produção, a sistematização e o intercâmbio de dados estatísticos e informações relativas às atividades e aos empreendimentos turísticos instalados no Estado, integrando as universidades e os institutos de pesquisa públicos e privados na análise desses dados, na busca da melhoria da qualidade e credibilidade dos relatórios estatísticos sobre o setor turístico brasileiro.

A Política Estadual de Turismo – PET prevê ainda a implantação de roteiros temáticos, o incentivo ao profissional do turismo e a criação do Fundo Estadual de Desenvolvimento Turístico – FUNDETUR.

O FUNDETUR tem como fonte de recursos o próprio Governo do Estado do Rio Grande do Norte, e tem como objetivo de estimular o financiamento de projetos na área do turismo, voltado ao desenvolvimento do setor turístico.

Outras ações SETUR/RN, relacionadas ao desenvolvimento turístico do estado, referentes ao Polo Agreste/Trairí estão dispostas no quadro a seguir.

QUADRO 17: OUTROS PROJETOS/AÇÕES RELACIONADAS AO TURISMO – POLO AGRESTE/TRAIRÍ

AÇÕES DO PROJETO RN SUSTENTÁVEL	• Planos e Projetos: - Elaboração do projeto de sinalização turística (Polos Serrano e Agreste/Trairi) – Em andamento; - Elaboração do Plano Estratégico e Marketing Turístico do RN – Em andamento; - Elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável – PDITS (Polos Serrano e Agreste/Trairi) – Em andamento; • Promoção e divulgação do Turismo: - Divulgação na Itália; Argentina; Portugal;França. - Captação de gravação de programas de televisão (12 programas nas emissoras: SBT, Record e Rede TV; - Participação: Ruraltur – Natal; Rota 101 Nordeste – Recife;AVIRRP com almoço para operadores – Ribeirão Preto; FITUR, em Madri ; BTL, em Lisboa; Feira de Berlim; AVIESP, em Campinas; Festival de Turismo das Cataratas, em Foz do Iguaçu; ABAV, em São Paulo; FIT, em Buenos Aires; Workshop com a operadora Soltrópico e EMBRATUR, em Portugal; Expo Abreu, em Portugal; Lançamento da campanha de turismo com a operadora Abreu, em Portugal.
AÇÕES DO PROGRAMA DE	• Ativação do Conselho Regional de Turismo do PoloAgreste/Trairi, com a realização de reuniões trimestrais, com apresentações de

REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO	ações realizadas e necessárias para desenvolver o turismo de forma regionalizada e sustentável. • Realização do Seminário sobre a elaboração do Plano Estratégico e Marketing Turístico do RNcom os membros dos Polos Turísticos do RN, objetivando apresentar as ações a serem desenvolvidas de forma participativa, e sensibilizar para colaboração de todos. • Participação em Seminários do MTUR - novas políticas sobre Pesquisas Turísticas e o Programa de Regionalização do Turismo. • Oficinas nos Polos Turísticos Costa das Dunas, Costa Branca, Seridó, Serrano e Agreste/Trairi, para Atualização do Mapa do Turismo do Rio Grande do Norte; • Realização de reuniões dos Conselhos regionais dos cinco Polos Turísticos do RN; • Acompanhamento e atendimento as demandas do Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo.

Fonte: Informações disponibilizadas pela SETUR/RN, 2016.

As ações municipais estão divididas em três áreas que correspondem à estrutura organizacional, planejamento e execução / implementação. A primeira diz respeito à capacidade que o município apresenta em termos de estrutura organizacional (órgão responsável pelo desenvolvimento do turismo, colegiado e redes locais), a segunda corresponde aos processos que o município realiza para se preparar para a atividade turística, como inventário e elaboração do Plano Turístico Municipal e terceira e última compreende a execução do turismo em si, ou seja, é a implementação de objetivos traçados na etapa do planejamento.

Com relação às estruturas municipais, são poucos os municípios que possuem organização e profissionalismo adequado para a gestão do turismo. Poucos também contam com Conselho de Turismo.

Quanto à preparação da atividade turística, apenas os municípios de Jaçanã, Sítio Novo, Monte das Gameleiras e Santa Cruz possuem inventário turístico. Nenhum dos municípios da área de estudo possui Plano Municipal de Turismo.

Com relação a recursos financeiros previstos no Plano Plurianual - PPA em vigor para a promoção, direta ou indireta, do desenvolvimento turístico local, todos os municípios possuem orçamento para 2016 com dotação para o turismo. Essa é também uma das exigências do MTur para que o município integre uma região turística.

O único que possui um Fundo Municipal de Turismo instituído é Sítio Novo, no entanto, encontra-se inativo.

QUADRO 18: RECURSOS PARA O TURISMO - POLO AGRESTE/TRAIRÍ

MUNICÍPIO		FUNDO DE TURISMO
1	**Coronel Ezequiel***	Não possui.
2	**Jaçanã***	Não possui.
3	Montanhas	
4	**Monte das Gameleiras***	Não possui.
5	**Nova Cruz**	Não possui.
6	Passa e Fica	
7	**Santa Cruz***	Não possui.
8	**São José do Campestre***	Não possui.
9	**Serra de São Bento***	Não possui.
10	**Sítio Novo***	Sim. **Inativo.**
11	Tangará	

Fonte: ITEC, 2016. Oragnizado a partir das respostas do questionários do quadro institucional. *Municípios que enviaram o questionário respondido

Mesmo sem um planejamento estruturado e documentado, os municípios empreendem algumas ações visando o desenvolvimento do turismo. Essas ações e projetos estão relacionados no quadro a seguir.

QUADRO 19: PROJETOS/AÇÕES LIGADOS AO TURISMO NOS MUNICÍPIOS – POLO AGRESTE/TRAIRÍ.

CORONEL EZEQUIEL
PRAÇA DE ESPORTES RADICAIS
Sem descrição
MUSEU MUNICIPAL
Sem descrição
CONSTRUÇÃO DE ESTÁTUA RELIGIOSA
Sem descrição
JAÇANÃ
-
MONTANHAS
-
MONTE DAS GAMELEIRAS
FESTIVAL GASTRONOMICO
Incentiva a interiorização do turismo e valoriza e promove a cultura e a gastronomia local.
LUGARES DE CHARME
Realizado em parceria com o SEBRAE. Foi feita a repaginação de vários estabelecimentos utilizando o artesanato local. As peças que decoram os ambientes são comercializadas nos próprios locais
PARAÍSO DO AGRESTE
Consórcio intermunicipal do Município de Serra de São Bento, Passa e Fica e Monte das Gameleiras com o apoio do SEBRAE/RN e Parcerias com agências de viagens que comercializam o roteiro integrado, objeto do consórcio
NOVA CRUZ
-
PASSA E FICA
PARAÍSO DO AGRESTE
Consórcio intermunicipal do Município de Serra de São Bento, Passa e Fica e Monte das Gameleiras

com o apoio do SEBRAE/RN e Parcerias com agências de viagens que comercializam o roteiro integrado, objeto do consórcio
SANTA CRUZ
CONSTRUÇÃO DO TELEFÉRICO
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$1 milhão a serem executados até 2015.
REFORMA DA RODOVIÁRIA
Sem descrição
SINALIZAÇÃO TURÍSTICA
Sem descrição
CENTRAL DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA
Sem descrição
MANUTENÇÃO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$1.130 milhões a serem executados até 2017.
MANUTENÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO COMPLEXO TURÍSTICO RELIGIOSO SANTUÁRIO DE SANTA RITA DE CÁSSIA
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$270 mil a serem executados até 2017.
MANUTENÇÃO DE AÇÕES E PROSPECÇÃO DO DESTINO TURÍSTICO MUNICIPAL (MATERIAL PROMOCIONAL E VIAGENS TÉCNICAS)
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 1 milhão a serem executados até 2017.
REFORMA, MODERNIZAÇÃO E MANUTENÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO VILA DE TODOS
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 165 mil a serem executados até 2017
CONSTRUÇÃO DE PÓRTICOS
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 400 mil a serem executados até 2016
CRIAÇÃO DE ROTAS TURÍSTICAS
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 445 mil a serem executados até 2017
PARTICIPAÇÃO NO CALENDÁRIO DE EVENTOS TURÍSTICOS
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 320 mil a serem executados até 2016
CONSTRUÇÃO DE CENTRO DE CONVENÇÕES COM UMA ESCOLA ESPECIAL VOLTADA AO TURISMO, E CRECHE
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 800 mil a serem executados até 2015
REFORMA E ADEQUAÇÃO DO PÓRTICO DE ENTRADA DA CIDADE
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 200 mil a serem executados até 2016
CONSULTORIA PARA PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 480 mil a serem executados até 2017
INSTALAÇÃO DE SISTEMA DE MONITORAMENTO POR CÂMARAS DE SEGURANÇA
Ação prevista no PPA do município e conta com recursos da ordem de R$ 200 mil a serem executados até 2017
IMPLEMENTAÇÃO DE INTERNET WIFI GRATUITA NOS ATRATIVOS TURÍSTICOS

Sem descrição
SÃO JOSÉ DO CAMPESTRE
MIRANTE DO ALTO DE FREI DAMIÃO
Sem descrição
PÓRTICO DE ENTRADA DA CIDADE
Sem descrição
PRAÇA DO LARGO DA PAZ
Sem descrição
LEVANTAMENTO E ESTUDO DOS POTENCIAIS DAS SERRAS
Sem descrição
SERRA DE SÃO BENTO
PROJETO LUGARES DE CHARME
Realizado em parceria com o SEBRAE. Foi feita a repaginação de vários estabelecimentos utilizando o artesanato local. As peças que decoram os ambientes são comercializadas nos próprios locais.
PROJETO CAMA, CAFÉ E REDE
Realizado em parceria com o SEBRAE. Incentiva e capacita o morador local a receber e hospedar em o turista em sua residência.
BENDITA MÃOS
Realizado em parceria com o SEBRAE. Projeto de Incentivo ao Artesanato Local.
ARTE NA SERRA
Projeto de resgate às danças típicas regionais.
FESTIVAL CULTURAL E GASTRONÔMICO DE SERRA DE SÃO BENTO
Incentiva a interiorização do turismo e valoriza e promove a cultura e a gastronomia local.
PROJETO ARTE NA PRAÇA
Evolve gastronomia, música, dança e artesanato.
BANDA FILARMÔNICA MUNICIPAL
Sem descrição
PROJETO DE DECORAÇÃO NATALINA COM MATERIAIS DE RECICLAGEM
Sem descrição
CRIAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS PARA AGÊNCIAS DE VIAGENS
Sem descrição
EXPOSIÇÃO DAS VOCAÇÕES TURÍSTICAS E DE ACERVO DO ARTESANATO LOCAL NO FORUM DO TURISMO DO RN
Sem descrição
CRIAÇÃO DE FOLDERS PARA A DIVULGAÇÃO DOS ROTEIROS EXISTENTES NO MUNICÍPIO E DA REGIÃO
Sem descrição
PARAÍSOS DO AGRESTE
Consórcio intermunicipal do Município de Serra de São Bento, Passa e Fica e Monte das Gameleiras com o apoio do SEBRAE/RN e Parcerias com agências de viagens que comercializam o roteiro integrado, objeto do consórcio
CALENDÁRIO TURÍSTICO
Projeto que estabelece o calendário turístico de eventos no município.
INVESTIMENTO EM TURISMO/ESTRATEGIAS DE DESENVOLVIMENTO
Ações previstas no PPA - Valor previsto: R$ 437.000/ Órgão responsável: Secretaria de Turismo / Macro objetivo: Aumentar e Modernizar os Serviços Públicos e a Infraestrutura Socioeconômica para Garantir os Direitos de Cidadania e Impulsionar Oportunidades Econômicas. Ações: • Implantação de um sistema de gestão integrada do meio ambiente; • Ação contínua de educação ambiental;

• Construção de ponto de coleta e transferência de resíduos sólidos; • Elaborar plano de embelezamento paisagístico do Município de Serra de São Bento; • Elaboração e implantação de projetos de embelezamento paisagístico do Município de Serra de São Bento; • Incentivo a Implantação de meios de hospedagem para difusão do turismo no município; • Ação contínua de fiscalização das reservas naturais urbanas e rurais; • Seminários sobre uso sustentável dos recursos naturais; • Implantação de Sinalização Turística da cidade • Promoção de Festivais Culturais/Gastronômico/Religioso.
SÍTIO NOVO
CONSTRUÇÃO DE UM TERMINAL TURÍSTICO
Convênio firmado com o MTur (2006-2008). Não finalizado.
APOIO DE PROJETOS DE INFRAESTRUTURA TURÍSTICA
Convênio firmado com o MTur (2007-2009).
CONSTRUÇÃO DE PRAÇA
Convênio firmado com o MTur(2009-2011).
CONSTRUÇÃO DA ESTRADA TURÍSTICA
Convênio firmado com o MTur(2008-2012).
SEDE DO MUNICÍPIO - CASTELO ZÉ DOS MONTES – CRUZEIRO SÃO FRANCISCO – 4 ETAPAS
Convênio firmado com o MTur.
TANGARÁ
-

Fonte: Organizado por ITEC, 2016. Informações disponibilizadas pelos municípios

Os municípios que mais possuem ações/projetos para o desenvolvimento do turismo, de acordo com o quadro acima são Santa Cruz, Serra de São Bento e Sítio Novo. Destaque para o município de Serra de São Bento que cita parcerias o Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e com municípios vizinhos – Monte das Gameleiras e Passa e Fica - na formatação de roteiro conjunto. Importante ressaltar que com a mudança de gestão essa iniciativa foi paralisada e deve ser retomada em breve.

No Brasil, a adoção do modelo de regionalização do turismo exige novas posturas e novas estratégias na gestão das políticas públicas. Isso deve gerar mudanças de relacionamento entre as esferas do poder público e a sociedade civil no que diz respeito à negociação, acordo, planejamento e organização social, além do entendimento da região, diferentemente da macro divisão administrativa adotada no país. Para o sucesso desse modelo, é necessário que haja cooperação e parceria dos diversos segmentos envolvidos. Sendo assim, para o pleno aproveitamento do modelo é necessária a estruturação dos municípios do Polo Agreste/Trairí com relação à questão institucional de gestão e planejamento do turismo.

Ressalta-se que no decorrer da elaboração deste trabalho houve certa dificuldade de comunicação com os municípios, tanto no setor público, quanto no privado, na disponibilização das informações necessárias para o desenvolvimento do mesmo. Isso demonstra a necessidade de fortalecimento no relacionamento estado-município e fortalecimento da parceria público-privada e também a necessidade de criar mecanismo de maior interação e troca de informações entre as secretarias municipais de turismo e a

SETUR, e também setor privado, para que, apesar de independentes, os esforços sejam conjuntos para desenvolver o turismo, especialmente no que tange às informações e dados sobre a oferta turística, fluxos de turista, perfil etc, dados hoje inexistentes na maior parte dos municípios.

4.3 LEGISLAÇÃO INCIDENTE

Com relação a instrumentos de gestão que norteiam ou regulam a atividade turística, nenhum município possui. No nível estadual existe a Política Estadual de Turismo instituída pela Lei nº 9.931/15 e está em elaboração o Plano Estratégico e Marketing Turístico do Rio Grande do Norte.

Além da legislação turística é importante destacar a existência de outros instrumentos de gestão nos municípios, listados no quadro a seguir.

QUADRO 20: LEGISLAÇÃO INCIDENTE SOBRE OS MUNICÍPIOS – POLO AGRESTE/TRAIRÍ.

MUNICÍPIO		PLANO DIRETOR MUNICIPAL	LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO	CÓDIGO DE OBRAS E POSTURAS	LEIS AMBIENTAIS	LEIS RELATIVAS AO TURISMO
1	**Coronel Ezequiel***	Não	Não	Não	Não	Não
2	**Jaçanã***	Não	Não	Não	Não	Não
3	Montanhas	-	-	-	-	-
4	**Monte das Gameleiras***	Não	Não	Não	Sim	Não
5	Nova Cruz	-	-	-	-	-
6	Passa e Fica	-	-	-	-	-
7	**Santa Cruz***	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
8	**São José do Campestre***	Sim	Não	Não	Não	Não
9	**Serra de São Bento***	Não	Não	Não	Não	Não
10	**Sítio Novo***	Não	Não	Não	Não	Não
11	Tangará	-	-	-	-	-

Fonte: ITEC, 2016. Oragnizado a partir das respostas do questionários do quadro institucional. *Municípios que enviaram o questionário respondido

Percebe-se que são poucos os municípios que possuem instrumentos de gestão e regulatórios. Santa Cruz possui todos os instrumentos listados. Monte das Gameleiras cita a existência de legislação ambiental e São José do Campestre, de Plano Diretor. A ausência desses instrumentos normativos dificulta o desenvolvimento sustentável do turismo, pois, não há regras claras sobre onde e como o turismo pode ser desenvolvido.

Além disso, com relação ao Plano Diretor, o Estatuto da Cidade o define como obrigatórios para cidades com população acima de 20.000 habitantes; para aqueles situados em regiões metropolitanas ou aglomerações urbanas; em áreas de interesse turístico; ou em áreas sobre influência de empreendimentos de grande impacto ambiental. O Plano Diretor éo instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana e tem como objetivo reduzir as desigualdades, prevenir a degradação ambiental, melhorar a qualidade de vida e buscar o pleno desenvolvimento sustentável das potencialidades do município.

A maior parte dos municípios também não possui leis ambientais, incluindo aí o Código de Meio Ambiente, lei municipal que estabelece as bases normativas para a Política Municipal do Meio Ambiente e do Sistema Municipal de Meio Ambiente, voltados à proteção ambiental e ao desenvolvimento sustentável do município. Este instrumento institui os deveres, direitos e obrigações de ordem pública e privada, concernentes ao meio ambiente e aos recursos naturais no âmbito municipal. Importante advertir que grande parte dos municípios tem em seus recursos ambientais o maior potencial turístico, sendo assim, a questão ambiental está intimamente ligada ao desenvolvimento do turismo neste Polo.

Nenhum dos municípios conta com Plano de Turismo, instrumento recomendado pelo Plano Nacional de Turismo para que seja elaborado pelos municípios integrantes de regiões turísticas, trabalhadas pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, como o caso do Polo em estudo.

Dessa forma, é imprescindível que todos os municípios do Polo Agreste/Trairí contem com os instrumentos legais mínimos (Plano Diretor, Código de Obras e Código de Meio Ambiente), uma vez que o turismo como atividade que se desenvolve no espaço e se apropria dos recursos naturais e culturais necessita de ordenamento para que se desenvolva sustentável e organizado.

Ressalta-se aqui a importância de se firmar parcerias com as Instituições de Ensino Superior – IES, pois as mesmas podem auxiliar na construção desses instrumentos políticos de planejamento. Além disso, os municípios podem firmar consórcios públicos que é uma modalidade de associação entre entes federados, que compõem a administração indireta prevista pelo Decreto 6.017/07, com vistas ao planejamento, à regulação e à execução de atividades de um modo geral ou de serviços públicos de interesse comum de alguns ou de todos os consorciados.

4.4 QUADRO DOS INCENTIVOS PARA O INVESTIMENTO TURÍSTICO

No quadro a seguir encontram-se listadas as principais linhas de crédito para o setor de turismo.

FEDERAL
FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo Fomentar e prover recursos para o financiamento de atividades turísticas, tais como obras para modernização, reforma e ampliação de empreendimentos. Finalidade: Aquisição de máquinas e equipamentos novos e serviços de finalidade ou de interesse do turismo nacional, assim definidos pelo Ministério do Turismo. Público-alvo: Pessoas jurídicas que atuam no segmento de turismo. Encargos financeiros: Pós-fixados, estabelecidos de acordo com o prazo da operação. Teto financiável: R$ 400.000,00 (mínimo);R$ 10.000.000,00 (máximo). Prazos: Amortização: até 240 meses;Carência: até 60 meses (compreendida no prazo acima). Área de Atuação: Empreendimentos turísticos localizados em todo o território nacional. Banco Operador: Caixa Econômica Federal.
PROGER Turismo Investimento Financiamento a projetos do setor turístico que proporcionem geração ou manutenção de emprego e renda. Finalidade: Investimento fixo e investimento com capital de giro associado. Público-Alvo: Micro e pequenas empresas, com faturamento bruto anual de até R$5 milhões, da cadeia produtiva do setor de turismo. Teto Financiável: Até R$300 mil para empresas com faturamento bruto anual de até R$3 milhões; Até R$400 mil para empresas com faturamento bruto anual entre R$3 milhões e R$5 milhões, já incluído capital de giro associado. Encargos Financeiros: Taxa de juros pós-fixada. Prazos: Conforme o objeto do financiamento, até 120 meses, incluídos até 30 meses de carência. Garantias: Vinculação dos bens financiados, aval dos sócios e fundo de aval. Área de Atuação: Todo o território brasileiro. Bancos Operadores: Banco do Brasil; Caixa Econômica Federal e Banco da Amazônia.
BNDES Automático Financiamento, por intermédio de instituições financeiras credenciadas, para realização de investimentos de até R$ 10 milhões. Finalidade: Crédito de longo prazo para realização de investimentos para implantação, ampliação, recuperação e modernização de empreendimentos turísticos, incluindo obras civis, montagens e instalações, aquisição de equipamentos novos de fabricação nacional e capital de giro associado ao projeto. Encargos: Custos financeiros pós-fixados. Prazos: Os prazos de carência e total são definidos pela instituição financeira credenciada em função da capacidade de pagamento do empreendimento. Garantias: Reais e pessoais, negociadas entre a instituição financeira credenciada e o cliente. Área de Atuação: Empreendimentos turísticos localizados em todo território nacional. Bancos:Banco do Brasil; Banco da Amazônia; Banco do Nordeste; e a Caixa Econômica Federal. **BNDES FINEM – Financiamento a Empreendimentos** Financiamento, direto no BNDES ou por meio de instituições financeiras credenciadas, para realização de investimentos superiores a R$ 3 milhões. Finalidade: Crédito de longo prazo para realização de investimentos para implantação, expansão da

capacidade produtiva e modernização de empresas, incluída a aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, credenciados pelo BNDES, bem como a importação de maquinários novos, sem similar nacional e capital de giro associado.
Encargos:Custos financeiros pós-fixados.
Prazos: Determinados em função da capacidade de pagamento do empreendimento, da empresa ou do grupo econômico.
Garantias: Reais e pessoais, negociadas com o BNDES (operação direta) ou com a instituição financeira credenciada (operação indireta).
Área de Atuação: Empreendimentos turísticos localizados em todo o território nacional.
Bancos Operadores: BNDES; Banco do Brasil; o Banco da Amazônia; Banco do Nordeste; Caixa Econômica Federal.

BNDES FINAME – Máquinas e Equipamentos

Financiamento para aquisição isolada de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, credenciados pelo BNDES, e capital de giro associado, por intermédio de instituições financeiras credenciadas.
Finalidade: Aquisição isolada de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, credenciados pelo BNDES, e capital de giro associado.
Encargos Financeiros: Taxa de juros pós-fixada.
Prazos: Prazos de carência e de amortização definidos em função da capacidade de pagamento da empresa, respeitado o prazo total máximo de 60 meses.
Garantias: Negociadas entre a instituição financeira credenciada e o cliente.
Área de Atuação: Empreendimentos turísticos localizados em todo o território nacional.
Bancos Operadores: Banco do Brasil; Banco da Amazônia; Banco do Nordeste; Caixa Econômica Federal.

Cartão BNDES

Crédito rotativo, pré-aprovado, de até R$ 500 mil, para compra de bens pela internet.
Finalidade: Aquisição de produtos credenciados no BNDES por meio do Portal de Operações do Cartão BNDES.
Encargos: Taxa de juros variável, informada pelo BNDES.
Prazos: Amortização: de 3 a 48 prestações mensais, fixas e iguais (sujeito a consulta junto ao banco emissor).
Garantias: Negociadas entre o banco emissor e o cliente na análise de crédito para concessão do cartão.
Fornecedor: Empresas fabricantes de máquinas, equipamentos e outros bens de produção que tenham fabricação total ou parcial no Brasil.
Bancos Emissores: Banco do Brasil; Caixa Econômica Federal.

REGIÃO NORDESTE

BANCO DO NORDESTE (BNB)

Financia construção, ampliação e reforma de benfeitorias e instalações; veículos automotores relacionados com o desempenho da atividade do empreendimento; aquisição, conversão, modernização, reforma ou reparação de embarcações utilizadas no transporte turístico de passageiros; máquinas e equipamentos; móveis e utensílios; capacitação de mão-de-obra necessária ao empreendimento e implantação de sistemas de gestão de qualidade; aquisição de meios de hospedagem já construídos ou em construção; capital de giro associado ao investimento fixo; e outros itens necessários à viabilidade do negócio, desde que justificados no projeto.
Destina-se a empresas privadas que tenham como objetivo econômico principal a atividade turística.
Linhas de financiamento:

- Programa de Financiamento às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e ao Empreendedor Individual (FNE-MPE);
- Programa de Apoio ao Turismo Regional - FNE PROATUR;
- BNDES Automático - Financiamento de Projetos de Investimento;
- FINAME - Programa de Financiamento à Produção e Comercialização de Máquinas e

Equipamentos;

- Programa BNDES de Sustentação do Investimento - Subprograma FINAME/PSI-BK Novos.

ESTADUAL

FUNDETUR/RN

O Fundo compõe o orçamento da Secretaria de Estado do Turismo (Setur) e será administrado por seu Grupo Gestor.

De acordo com o decreto, os recursos do Fundetur serão destinados, prioritariamente à promoção turística - em forma de ações, serviços e bens para a comunicação, como mídia impressa, televisiva ou qualquer outra forma que atinja o alvo desejado -, assim como para a promoção, valorização e preservação dos recursos naturais e das manifestações culturais típicas do Estado.

Os recursos ainda devem ser utilizados para a qualificação de recursos humanos empregados no setor turístico; criação, desenvolvimento, apoio, promoção de eventos, bem como à captação de fluxo turístico para os eventos supracitados; e na pesquisas de estudos de viabilidade de projetos turísticos.

Os projetos que pretenderem obter incentivos do Fundetur deverão ser apresentados ao Grupo Gestor do Fundo, formado por representantes da Setur e do Conselho Estadual de Turismo, o qual deliberará conforme as condições estabelecidas em seu regimento interno.

MUNICIPAIS

CORONEL EZEQUIEL

Cessão de área pública de terreno pertencente à Prefeitura Municipal.

MONTE DAS GAMELEIRAS

Em discussão a parceria com isenção de impostos e taxas para o desenvolvimento do Turismo.

SANTA CRUZ

Oferece aos investidores agilidade nos tramites processuais das empresas de forma simplificada e sem burocracia, facilitando o cumprimento das atribuições, e aproximando o físico municipal dos contribuintes.

SERRA DE SÃO BENTO

Redução de tributos a permanência e a fixação de empresas prestadoras de serviços de hospedagem.

Fonte: BRASIL, 2016c. Respostas do questionários do quadro institucional. Organizado por ITEC, 2016.

5 ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS

5.1 CONDIÇÕES SOCIOECONÔMICAS

Conforme dados do IBGE (2013a), nas tabelas a seguir, os municípios que compõe o Polo Agreste totalizavam 146.685 habitantes segundo censo 2010, o que representa 4,6% da população do Estado do Rio Grande do Norte, apresentado uma densidade populacional de 62 hab/km^2, um pouco acima da média do estado que é de 57 hab/km^2.

Quanto à sua economia o setor de serviços é o que mais contribui para o Produto Interno Bruto, com 70,29% do total, seguido pelo setor industrial com 21,21% e por último pela agropecuária, que contribui somente com 8,50%. Tal fato poderia ser explicado pela grande concentração nas cidades da população dos municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi, fato agravado pela seca que tem acometido boa parte do Nordeste nos últimos anos. A agropecuária, na sua maior parte, consiste no plantio de produtos para subsistência e criação de gado bovino e de caprinos. Com a seca e a diminuição considerável da disponibilidade hídrica na região e a crise econômica recente, provavelmente houve uma retração e diminuição nos valores apresentados, bem como uma migração ainda maior da população do campo para as cidades, em busca de maiores oportunidades.

FOTO 37: LOJAS EM TANGARÁ QUE CONTRIBUEM PARA O SETOR DE SERVIÇOS.
Fonte: ITEC, 2015.

FOTO 38: CONFECÇÃO DAYA NA CIDADE DE PASSA E FICA
Fonte: ITEC, 2015.

Os dados do IBGE também demonstraram a carência na área do setor de educação, sendo dada prioridade no ensino fundamental, com maior número de escolas, professores e matrículas, seguido pelo ensino médio e, por último, o pré-escolar.

TABELA 32: DADOS IBGE - CIDADES 2013.

Município	DADOS GERAIS			ECONOMIA					EDUCAÇÃO								
				DESPESAS E RECEITAS ORÇAMENTÁRIAS		PRODUTO INTERNO BRUTO (VALOR ADICIONADO)			DOCENTES POR NÍVEL			NÚMERO DE ESCOLAS POR NÍVEL			MATRÍCULAS POR NÍVEL		
	População	Área (km2)	Instalado em	Receitas	Despesas	Agropecuária	Indústria	Serviços	Pré-escolar	Fundamental	Médio	Pré-escolar	Fundamental	Médio	Pré-escolar	Fundamental	Médio
Coronel Ezequiel	5.405	185,748	17/01/1954	12.667	11.378	1.458	1.608	5.729	13	54	7	6	9	1	118	925	152
Jaçanã	7.925	54,561	31/03/1963	14.943	12.808	1.072	4.979	9.481	18	70	14	5	11	1	236	1.427	284
Montanhas	11.413	82,214	02/03/1962	21.402	18.849	4.162	2.113	12.759	23	91	16	10	13	1	319	2.183	350
Monte das Gameleiras	2.261	71,946	31/03/1963	11.688	10.708	619	843	3.520	10	29	8	6	9	1	89	551	124
Nova Cruz	35.490	277,658	01/01/1939	43.652	46.327	10.698	39.952	114.936	120	328	58	36	40	7	1.009	6.895	1.521
Passa e Fica	11.100	42,137	30/03/1963	23.811	19.215	1.152	11.583	15.928	30	101	17	7	12	2	346	2.197	628
Santa Cruz	35.797	624,356	01/01/1939	56.938	51.675	6.439	17.612	90.596	118	284	52	27	40	6	1.041	6.067	2.059
São José do Campestre	12.356	341,115	27/01/1949	N.I.	N.I.	1.956	2.578	15.701	18	115	21	14	17	1	368	2.349	466
Serra de São Bento	5.743	96,627	16/01/1959	12.252	10.957	743	1.105	6.354	13	50	20	7	12	1	220	972	223
Sítio Novo	5.020	213,459	01/01/1959	N.I.	N.I.	1.578	1.155	5.127	8	45	6	4	9	1	142	905	218
Tangará	14.175	356,834	28/01/1959	27.309	23.656	6.891	8.252	24.044	17	109	24	8	17	1	434	2.509	742
	146.685	2346,655				36.768	91.780	304.175	388	1276	243	130	189	23	4.322	26.980	6.767

Fonte: IBGE (2013a)
População Censo Demográfico 2010
Despesas e Receitas orçamentárias Fonte: Contas anuais. Receitas orçamentárias realizadas (Anexo I-C) 2014 e Despesas orçamentárias empenhadas (Anexo I-D) 2014. In: Brasil. Secretaria do Tesouro Nacional. Siconfi: sistema de informações contábeis e fiscais do setor público brasileiro. Brasília, DF, [2015]. Disponível em: https://siconfi.tesouro.gov.br/siconfi/index.jsf. Acesso em: jul. 2015.
Produto Interno Bruto (Valor Adicionado) Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA.
Estabelecimentos de saúde Fonte: IBGE, 2010b. Assistência Médica Sanitária 2009. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. NOTA: Atribui-se zeros aos valores dos municípios onde não há ocorrência da variável ou onde, por arredondamento, os totais não atigem a unidade de medida.
Morbidade hospitalar Fontes: BRASIL (2014c). Ministério da Saúde, Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde - DATASUS 2014. NOTA 1: Atribui-se zeros aos valores dos municípios onde não há ocorrência da variável. NOTA 2: Atribui-se a expressão dado **não informado** às variáveis onde os valores dos municípios não foram informados.
Educação Fonte: (1) BRASIL, 2013b. Ministério da Educação, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais - INEP - Censo Educacional 2012. NOTA: Atribui-se zeros aos valores dos municípios onde não há ocorrência da variável.

Continuação...

MUNICÍPIO	ÁREA DA UNIDADE TERRITORIAL	ESTABELECIMENTOS DE SAÚDE SUS	MATRÍCULA - ENSINO FUNDAMENTAL - 2012	MATRÍCULA - ENSINO MÉDIO - 2012	NÚMERO DE UNIDADES LOCAIS	PESSOAL OCUPADO TOTAL	PIB PER CAPITA A PREÇOS CORRENTES - 2013	POPULAÇÃO RESIDENTE	POPULAÇÃO RESIDENTE - HOMENS	POPULAÇÃO RESIDENTE - MULHERES	POPULAÇÃO RESIDENTE ALFABETIZADA
unidade	km²	estabelecimentos	matrículas	matrículas	unidades	pessoas	reais	pessoas	pessoas	pessoas	pessoas
Coronel Ezequiel	185,748	7	925	152	28	396	6.072,38	5.405	2.747	2.658	3.513
Jaçanã	54,561	5	1.427	284	87	496	5.671,46	7.925	3.935	3.990	5.435
Montanhas	82,214	8	2.183	350	72	603	5.706,48	11.413	5.665	5.748	7.420
Monte das Gameleiras	71,946	3	551	124	16	214	8.115,91	2.261	1.154	1.107	1.455
Nova Cruz	277,658	22	6.895	1.521	401	3.299	8.754,02	35.490	17.499	17.991	22.502
Passa e Fica	42,137	9	2.197	628	125	1.182	6.380,82	11.100	5.508	5.592	6.951
Santa Cruz	624,356	14	6.067	2.059	599	3.868	6.866,99	35.797	17.472	18.325	24.921
São José do Campestre	341,115	7	2.349	466	137	680	5.302,32	12.356	6.150	6.206	8.310
Serra de São Bento	96,627	1	972	223	51	407	5.311,73	5.743	2.865	2.878	3.327
Sítio Novo	213,459	2	905	218	44	342	5.845,77	5.020	2.542	2.478	3.183
Tangará	356,834	7	2.509	742	162	1.284	6.796,73	14.175	7.159	7.016	9.651

Continuação...

MUNICÍPIO	ÁREA DA UNIDADE TERRITORIAL	POPULAÇÃO RESIDENTE QUE FREQUENTAVA CRECHE OU ESCOLA	POPULAÇÃO RESIDENTE, RELIGIÃO CATÓLICA APOSTÓLICA ROMANA	POPULAÇÃO RESIDENTE, RELIGIÃO ESPÍRITA	POPULAÇÃO RESIDENTE, RELIGIÃO EVANGÉLICAS	RENDIMENTO NOMINAL MÉDIO MENSAL DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES COM RENDIMENTO DOMICILIAR, POR SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO - RURAL	RENDIMENTO NOMINAL MÉDIO MENSAL DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES COM RENDIMENTO DOMICILIAR, POR SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO - URBANA	RENDIMENTO NOMINAL MEDIANO MENSAL PER CAPITA DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES - RURAL	RENDIMENTO NOMINAL MEDIANO MENSAL PER CAPITA DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES - URBANA	IDHM 2010
unidade	km²	pessoas	pessoas	pessoas	pessoas	reais	reais	reais	reais	
Coronel Ezequiel	185,748	1.775	4.520	-	550	630,02	1.102,36	133,5	291,43	0,587
Jaçanã	54,561	2.439	6.636	15	800	616,81	1.057,41	132	266,67	0,604
Montanhas	82,214	3.578	9.399	-	804	670,98	1.012,79	133,33	222	0,557
Monte das Gameleiras	71,946	841	2.076	6	123	776,42	1.032,35	155,5	270	0,598
Nova Cruz	277,658	12.074	29.612	29	3.928	733,73	1.319,92	169,5	266,67	0,629
Passa e Fica	42,137	3.533	9.545	-	1.152	833,97	1.048,91	170	231,71	0,606
Santa Cruz	624,356	11.104	30.519	93	3.716	692,48	1.291,93	155,5	255	0,635
São José do Campestre	341,115	4.094	10.290	21	1.137	815,35	1.009,43	150,25	237,5	0,615
Serra de São Bento	96,627	1.776	5.316	2	301	725,9	1.058,61	158,33	242,29	0,582
Sítio Novo	213,459	1.594	4.721	-	153	714,59	827,6	161,71	226,4	0,572
Tangará	356,834	4.561	11.977	23	1.563	644,41	1.126,80	133,33	255	0,608

Fonte: IBGE, 2013a.

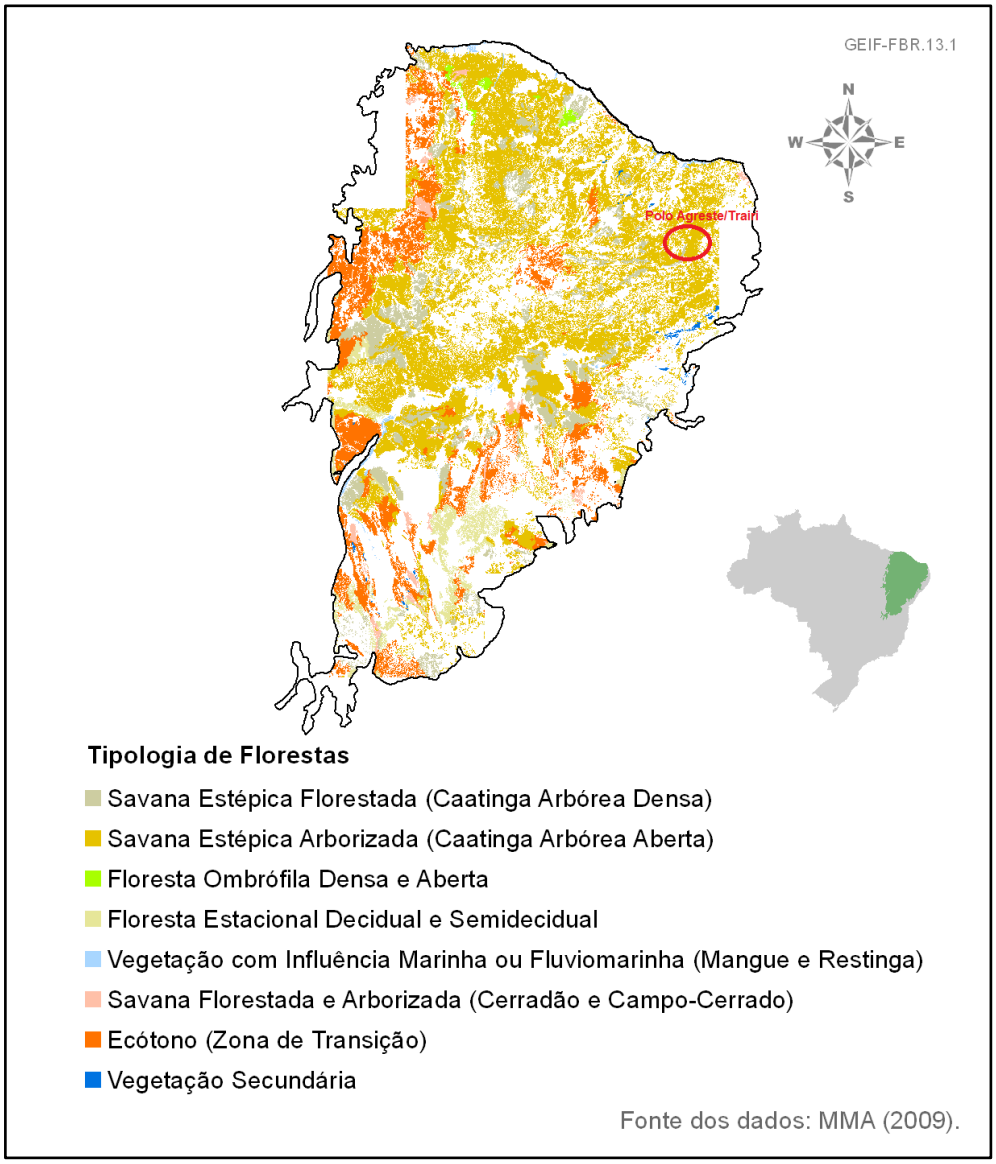
O IDH dos municípios estudados, todos na faixa de 0,500 a 0,799, considerado um IDH médio, característico de espaços demográficos em processo de desenvolvimento, confirmam os outros dados das tabelas, principalmente as deficiências e carências na educação, a baixa renda per capta das populações locais, a falta de infraestrutura, principalmente a coleta e tratamento dos esgotos domésticos, as deficiências dos serviços de saúde e outros. Para implantação do Polo em questão, além da necessidade de implantação e melhoria da infraestrutura básica e de serviços, serão necessários maiores investimentos em educação em ensino básico, médio, superior e profissionalizante, tendo como foco disciplinas voltadas para o turismo, para determinados serviços e para a área ambiental.

5.2 CONDIÇÕES AMBIENTAIS

5.2.1 Cobertura Vegetal

Todos os municípios que compõe o Polo Agreste/Trairi estão inseridos dentro do Bioma Caatinga, que consiste um tipo de vegetação que cobre grande parte da área com clima semiárido da região Nordeste do Brasil. As plantas neste Bioma não possuem características uniformes, havendo diferenças quanto a morfologia, dominância e ocorrência em função de diferenças quanto ao tipo de solo, relevo, ocorrência de chuvas e outros fatores. No geral a caatinga possui um aspecto agressivo devido à grande variedade e abundância de cactáceas, colunares ou não, e também pela quantidade de espécies arbustivas e arbóreas com espinhos e caducifólias (perdem as folhas nos períodos secos).

FIGURA 19: COBERTURA DO BIOMA CAATINGA NO BRASIL.

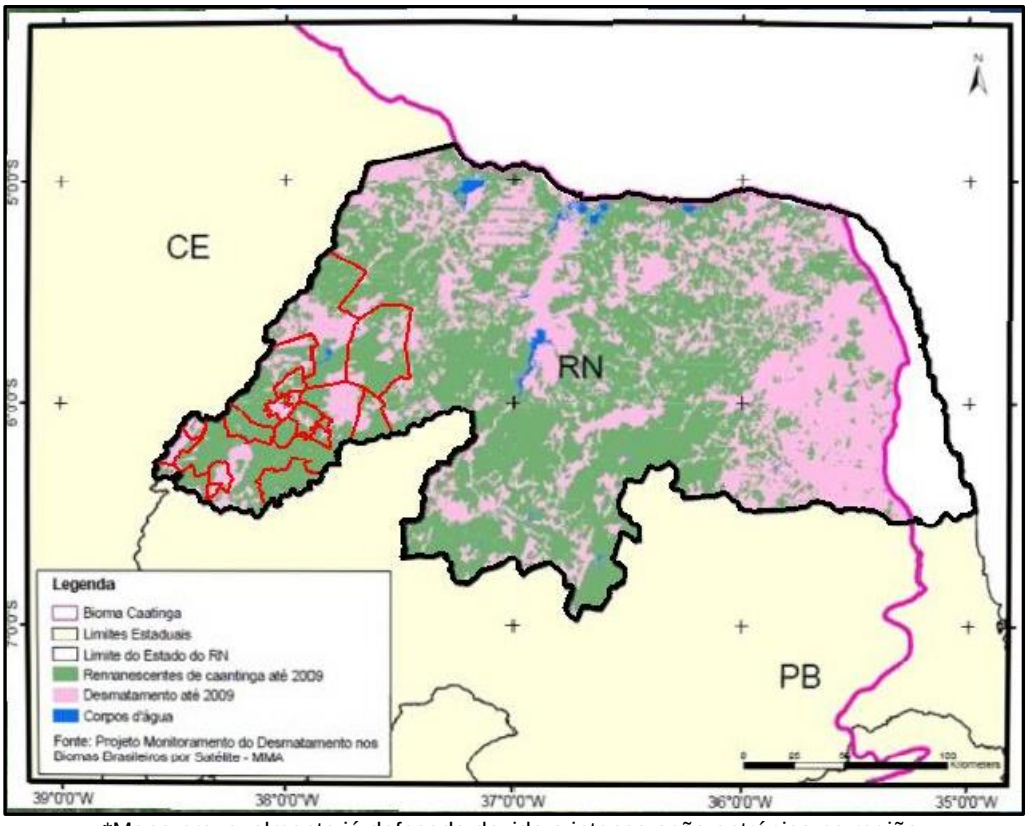


Fonte: BRASIL (2009 apud SERVIÇO FLORESTAL BRASILEIRO [s.d])

Na área do Polo Agreste/Trairi, constatou-se o predomínio da Savana Estépica Arborizada (Catinga Arbórea Aberta), que possui dois estratos bem distintos: um, arbustivo-arbóreo superior, esparso, geralmente de características idênticas ao da Savana Estépica Florestada, e outro, inferior gramíneo-lenhoso, também de relevante importância fitofisionômica (IBGE, 2012).

FOTO 39: VISTA DE UM TRECHO DE CAATINGA ARBÓREA ABERTA NO PERÍODO DE SECA EM SERRA DE SÃO BENTO.
Fonte: ITEC, 2015.

FIGURA 20: MAPA DO DESMATAMENTO DO PROJETO CAATINGA - 2009.



*Mapa provavelmente já defasado devido a intensa ação antrópica na região.
Fonte: WCS BRASIL, 2009.

Apesar das diferenças principalmente no microclima, de solos e de altitude, a vegetação nativa predominante ainda remanescente, como já foi citado acima é Catinga Arbórea Aberta, tanto na região da Depressão Sertaneja quanto na Chapada da Borborema, não tendo sido observados remanescentes de Caatinga Arbórea Densa, o que poderia ser justificado pela intensa ação antrópica nas últimas décadas, com incêndios, desmatamentos para formação de pastagens, plantios de forrageiras, algodão e outros, retirada de espécies lenhosas para construção de cercas e queima nas fazendas, residências e em alguns estabelecimentos comerciais e industriais nas cidades da região.

Entre as espécies mais encontradas estão a catingueira(*Caesalpiniapyramidalis*), ofacheiro(*Pilosocereuspachycladus*), o faveleiro(*Cnidoscolusquercifolius*), o juazeiro(Ziziphusjoazeiro), a jurema-preta(*Mimosa hostilis*), o marmeleiro(*Cydonia oblonga*), o mufumbo(*Combretumleprosum*), a oiticica(*Licaniarigida*), o pau d'arco(*Handroanthusimpetiginosus*), o pereiro(*Aspidospermapyrifolium*) e oxique-xique(*Pilosocereuspolygonus)*.

FOTO 40: ESPÉCIE COROA DE FRADE (*MELOCACTUS BAHIENSIS*) AO CENTRO E A DIREITA ESPÉCIE CONHECIDA COMO GRAVATÁ (*NEOGLAZIOVIAVARIEGATA*)EM AFLORAMENTO ROCHOSO EM MONTE DAS GAMELEIRAS.
Fonte: ITEC, 2015.

FOTO 41: FACHEIRO (*PILOSOCEREU SPACHYCLADUS)* EM ÁREA NO MUNICÍPIO DE MONTE DAS GAMELEIRAS.
Fonte: ITEC, 2015.

FOTO 42: ESPÉCIE XIQUE-XIQUE (*PILOSOCEREUSPOLYGONUS*) EM AFLORAMENTO ROCHOSO EM MONTE DAS GAMELEIRAS
Fonte: ITEC, 2015.

Além da degradação das fitofisionomias predominantes no Bioma Caatinga, as Caatingas Arbórea Aberta e Arbórea Densa, cabe destacar a degradação por uma espécie invasora, a algarobeira (*Prosopisjuliflora*, Fabaceae), ocupando as áreas mais férteis e úmidas, mas que podem ter grande utilidade para construção de cercas, alimentação animal e queima como lenha, diminuindo a pressão sobre as espécies nativas lenhosas.

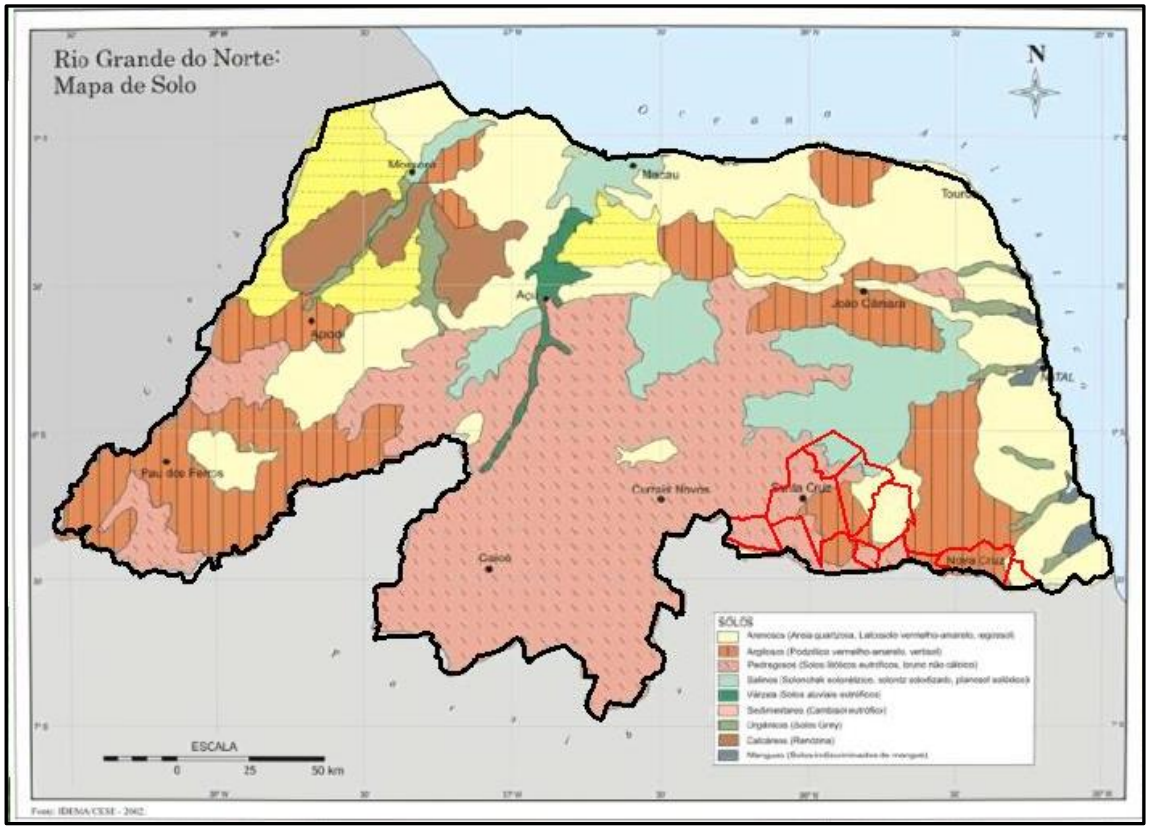
FOTO 43: ALGAROBEIRAS AS MARGENS DE ESTRADA RURAL EM TANGARÁ.
Fonte: ITEC, 2015.

Com aumento do turismo e o provável incremento da economia, poderá ocorrer uma pressão sobre os remanescentes de Caatinga ainda existentes, principalmente na periferia das cidades, com a migração da população rural para as cidades devido a maiores oportunidades de emprego, com a especulação imobiliária e para obtenção de madeira para cercar, para construções e fornos de empreendimentos como padarias e pizzaria e olarias, entre outros.

5.2.2 Solos

Os municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi possuem uma grande variedade de solos, desde os mais profundos com textura arenosa ou argilosa, até os solos mais rasos ou pedregosos, ou mesmo os afloramentos calcários ou de rochas quartzíticas, com diversos níveis de fertilidade, influindo na sua cobertura vegetal nativa e mesmo na sua aptidão agrícola.

FIGURA 21: MAPA DE SOLOS DO RIO GRANDE DO NORTE.



Fonte: IDEMA/RN (apud BRITO, 2010 p. 23).

SolosArenosos

Latossolo Vermelho-Amarelo - Têm cores vermelho-amareladas, são profundos, com boa drenagem e normalmente baixa fertilidade natural, embora se tenha verificado algumas ocorrências de solos eutróficos (IBGE, 2007). Normalmente são solos mais utilizados na formação de pastagens, mas quando expostos são bastante susceptíveis ao surgimento de processos erosivos, tendo sido observados ocorrendo principalmente em Serrinha dos Pintos e parte do município de Martins.

Neossolos Quatzarénicos - São encontrados em maiores concentrações nas zonas do semiárido, sendo profundos e arenosos, baixa fertilidade (IBGE, 2007), e quando desmatados e submetidos a longos períodos de seca tem grande possibilidade de entrar em processo de desertificação. Foram observados principalmente em municípios situados na Depressão Nordestina, como Caraúbas.

Solos Salinos

Planossoloháplico – Solos minerais com impedimentos de drenagem ou mal drenados, que durante períodos chuvosos pode permanecer saturado. Com horizonte superficial ou subsuperficial eluvial (desagregação de rochas), de textura mais leve que contrasta abruptamente com o horizonte B imediatamente subjacente, adensado e geralmente com acentuada concentração de argila, com permeabilidade lenta ou muito lenta.

Solos Argilosos

Argissolo Vermelho-amarelo - Os solos desta classe têm como característica marcante um aumento de argila do horizonte superficial A para o subsuperficial B que é do tipo textural (Bt), geralmente acompanhado de boa diferenciação também de cores e outras características(IBGE, 2007).

Luvissolo Crômico - São solos de profundidade mediana, com cores desde vermelhas a acinzentadas, horizonte B textural ou nítico abaixo de horizonte A fraco, moderado ou horizonte E, argila de atividade alta e alta saturação por bases. Geralmente apresentam razoável diferenciação entre os horizontes superficiais e os subsuperficiais. A mineralogia das argilas condiciona certo fendilhamento em alguns perfis nos períodos secos (IBGE, 2007).

Solos Litólicos

NeossolosLitóloco,- Solos rasos, constituídos por material mineral ou material orgânico pouco espesso, sem apresentar qualquer tipo de horizonte B diagnóstico, ocorrendo principalmente nas áreascom relevos muito acidentados de morrarias e serras (IBGE, 2007)como nos municípios situados na Chapada da Borborema.

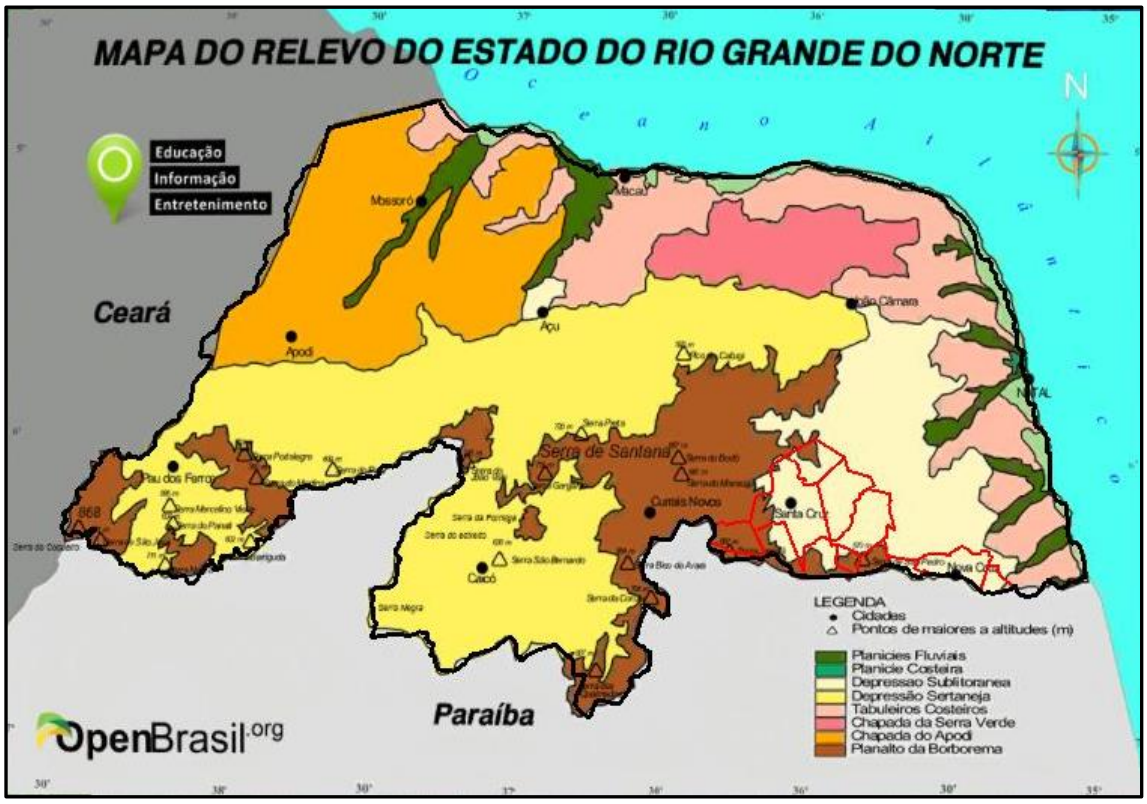
O aumento do desmatamento, bem como a movimentação de solos para expansão das cidades e implantação de novos empreendimentos pode causar alguns inconvenientes, como deixar os solos expostos e suscetíveis aos processos erosivos e carreamento dos solos para as drenagens nos períodos chuvosos.

5.2.3 Relevo

O Rio Grande do Norte caracteriza-se por possuir características geomorfológicas bem variadas, com planalto ao norte, terras baixas contornando o planalto a leste, norte e oeste e maciços isolados nas regiões sul e oeste. Das oito formas de relevo, identificadas na figura a seguir, basicamente duas estão presentes no Polo Agreste/Trairi: a Depressão Nordestina (porção Sublitorânea) e o Planalto da Borborema, cuja descrição será feita após a figura.

Cabe destacar que essa variedade de formas de relevo constitui atrativos, em função das diferenças climáticas que podem ser proporcionadas, pelo aspecto visual ou mesmo para desenvolvimento de turismo de aventura e ecoturismo.

FIGURA 22: MAPA DO RELEVO DO RIO GRANDE DO NORTE OBSERVANDO-SE (EM VERMELHO) OS MUNICÍPIOS DO POLO AGRESTE/TRAIRI.



Fonte: OpenBrasil, [s.d]

Depressão Sertaneja Setentrional (Sublitorânea)

Região que envolve o Planalto da Borborema, caracteriza-se como um importante dispersor da drenagem, possuindo uma rede de drenagem abrangente que é responsável pela intensa dissecação que ocorre nesta forma de relevo. Entre as áreas elevadas do Planalto da Borborema formaram-se zonas aplainadas onde os processos erosivos suplantaram os processos de acumulação de sedimentos, formando a chamada “depressão sertaneja” (Ab´Saber, 1969).

FOTO 44: AÇUDE TRAIRI NO MUNICÍPIO DE TANGARÁ NO CENTRO DA DEPRESSÃO SERTANEJA SUBLITORÂNEA.
Fonte: ITEC, 2015.

Planaltos Residuais Sertanejos

Caracteriza-se pelas elevações residuais sobre a topografia plana da Depressão Sertaneja, conhecidas como *inselbergs*, apresentando-se de forma descontínua, sendo apresentadas como conjunto de relevos montanhosos compartimentados em blocos isolados pelas depressões, formados por rochas do embasamento cristalino submetidos aos processos de dissecação e erosão (IBGE, 2009).

FOTO 45: AO FUNDO AMOSTRA DE PLANALTO RESIDUAL AO LADO DA CIDADE DE SÍTIO NOVO.
Fonte: ITEC, 2015.

Planalto da Borborema

Caracteriza-se como conjunto estrutural que se estende do Estado de Alagoas ao Rio Grande do Norte, possuindo diferentes estágios da evolução do relevo, decorrentes das interferências tectónicas combinadas às modificações climáticas ao longo do tempo. Possui altitudes que variam de 200 a 300 m, podendo ultrapassar os 700 m em alguns trechos. As feições são formadas por rochas pré-cambrianas e paleozoicas representadas por granitos, filitos e quartzitos (IBGE, 2009).

FOTO 46: VISTA DE ÁREA DE MONTE DAS GAMELEIRAS NA CHAPADA DA BORBOREMA E AO FUNDO A DEPRESSÃO SERTANEJA.
Fonte: ITEC, 2015.

5.2.4 Clima

Quando se fala do clima no Polo Agreste/Trairi é importante destacar as diferenças existentes nas áreas localizadas na Depressão Sertaneja (Sublitorânea) daquelas situadas no Planalto da Borborema, que possui temperaturas mais amenas, possuindo uma maior média de precipitação, podendo ser um dos atrativos para os moradores das regiões vizinhas.

O clima nos municípios localizados na Depressão Sertaneja, como no caso de Nova Cruz e Santa Cruz, é classificado como semiárido quente(do tipo Bsh na classificação climática de *Köppen-Geiger*), apresentando temperatura média anual de 26,7°C e precipitação média de 827 milímetros (mm) anuais, concentrados entre os meses de fevereiro e maio, sendo março o mês de maior precipitação (227 mm). O tempo médio de insolação é de aproximadamente 2700 horas anuais, com umidade relativa do arde 66%.

O incremento do desmatamento da caatinga poderá tornar o clima ainda mais árido, com aumento da média das temperaturas anuais e diminuição das precipitações, o que já tem ocorrido em função das mudanças climáticas globais.

Segue-se tabela contendo os dados climatológicos de Santa Cruz representando o clima da região do Polo Agreste/Trairi.

TABELA 33: DADOS CLIMATOLÓGICOS PARA SANTA CRUZ

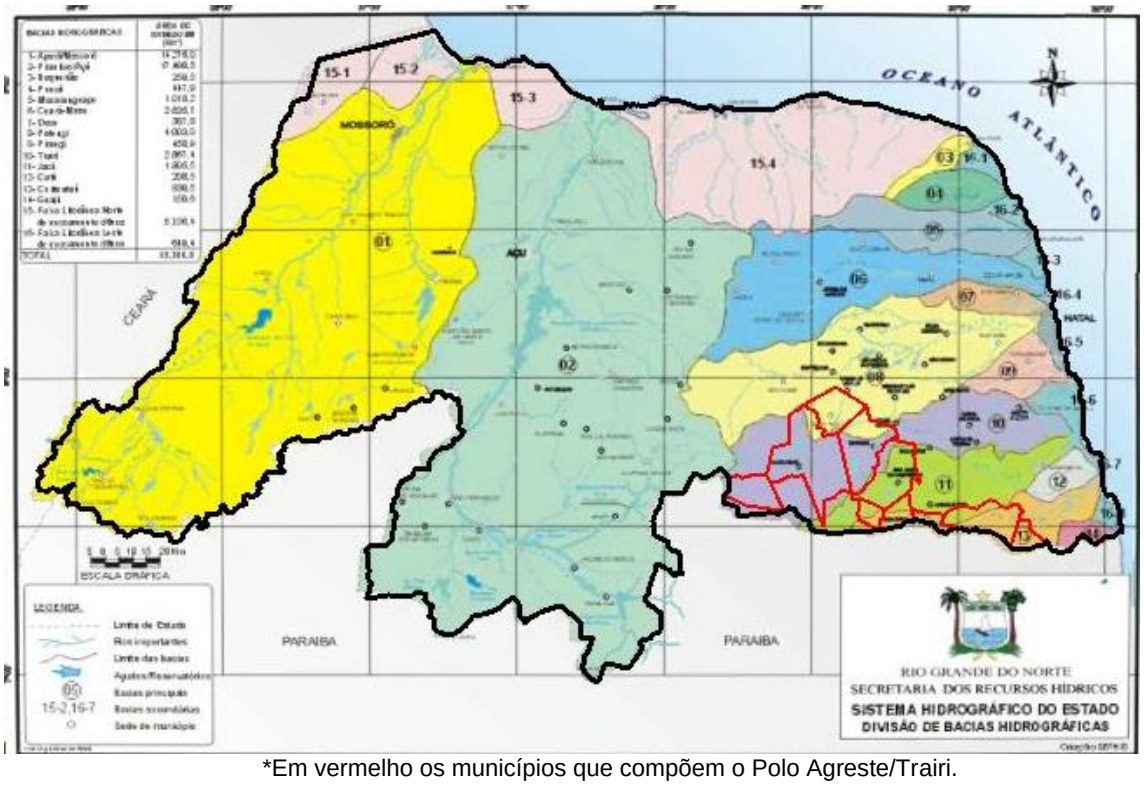
Mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Ano
Temperatura máxima média (°C)	31,4	31,2	30,6	29,7	28,7	27,3	27	27,6	29	30,4	31,2	31,3	29,6
Temperatura média (°C)	26	26	25,7	25,2	24,9	23,3	22,9	23,1	24	24,9	25,6	25,8	24,8
Temperatura mínima média (°C)	20,7	20,8	20,8	20,7	20,3	19,4	18,8	18,6	19,1	19,5	20	20,4	19,9
Precipitação **(mm)**	28	52	111	128	64	52	47	18	10	4	5	13	532

Fonte: Climate Data apud WIKIPEDIA (2016)

5.2.5 Recursos Hídricos

Os municípios que compõe o Polo Agreste/Trairi estão inseridos nas Bacias dos rios Potengi, Trairi, Jacu e Curimataú, que possuem suas nascentes nas encostas da Chapada da Borborema, atravessando a Depressão Nordestina, indo até as Planícies Fluviais e desaguando no Oceano Atlântico. As quatro bacias ocupam uma área de aproximadamente 9.596 km^2, representando em torno de 8,1% do território do Rio Grande do Norte. Na figura a seguir temos o Sistema Hidrográfico do Rio Grande do Norte e os municípios que compõem o Polo.

FIGURA 23: MAPA DE RECURSOS HÍDRICOS – RIO GRANDE DO NORTE.

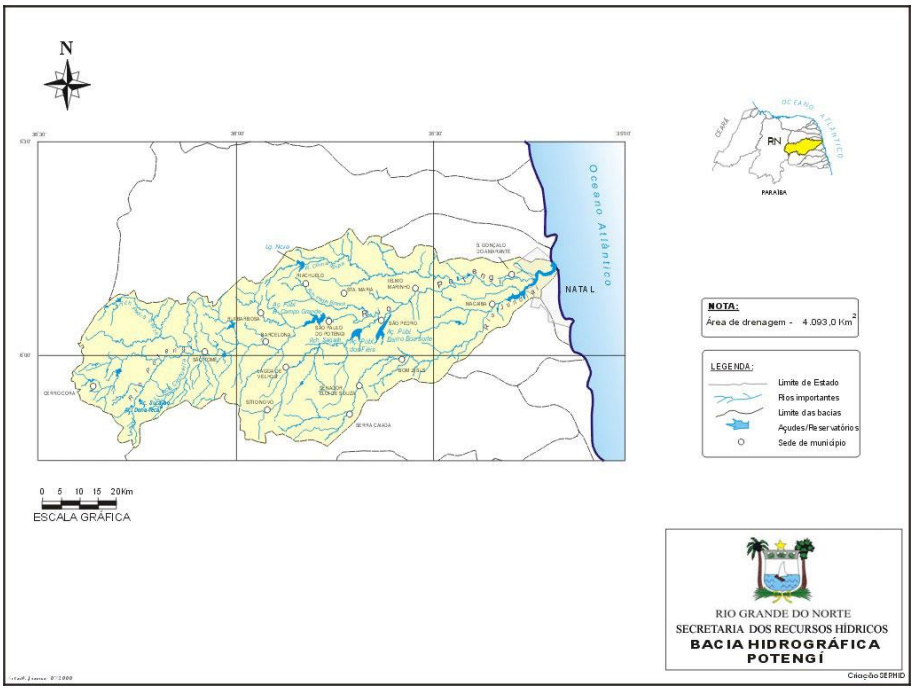


*Em vermelho os municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi.
Fonte: RIO GRANDE DO NORTE [s.d] - SEMARH

Bacia do Potengi

A bacia ocupa uma superfície de 4.093 km2, o que corresponde cerca de 7,7 % do território estadual, tendo sido cadastrados na bacia 245 açudes, totalizando um volume de acumulação de 109.986.600 m3 de água, correspondendo, respectivamente, a 10,9% e 2,5% dos totais de açudes e volumes acumulados do estado.

FIGURA 24: BACIA HIDROGRÁFICA DO POTENGI

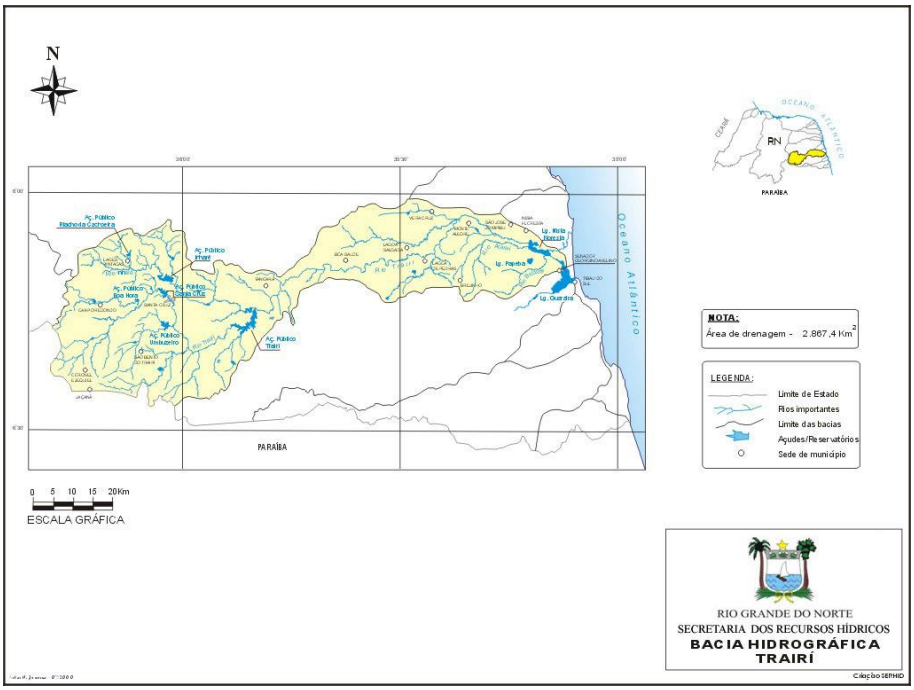


Fonte: SEMARH

Bacia do Trairi

A bacia ocupa uma superfície de 2.867,4 km2, correspondendo cerca de 5,4% do território estadual, tendo sido cadastrados 63 açudes, totalizando um volume de acumulação de 92.567.400 m3 de água, correspondendo, respectivamente, a 2,8% e 2,1% dos totais de açudes e volumes acumulados do Estado.

FIGURA 25: BACIA HIDROGRÁFICA DO TRAIRI

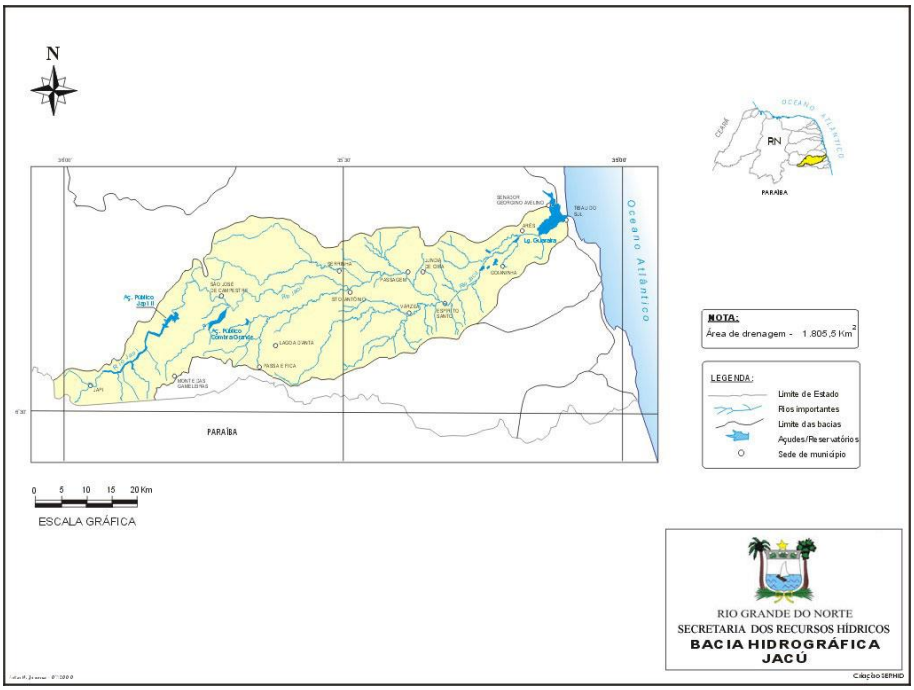


Fonte: SEMARH

Bacia do Jacu

A bacia ocupa uma superfície de 1.805,5 km2, correspondendo cerca de 3,4 % do território estadual, tendo sido cadastrados 44 açudes, totalizando um volume de acumulação de 51.127.500 m3 de água, correspondendo, respectivamente, a 2,0% e 1,1% dos totais de açudes e volumes acumulados do Estado.

FIGURA 26: BACIA HIDROGRÁFICA DO JACU

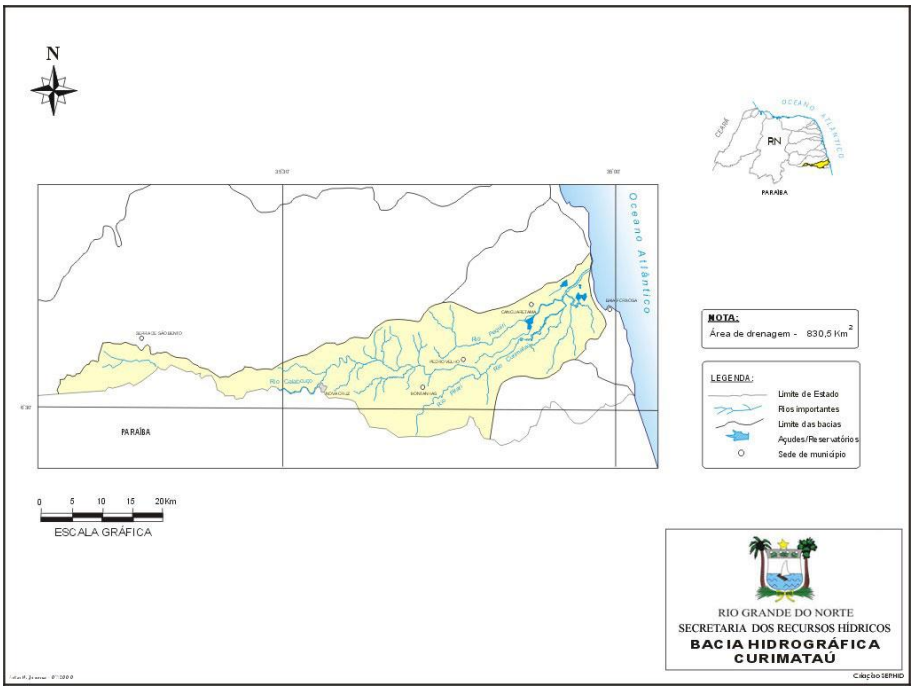


Fonte: SEMARH

Bacia do Curimataú

A bacia ocupa uma superfície de 830,5 km2, correspondendo cerca de 1,6% do território estadual, tendo sido cadastrados 25 açudes, totalizando um volume de acumulação de 3.918.400 m3 de água, correspondendo, respectivamente, a 1,1% e 0,1% dos totais de açudes e volumes acumulados do Estado. Todavia, não existe nenhum açude com capacidade igual ou superior a 10 milhões de m^3.

FIGURA 27: BACIA HIDROGRÁFICA DO CURIMATAÚ



Fonte: SEMARH

O aumento dos desmatamentos, as mudanças climáticas, os processos erosivos e o aumento do assoreamento, são fatores que poderão contribuir ainda mais na degradação dos recursos hídricos da região, com alterações de quantidade e qualidade, afetando ainda mais a oferta hídrica e o abastecimento dos municípios do Polo, sendo necessário um amplo programa para recuperação e reflorestamento das áreas de cabeceira e margens dos cursos d'água na região, quer sejam intermitentes ou não.

5.2.6 Unidades de Conservação

Nos municípios que compõe o Polo Agreste/Trairi não foram constatadas unidades de conservação de nenhuma das três esferas de governo, federal, estadual ou municipais. Contudo, foram identificadas algumas áreas protegidas nos municípios que compõe o polo ou em municípios vizinhos.

Áreas Protegidas

Sítio Natural identificado:

- **Sítio Novo** - existência de tanques com água e fósseis de proboscídeos, no município de Sítio Novo.

A criação de unidades de conservação em áreas a citada acima, além de conferir a possibilidade de aumento da sua conservação através de um instrumento legal, também poderá aumentar a possibilidade de obtenção de recursos para sua gestão, por meio da proteção (cercamento), vigilância, manejo, recuperação e outros. A Portaria Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente - IDEMA 134/2014 criou o Programa de Fomento a Unidades de Conservação Municipal do Rio Grande do Norte, no qual o Instituto garante apoio técnico, mas não garante apoio financeiro.

Na foto a seguir tem-se um exemplo da área conhecida com Pedra da Mesa, em Monte das Gameleiras, que poderá ser transformada em unidade de conservação ou área protegida, sendo necessária a realização de estudos para tal definição.

FOTO 47: ÁREA DA PEDRA DA MESA EM MONTE DAS GAMELEIRAS NA CHAPADA DA BORBOREMA.
Fonte: ITEC, 2015.

5.3 IDENTIFICAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS NO MEIO AMBIENTE

Nem sempre é fácil definir e identificar os impactos advindos das atividades turísticas, uma vez que, além dos impactos mensuráveis, como aqueles negativos causados ao meio ambiente como, aumento do consumo de recursos naturais, aumento na geração de resíduos sólidos e efluentes, ou mesmos os positivos como aumento do emprego e geração de renda, tem-se aqueles de difícil avaliação e mensuração, como os impactos sobre os costumes e aspectos culturais das populações locais. Vários estudos e trabalhos indicam como os principais impactos do turismo nas populações e comunidades locais os seguintes:

- O aumento da autoestima e orgulho em relação à sua localidade e aos seus hábitos, costumes e cultura;

- O incentivo à criação de novas áreas de proteção e conservação da fauna, flora, paisagem natural, sítios arqueológicos e outros;
- A implantação e melhoria da infraestrutura de modo geral;
- Aumento na geração de renda, na criação de empregos e aumento na arrecadação de impostos.

Como impactos negativos do turismo destacam-se:

- A especulação imobiliária, elevando o preço dos terrenos e imóveis, descaracterizando o ambiente e expulsando os moradores locais mais pobres para áreas periféricas (no Polo tem-se o exemplo de Monte das Gameleiras);
- Importação de mão de obra para serviços mais especializados;
- Sobrecarga da infraestrutura viária, de saneamento básico e dos serviços públicos existentes nas localidades;
- Aumento do preço das mercadorias, do barulho, da quantidade de lixo, do consumo de água e outros recursos naturais;
- Alteração nos hábitos, costumes e cultura das populações e comunidades tradicionais.

O impacto negativo sobre os costumes, hábitos, cultura e religião das populações e comunidades locais pode ser atribuída a alguns fatores como:

- A transformação de determinados rituais espirituais e religiosos tradicionais em espetáculos com fins comerciais e econômicos, causando uma crise de identidade e significado entre a população e os mesmos;
- Muitos moradores acabam abandonando as atividades de sacerdócio bem como a participação nos eventos tradicionais para se dedicar exclusivamente ao turismo em função do maior retorno financeiro;
- Os rituais religiosos passam a ser feitos para o entretenimento de turistas;
- A adoção por parte da população das comunidades locais dos hábitos, costumes e cultura dos turistas havendo, portanto, uma perda de identidade.

Turismo e Saúde Pública

Uma questão que deve ser considerada atualmente no Brasil, principalmente em função do grande número de infecções ocorridos nos últimos anos pelos três vírus transmitidos pelo *Aedes aegypti*, causando as doenças conhecidas como dengue, chikungunya e zika, é a

questão do turismo e seu impacto na saúde pública, principalmente em função do deslocamento de pessoas de áreas mais infectadas para comunidade que ainda não haviam sido contaminadas. Com a criação da Associação de Medicina do Turismo em 1983 na Itália, iniciou-se um trabalho a fim de fomentar pesquisas e programas informativos sobre as questões de saúde relacionadas com o turismo, tendo como foco inicial as doenças infecciosas que os turistas podem contrair durante uma viagem, bem como a análise de estratégias de prevenção e controle (SANTOS), tendo posteriormente recebido a colaboração da OMT, da Organização Mundial da Saúde - OMS e da Organização Pan Americana de Saúde - OPAS. Em 1987 foi inaugurado no Brasil o Centro de Informação em Saúde para Viajantes - CIVES, ligado à Universidade Federal do Rio de Janeiro, sendo criados em seguida o Núcleo de Medicina do Viajante do Hospital Emílio Ribas, em maio de 2000, e o Ambulatório de Medicina do Viajante do Hospital das Clínicas, em janeiro de 2001, ambos em São Paulo (SANTOS).

Além dos problemas de saúde a que são expostos os turistas durante suas viagens, àqueles devidos a rápida mudança de ambiente, pela ingestão de bebidas e alimentos contaminados, devido a falta de higiene nos centros de banho, as picadas de inseto e mordidas de animais, ao contato direto, inclusive sexual, com os moradores dos locais visitados, ao uso abusivo de álcool e drogas ilegais como maconha e cocaína e a precariedade do sistema de saúde disponível nas comunidades visitadas, os moradores das comunidades também estão expostos a problemas de saúde causados pelo uso abusivo de álcool e drogas introduzidas pelos turistas, pelas enfermidades contraídas devido aos turistas infectados com patógenos que não estavam presentes nas comunidades, ao incremento da produção do lixo e o contato informal, íntimo e sexual com os turistas (SANTOS).

Os cuidados com a seleção e preparação dos alimentos, o uso da água, o tratamento do lixo e esgoto e a prevenção às DST / Aids e ao uso abusivo de álcool e drogas ilícitas, constituem as principais recomendações dos pesquisadores para evitar os agravos à saúde que acometem os turistas e moradores (SANTOS).

5.4 GESTÃO AMBIENTAL PÚBLICA

O IDEMA é uma autarquia que tem como objetivos a preservação, conservação, aproveitamento, uso racional e recuperação dos recursos ambientais, bem como fiscalizar o cumprimento das normas de proteção, controle, utilização e recuperação dos recursos ambientais, aplicando as penalidades disciplinares e/ou compensatórias às infrações apuradas. Dentre as competências do IDEMA temos o Licenciamento Ambiental e a implementação do Plano de Gestão Ambiental Compartilhada, que tem por objetivo apresentar uma proposta de gestão ambiental compartilhada para o Estado do Rio Grande do Norte, com a finalidade de descentralizar aos municípios a atribuição de licenciamento ambiental das atividades consideradas potencialmente poluidoras e degradadoras e sua fiscalização e monitoramento, desde que atendidos alguns critérios técnicos e institucionais.

Licenciamento Ambiental

É o procedimento administrativo por meio do qual se avalia a localização e se autoriza a implantação e a operação de empreendimentos considerados efetiva ou potencialmente causadores de poluição ou degradação ambiental.

O Decreto nº. 14.338, de 25/02/1999, que aprovou o Regulamento do IDEMA, atesta a competência do órgão para formular, coordenar, executar e supervisionar a política estadual de preservação, conservação, aproveitamento, uso racional e recuperação dos recursos ambientais (Art. 2º, III). Mais especificamente, o Art. 14 diz que cabe à Coordenadoria do Meio Ambiente - CMA do IDEMA analisar projetos e demais documentos referentes à concessão ou renovação de licença e à implantação de equipamentos e sistemas de controle de poluição. Além do licenciamento Ambiental o IDEMA também tem como competência o Licenciamento de Fauna e o Licenciamento Florestal.

O Sistema de Licenciamento Ambiental do IDEMA contempla os seguintes instrumentos:

- Licença Prévia (LP): concedida na etapa preliminar do projeto, contém os requisitos básicos e condicionantes a serem atendidos nas suas fases de localização, instalação e operação, observando-se a viabilidade ambiental do empreendimento nas fases subsequentes do licenciamento;
- Licença de Instalação (LI): autoriza o início da implantação do empreendimento, de acordo com as especificações constantes dos planos, programas e projetos aprovados, incluindo as medidas de controle ambiental e demais condicionantes;
- Licença de Operação (LO): concedida após as verificações necessárias, para facultar o início da atividade requerida e o funcionamento de seus equipamentos de controle de poluição, de acordo com o previsto nas licenças prévia e de instalação;
- Licença Simplificada (LS): concedida para a localização, instalação, implantação e operação de empreendimentos e atividades que, na oportunidade do licenciamento, possam ser enquadrados na categoria de pequeno e médio potencial poluidor e degradador e de micro ou pequeno porte. A critério do interessado, esta licença poderá ser expedida em duas etapas, sendo a primeira para análise da localização do empreendimento (Licença Simplificada Prévia – LSP) e a segunda para análise das respectivas instalação, implantação e operação (Licença Simplificada de Instalação e Operação – LSIO);
- Licença de Regularização de Operação (LRO): de caráter corretivo e transitório, destinada a disciplinar, durante o processo de licenciamento ambiental, o funcionamento de empreendimentos e atividades em operação e ainda não licenciados, sem prejuízo da responsabilidade administrativa cabível;

- Licença de Alteração (LA): para alteração, ampliação ou modificação do empreendimento ou atividade regularmente existente;
- Autorização Especial (AE): concedida para atividades de caráter temporário ou que não impliquem em instalações permanentes;
- Autorização para Teste de Operação (ATO): poderá ser concedida previamente à concessão da LO, quando necessária, para avaliar a eficiência das condições, restrições e medidas de controle ambiental impostas à atividade ou ao empreendimento.

SISLIA

O Licenciamento Eletrônico é um procedimento de análise de pedidos de licença ambiental que se enquadrem nos parâmetros da Licença Simplificada e que visa dar agilidade às análises das atividades cujos impactos ambientais são previamente conhecidos pelo órgão ambiental. Para tanto, o empreendedor deverá fornecer informações e anexar documentos digitais, através de plataforma acessível pela internet, os quais serão parametrizados e criticados a fim de verificar a conformidade da atividade com a legislação ambiental. Podem tramitar virtualmente os seguintes atos administrativos:

- Licença Simplificada
- Licença Simplificada Prévia
- Licença Simplificada de Instalação E Operação
- Licença de Regularização de Operação
- Renovação de Licença Simplificada
- Inexigibilidade de Licença (Dispensa de Licença)

RESOLUÇÃO Nº 03/2009

A Resolução Nº 03/2009, do Conselho Estadual de Meio Ambiente – CONEMA aprovou o Plano de Gestão Ambiental Compartilhada do Estado do Rio Grande do Norte – Licenciamento, Fiscalização e Monitoramento Ambiental, autorizando o IDEMA a dar início aos programas e ações nele previstos, criando também a Câmara Técnica de Gestão Ambiental Compartilhada, com a seguinte composição: composta pelos seguintes membros permanentes:

I - Secretaria Municipal de Meio Ambiente de município dotado de órgão ambiental (01 representante, com rodízio a cada 02 anos);

II - Representante da Ordem dos Advogados do Brasil, Seção do Rio Grande do Norte (OAB/RN);

III - Representante das Associações de classe, de profissionais de nível superior, cuja atuação esteja relacionada com a preservação da qualidade ambiental, com sede no Rio Grande do Norte;

IV - Representante da Federação dos Municípios do Rio Grande do Norte – FEMURN;

As competências da Câmara Técnica de Gestão Ambiental Compartilhada, também definidas na resolução, são:

a) Definir os critérios de classificação dos níveis de gestão, para fins de formalização de convênio de cooperação e declaração de assunção de competência;

b) Opinar, perante o CONEMA sobre o atendimento dos requisitos mínimos para formalização dos convênios de cooperação;

c) Analisar os termos de cooperação, visando sua adequação às diretrizes do Plano de Gestão Compartilhada;

d) Acompanhar a execução dos convênios, informando semestralmente os resultados verificados;

e) Revisar, anualmente, o Plano de Gestão Ambiental Compartilhada, incorporando experiências e adequando-o ao contexto atual;

f) Propor ações convergentes com os objetivos do Plano;

g) Opinar, perante o CONEMA, sobre a inclusão/alteração de atividades e empreendimentos de competência municipal sempre que houver alterações no Anexo Único da Resolução CONEMA 04/2006.

Com o objetivo de desenvolver uma consciência e apoiar o processo de descentralização da gestão ambiental no estado o IDEMA desenvolveu o projeto “Caravana Ecológica”, promovendo junto à sociedade práticas educativas que possam despertar o interesse sobre as questões ambientais globais e locais, sendo as apresentações divididas e realizadas nos seguintes espaços: Central de Atendimento, Espaço da Ciência, Teatro, Biblioteca/Artes, Oficina de Reutilização de Material Reciclável, além do Cinema na Praça e do Curso de Capacitação em Educação Ambiental (IDEMA, 2009).

Em 2006, foi realizado nos municípios de Areia Branca, Ielmo Marinho, Serra Negra do Norte, Lucrécia, Equador, Cerro Corá, Jandaíra, Nísia Floresta, Guamaré, Serrinha, Jardim do Seridó, Alexandria, Macaíba, Carnaúba dos Dantas, Florânia, Pureza, Caraúbas, Encanto, Extremoz, São José de Mipibu e Natal, e no período de 2007/2008 nos municípios de Pedro Velho, Canguaretama, Espírito Santo, Lagoa Nova, Pedra Preta, Santa Maria, Taipu, Angicos, Timbaúba dos Batistas, São João do Sabugi, Apodi, Janduis, Portalegre, Luís Gomes, Serra do Mel, Antônio Martins, São José de Campestre e Grossos (IDEMA, 2009).

Outras iniciativas de gestão e educação ambiental desenvolvidos pelo IDEMA foram desenvolvidos os projetos “Jovem em Ação Ambiental”, que tem como objetivo promover a formação de jovens agentes ambientais e monitores educadores ecológicos, e o “Barco-Escola Chama-maré” sobre questões ambientais do Estuário do Rio Potengi (IDEMA, 2009).

O Programa de Capacitação de Gestores Ambientais e Conselheiros do SISNAMA no Rio Grande do Norte (PNC/RN), realizado entre 2006 / 2007, obteve os seguintes resultados:92% dos municípios foram contemplados e um total de 403 (quatrocentos e três) gestores ambientais capacitados (IDEMA, 2009).

E finalmente o projeto “Apoio à Gestão Ambiental dos Municípios” (2009/2010) tem como objetivo apoiar o processo de descentralização da gestão ambiental no âmbito do Estado, por meio do assessoramento à criação e/ou implantação dos Sistemas Municipais, tendo proposto a realização das seguintes ações:

a) Oferecer suporte técnico-científico para o desenvolvimento de estudos visando à construção de um plano de gestão ambiental para os municípios sem perspectiva de sustentabilidade;

b) Dar apoio técnico à elaboração e/ou revisão de documentos jurídico-institucionais que tratem da criação e/ou implantação do SISMUMA;

c) Promover e estimular ações voltadas para o campo da educação e comunicação ambiental;

d) Estruturar um Sistema de Informação Ambiental para os municípios.

Etapas da Gestão Ambiental Compartilhada

Havendo interesse do município em assumir as atividades de licenciamento, fiscalização e monitoramento ambiental dos empreendimentos ou atividades consideradas de impacto local, o Idema, representando o Estado, firmará convênio com os entes interessados e acompanhará o desenvolvimento das ações nele previstas. Caberá ao Idema:

- Orientar os gestores e técnicos municipais quanto aos requisitos da gestão compartilhada, bem como a preparação e tramitação dos documentos necessários à formalização do convênio;
- Contribuir, no período de duração do convênio, para a capacitação municipal, através de treinamentos, palestras, visitas e reuniões técnicas;
- Acompanhar o convênio firmado, emitindo pareceres a atestando o cumprimento das etapas previstas;
- Atender, durante a validade do convênio, a demandas de questões municipais no âmbito da gestão, do licenciamento, da fiscalização e do monitoramento ambiental das atividades ou empreendimentos de impacto local.

Ao final do prazo de validade do convênio e cumpridas todas as etapas exigidas, o Idema emitirá relatório detalhando o desenvolvimento dos trabalhos e parecer atestando que o município tem estrutura e condições técnicas para assumir as novas atribuições. Esse relatório e o parecer serão apreciados pelo Conselho Estadual de Meio Ambiente (CONEMA), a quem caberá emitir uma Resolução declarando a assunção da competência pelo ente para realizar licenciamento, fiscalização e monitoramento ambiental das atividades ou empreendimentos de impacto local. A partir de então, o Idema não mais atuará nessas atividades ou empreendimentos.

Requisitos para a Gestão Ambiental Compartilhada

A implantação de um modelo de Gestão Compartilhada deve consideraras peculiaridades de cada ente, apresentar um caráter flexível quanto à perspectiva de implantação parcial e quanto ao cumprimento comprovado dos requisitos, ou o compromisso de assumi-los gradativamente.

Por parte do Estado:

No que compete ao Estado, será necessário, inicialmente, adotar as seguintes providências:

1. Editar Resolução do CONEMA, aprovando as diretrizes do Plano de Gestão Compartilhada e a lista de tipologias dos empreendimentos ou atividades considerados de impacto local.

2. Criar no âmbito do CONEMA, a Câmara Técnica da Gestão Ambiental Compartilhada;

3. Promover, no âmbito do Projeto de Apoio à Gestão Ambiental dos Municípios, treinamentos que capacitem seus técnicos a elaborar e manter os seguintes instrumentos:

    a) Plano de Gestão Ambiental Municipal;

    b) Elaboração de legislação ambiental municipal;

    c) Rotinas e práticas do licenciamento ambiental;

    d) Plano de fiscalização ambiental;

    e) Plano de monitoramento ambiental;

    f) Formação e estruturação dos Conselhos Municipais de Meio Ambiente.

4. Manter no Idema uma estrutura de acompanhamento das atividades de gestão compartilhada, entre elas: orientar gestores e técnicos municipais durante a preparação e tramitação dos documentos requeridos pelo processo de habilitação; contribuir para a capacitação municipal através de treinamentos, palestras, visitas e reuniões técnicas; acompanhar convênios; atender a demandas de questões

municipais no âmbito da gestão e do licenciamento ambiental de impacto local, entre outras atividades igualmente relevantes.

Por parte dos Municípios:

A estruturação dos Municípios, para o exercício da Gestão Ambiental Compartilhada, requer o cumprimento e a manutenção dos seguintes requisitos:

a) Possuir Plano Diretor ou Lei de Diretrizes Urbanas.

b) Implantação de um Conselho Municipal de Meio Ambiente, com caráter consultivo, normativo e deliberativo, tendo em sua composição, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) de entidades não-governamentais;

c) Possuir, na estrutura administrativa, um órgão com atribuições para coordenar, executar e supervisionar a gestão ambiental local, definidas em reforma administrativa;

d) Demonstrar a previsão orçamentária para a implantação da política municipal de meio ambiente;

e) Possuir, nos quadros do órgão municipal responsável pelas ações de gestão ambiental, equipe técnica mínima multidisciplinar, constituída por profissionais capacitados e legalmente habilitados para o licenciamento, a fiscalização e o monitoramento ambiental;

f) Possuir legislação própria que regule o licenciamento, a fiscalização e o monitoramento ambiental, bem como as sanções administrativas pelo descumprimento das regras estabelecidas;

g) Implantação e operação do Fundo Municipal de Meio Ambiente.

Entretanto, diante da flexibilidade proposta no atual modelo e, considerando a dificuldade inicial de habilitação da maioria dos municípios do estado, recomenda-se que sejam atendidos inicialmente, no mínimo, os requisitos apresentados nas alíneas “a”, “b”, “c”, “d” e “e” acima. Os demais requisitos devem ser objeto do convênio a ser firmado entre o município e Idema, sendo esse acompanhado pela *Câmara Técnica da Gestão Ambiental Compartilhada* e pelo grupo técnico responsável pelo acompanhamento da gestão ambiental compartilhada e dos convênios firmados com os municípios.

Convênio de Cooperação aos Municípios

Inicialmente, o Município deverá demonstrar interesse em assumir o licenciamento, a fiscalização e o monitoramento ambiental das atividades de impacto local.

Uma vez informado, por escrito, desse interesse, o Idema, por meio do grupo técnico responsável pelo acompanhamento da gestão ambiental compartilhada, deverá analisar a situação e comprovar o atendimento aos requisitos necessários ao procedimento, emitindo parecer fundamentado acerca do deferimento ou não do pedido. Esse parecer será

submetido à análise do CONEMA que, no uso de suas atribuições, autorizará ou não o IDEMA a firmar o convênio.

Autorizado o convênio, o município será convocado para elaborar um instrumento contendo os compromissos e ações mútuas acerca dos requisitos pendentes, estabelecendo prazos para o seu cumprimento.

O instrumento de Convênio deverá conter, no mínimo:

a) Relação com a tipologia dos empreendimentos ou atividades e respectivos porte e potencial poluidor e degradador, a serem licenciados, fiscalizados e monitorados, de imediato, pelo Município, se for o caso;

b) O estabelecimento das atividades de licenciamento, fiscalização e monitoramento que serão repassadas, gradativamente, para o Município, se for o caso, acompanhado do cronograma para tal transferência;

c) As obrigações e as responsabilidades de cada ente do Convênio;

d) As formas, a periodicidade e o(s) responsável(eis) pelo fornecimento de informações ao CONEMA, para monitoramento da Gestão Compartilhada;

e) As rotinas estabelecidas para cada uma das partes;

f) O estágio atual de classificação da gestão e a meta a ser cumprida. Elaborado o documento definitivo, o Convênio será firmado e cópia de seu instrumento será remetida à *Câmara Técnica de Gestão Ambiental Compartilhada* do CONEMA.

Monitoramento da Gestão Compartilhada

Para monitorar o desenvolvimento do plano, é recomendável estruturar a Câmara Técnica da Gestão Ambiental Compartilhada, de modo a possibilitar o acompanhamento dos resultados e realizar os ajustes que se fizerem necessários. Essa Câmara deve ter programa de trabalho e metas definidos e aprovados pelo CONEMA.

Além disso, deverá ser criado no Idema, por Portaria, um grupo técnico que ficará responsável pelo acompanhamento e demais atividades associadas aos trabalhos da Gestão Ambiental Compartilhada.

RESOLUÇÃO Nº 04/2011

A Resolução CONEMA Nº 04/2011 alterou o ANEXO ÚNICO da Resolução CONEMA Nº 04/2009, no qual foram atualizados os empreendimentos e atividades considerados de impacto local para fins de licenciamento ambiental, entre eles os empreendimentos turísticos e outros também importantes para desenvolvimento do turismo.

5.5 GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS PRIVADAS.

Entre as iniciativas para gestão ambiental nas empresas privadas do Rio Grande do Norte foram identificadas:

- Plano Estratégico de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Norte 2016-2035, o Mais RN. Plano que foi baseado em amplo diagnóstico da situação do Estado, propondo uma estratégia de longo prazo, que se desdobra em ações para setores prioritários, mapeia oportunidades de investimentos e negócios para o setor privado, propõe uma agenda de iniciativas públicas capazes de impactar positivamente a competitividade sistêmica do Rio Grande do Norte e compartilha uma estimativa do montante de investimento necessário para o alcance das metas estratégicas (FIERN, 2013).
- Programa Bem Receber é uma iniciativa de abrangência nacional do SEBRAE que visa aprimorar a qualidade e a competitividade dos pequenos negócios de turismo — responsáveis por mais de 90% dos empreendimentos do setor –, estimulando seu melhor desempenho nas áreas econômica, ambiental, cultural e social, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável do país e a melhoria da imagem do destino Brasil no exterior.

5.6 INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO E CONTROLE TERRITORIAL

Além do licenciamento ambiental realizado pelo IDEMA, já detalhado anteriormente como instrumento de gestão ambiental, e que também é um instrumento de planejamento e controle territorial (principalmente na fase da concessão da Licença Prévia) tem-se a gestão ambiental, concedida na etapa preliminar do projeto, e que deve conter os requisitos básicos e condicionantes a serem atendidos para sua localização.

Plano Estadual de Recursos Hídricos

O Plano Estadual de Recursos Hídricos - PERH, concluído em dezembro de 1999, teve como objetivo fornecer todos os elementos que possibilitassem propor uma política eficiente para gestão dos recursos hídricos do Estado e fornecer informações que permitissem basicamente:

- determinar as potencialidades e efetivas disponibilidades hídricas, tanto dos recursos superficiais como subterrâneos;
- conceber e analisar as alternativas de infraestrutura hídrica apropriada para o desenvolvimento das atividades produtivas, tanto para anos com regime pluviométrico normal como para anos ditos secos (regime pluviométrico abaixo da média), considerando também

a implementação, ou não, do Projeto de Transposição de Águas do rio São Francisco;

- avaliar de forma global os impactos ambientais decorrentes da implementação da infraestrutura hídrica proposta;
- definir programas setoriais de implantação desta infraestrutura hídrica, nas dimensões temporal e espacial, com avaliação dos custos e benefícios associados;
- identificar e planejar as ações institucionais e legais necessárias à implantação e operacionalização de um sistema de gestão integrada dos recursos hídricos para o Estado;
- consolidar todo o acervo de informações hidrológicas em um banco de dados georreferenciado, que permitirá o acesso "online" a estes tipos de informações, incluindo mapas temáticos e imagens digitais resultantes dos estudos.

O Plano diagnosticou os principais problemas dos recursos hídricos estaduais, apresentou alternativas de soluções, recomendou procedimentos a serem adotados e diretrizes gerais a serem seguidas, constituindo-se em indicadores dos rumos norteadores das ações da Secretaria do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos - SEMARH até 2017.

Avaliação Ambiental Estratégica

A Avaliação Ambiental Estratégica - AAE é um instrumento de política ambiental que tem por objetivo auxiliar, antecipadamente, os tomadores de decisões no processo de identificação e avaliação dos impactos e efeitos, maximizando os positivos e minimizando os negativos, que uma dada decisão estratégica – a respeito da implementação de uma política, um plano ou um programa – poderia desencadear no meio ambiente e na sustentabilidade do uso dos recursos naturais, qualquer que seja a instância de planejamento.(MMA, 2002).

Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável

O Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável – PDTRS tem como objetivo oferecer informações e subsídios para que a sociedade possa planejar e acompanhar as principais políticas públicas do território, tornando-as dinamizadoras da economia territorial, de forma descentralizada e participativa, fazendo com a população devidamente organizada tornem-se agentes proativos no processo de construção de um modelo de desenvolvimento sustentável do ponto de vista social, econômico e ambiental (BRASIL).

6 CONSOLIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Após a elaboração do diagnóstico estratégico é possível desenvolver a análise conjunta da área turística e de sua área de influência, conforme apresentada neste Capítulo.

6.1 VALORAÇÃO PONDERADA DOS PRODUTOS OU TIPOS/SEGMENTOS TURÍSTICOS ATUAIS E POTENCIAIS

A impossibilidade de ação em todas as questões demandadas e a busca da maximização dos impactos positivos sobre o desenvolvimento turístico regional exige o estabelecimento de prioridades.

O uso de matrizes para priorização apresenta-se então como uma ferramenta metodológica de fácil utilização, permitindo identificar rapidamente problemas, oportunidades e prioridades para ações.

A matriz de priorização objetiva assim identificar as alternativas principais de acordo com diferentes critérios.

Na matriz construída busca-se, portanto, a valoração ponderada dos segmentos turísticos atuais e potenciais do Polo Agreste/Trairi, de acordo com diferentes critérios que se referem tanto aos segmentos e a seus produtos atuais quanto aos potenciais.

Foram selecionados cinco critérios:

a) Nível atual de Desenvolvimento dos Produtos Turísticos – Refere-se ao formato atual do Produto Turístico, entendendo-o como um complexo articulado de elementos que se integram para operar em função de maior satisfação ao turista. É formado por atividades e serviços relacionados aos meios de hospedagem, alimentação, transporte, produtos típicos locais e equipamentos de lazer e entretenimento naturais ou artificiais.

b) Nível de Exploração Atual – Compreende a consolidação do produto em termos de exploração de seu real potencial.

c) Nível de Exploração e Comercialização Atual – Compreende a atual inserção do produto no mercado em termos de atratividade e de vendas.

d) Infraestrutura de Apoio Existente – Considera o nível da infraestrutura que permite ao turista usufruir da experiência turística e inclui a infraestrutura básica e de acessos.

e) Expectativa de Crescimento Mercadológico do segmento – Inclui o potencial de crescimento mercadológico do segmento turístico, verificado a partir de tendências regionais, nacionais e internacionais.

Para efeito de ponderação, estabeleceu-se notas de 0 a 3 onde 0 é insuficiente, 01 é regular, 02 é bom e 03 é ótimo.

Cada segmento atual/potencial foi valorado a partir da matriz construída e depois comparado com os demais. Vale salientar que, embora o turismo arqueológico e o turismo religioso estejam oficialmente inseridos na categoria do Turismo Cultural pelo MTur, foram tratados de forma separada por constituírem produtos absolutamente distintos entre si.

QUADRO 21: MATRIZ DE PRIORIZAÇÃO DE SEGMENTOS

SEGMENTO DE NEGÓCIOS E EVENTOS				
Critérios	**Pontuações Ponderadas**			
	Insuficiente	**Regular**	**Bom**	**Ótimo**
Nível atual de Desenvolvimento dos Produtos Turísticos			2	
Nível de Exploração			2	
Nível de Comercialização	0			
Infraestrutura de Apoio Existente		1		
Expectativa de Crescimento Mercadológico do segmento		1		
TOTAL			**06**	

SEGMENTO DE TURISMO RELIGIOSO				
Critérios	**Pontuações Ponderadas**			
	Insuficiente	**Regular**	**Bom**	**Ótimo**
Nível atual de Desenvolvimento dos Produtos Turísticos			2	
Nível de Exploração			2	
Nível de Comercialização		1		
Infraestrutura de Apoio Existente		1		
Expectativa de Crescimento Mercadológico do segmento				3
TOTAL			**09**	

SEGMENTO CULTURAL				
Critérios	**Pontuações Ponderadas**			
	Insuficiente	**Regular**	**Bom**	**Ótimo**
Nível atual de Desenvolvimento dos Produtos Turísticos		1		
Nível de Exploração	0			
Nível de Comercialização	0			
Infraestrutura de Apoio Existente		1		
Expectativa de Crescimento Mercadológico do segmento		1		
TOTAL			**03**	

ECOTURISMO				
Critérios	Pontuações Ponderadas			
	Insuficiente	Regular	Bom	Ótimo
Nível atual de Desenvolvimento dos Produtos Turísticos	0			
Nível de Exploração		1		
Nível de Comercialização	0			
Infraestrutura de Apoio Existente	0			
Expectativa de Crescimento Mercadológico do segmento				3
TOTAL		**04**		

TURISMO DE AVENTURA				
Critérios	Pontuações Ponderadas			
	Insuficiente	Regular	Bom	Ótimo
Nível atual de Desenvolvimento dos Produtos Turísticos		1		
Nível de Exploração		1		
Nível de Comercialização		1		
Infraestrutura de Apoio Existente		1		
Expectativa de Crescimento Mercadológico do segmento			2	
TOTAL		**06**		

De acordo com as notas alcançadas pode-se apontar:

- **As Linhas de produtos atualmente consolidadas na Área que são as mais rentáveis e as que ainda têm possibilidade de maior crescimento sob o enfoque da sustentabilidade e que, portanto, é conveniente sustentar e reafirmar.**

Os maiores expoentes do Polo Agreste/Trairi constituem o turismo religioso e o turismo de eventos e negócios (notas 9 e 6 respectivamente).

Enquanto o Turismo de eventos e negócios é importante na sustentabilidade da infraestrutura turística e a mantém com baixa sazonalidade, não possui potencial de crescimento expressivo e deve ser mantido e fortalecido, mas também não exige grandes investimentos.

O turismo religioso, entretanto, caso corretamente tratado, pode vir a ser um grande expoente regional, fato que já se delineia no perfil diagnosticado para a região. No entanto, é necessário trabalhar não apenas o nível da infraestrutura de apoio existente, mas também todo o planejamento de marketing para o segmento, permitindo estratégias de inserção mercadológica compatíveis com a demanda-meta que se pretende atingir e alçando um novo patamar de desenvolvimento.

- **As Linhas de produtos ainda emergentes ou não exploradas que têm maior potencial ou possibilidade de crescimento na Área, nas quais se deve concentrar esforços.**

O ecoturismo e o turismo de aventura constituem segmentos emergentes, com baixa exploração e que podem vir a ser relevantes na atratividade do Polo Agreste/Trairí. Tendo alcançado ambos a nota 04, constituem segmentos que demandam investimentos em infraestrutura de apoio e o mesmo tratamento de marketing citado no item anterior. Ressalta-se, no entanto, que para o turismo de aventura já existem algumas iniciativas no Polo para desenvolvê-lo, o que não ocorre ainda com o ecoturismo, apesar do potencial existente.

A seu favor, estes dois segmentos contam com grande aceitabilidade mercadológica e crescimento constante nos mercados nacional e internacional.

Quanto ao turismo cultural, com nota 03, acredita-se que possa ser tratado como segmento complementar, inserido de forma agregada aos produtos principais.

6.2 IDENTIFICAÇÃO DE ÁREAS CRÍTICAS DE INTERVENÇÃO

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento temporário de indivíduos ou grupo de pessoas de seu lugar de residência habitual, por motivos de lazer, recreação, saúde, negócios, entre outros. Não é exercida nenhuma atividade remunerada, com geração de múltiplas relações sociais, econômicas e culturais.

A atividade turística e o meio ambiente possuem uma relação intrínseca, uma vez que este último constitui o produto do turismo. Uma das questões relevantes para o estudo do turismo diz respeito aos impactos que a atividade ocasiona em um determinado destino turístico. Como qualquer outra atividade, o turismo gera impactos positivos e negativos que afetam, de forma direta ou indireta os seres humanos, principalmente, a população local.

Os impactos do turismo são consequências da complexa interação entre os turistas, as comunidades e os meios receptores. As variáveis que ocasionam os impactos têm origem, intensidade e direções variadas de acordo com as características próprias dos locais receptores. Porém, quando tais impactos ocorrem em ambiente natural, os resultados são, em geral, irreversíveis, deixando-o sem atratividade para futuras visitações.

A fim de dirimir tais impactos, faz-se necessário um planejamento turístico que tenha como objetivo o desenvolvimento dos aspectos físico, econômico, social, cultural, técnico e ambiental, para a satisfação dos turistas, empresários e das comunidades envolvidas, e deve estar inserido em uma política empreendida pelo governo em todos os níveis.

O desenvolvimento de uma atividade turística sem um planejamento adequado gera degradação no ambiente e implica em vários outros impactos que inibem a atividade. Na relação turismo e ambiente, quando bem conduzida, os impactos positivos são superiores aos negativos e contribuem para seu desenvolvimento e para a conservação do sistema da

vida. O grande desafio é encontrar o ponto de equilíbrio entre o desenvolvimento do turismo e a sociobiodiversidade.

O Polo Agreste/Trairí possui características que atendem a diversos segmentos turísticos como o Turismo Cultural, com ênfase no Turismo Religioso, o Ecoturismo e o Turismo de Aventura, o Turismo de Negócios e Eventos e o Turismo Cultural em si.

O **Turismo Cultural, com ênfase no Turismo Religioso** é o principal gerador de fluxo de visitantes do Polo Agreste/Trairí, motivado principalmente pela religiosidade, traduzida nos lugares de manifestação de fé e nas festas religiosas. No entanto, esse segmento ainda gera baixa quantidade de pernoites, o que não lhe permite gerar maiores impactos na economia regional.

O principal atrativo que atende a este segmento é o Complexo Alto de Santa Rita no município de Santa Cruz, que foi construído como alternativa para se desenvolver o turismo no município e para aproveitar o já existente fluxo de pessoas devotas à santa. O município vem se estruturando para atender a essa demanda crescente e os impactos positivos já são percebidos no aumento da oferta de emprego e aumento da renda da população. No entanto, o comércio é pouco impactado, pois as lojas ficam fechadas aos sábados e domingos, dias de maior fluxo externo no município.

Existem outros atrativos físicos de cunho religioso no Polo, mas que, no entanto, ainda necessitam de um trabalho de estruturação para que efetivamente carreiem fluxos turísticos consideráveis.

Os eventos religiosos atraem público advindo principalmente de municípios vizinhos e da Capital, mas geram ainda pouco retorno aos municípios onde acontecem, pois, a maioria é integralmente financiada pelo poder público, sem a parceria da iniciativa privada, que pode ser a grande beneficiada com o aumento dos fluxos de visitantes nos municípios durante esses festejos.

O Turismo Religioso, no entanto, já vem causando impactos positivos na estrutura produtiva do Polo, que podem ser ampliados e potencializados, pois esse segmento já tem sido um grande indutor de fluxos relevantes em destinos nacionais e internacionais, transformando suas realidades e proporcionando um alto impacto sobre o desenvolvimento econômico, já que as pessoas que vão para essas localidades precisam de hospedagem (simples ou mais sofisticadas), vão a restaurantes e lanchonetes para se alimentar, consomem artesanato e outros produtos.

O viajante que, pela fé ou outro motivo, visita um santuário vivencia uma realidade, uma experiência ligada ao local e, ao mesmo tempo, consome produtos e serviços. Mas há ainda o acesso a outros tipos de turismo, que faz com que o Turismo Religioso seja também um indutor do lançamento de cidades como uma área de visitação.

Para o Polo Agreste/Trairi o deslocamento para o Turismo Religioso pode gerar muitas outras oportunidades de negócios caso bem gerenciados por agentes institucionalizados (redes hoteleiras, operadoras de turismo etc.), com a participação do próprio estado e dos agentes religiosos. Com isso, o turismo passa a ser visto como uma oportunidade de

negócios: criam-se empregos para guias, incrementa-se o artesanato em geral e o ligado às peças religiosas, aumenta-se a utilização da estrutura de apoio ao turismo etc.

Este segmento já possui condições de atrair demandas regionais e nacionais importantes para o Polo, desde que seja complementado em termos de planejamento, infraestrutura e marketing, com enriquecimento do portfólio de produtos e adequada promoção/atração de turistas, objetivando o aumento da atratividade e o aumento gradual da permanência do visitante/turista.

Ressalta-se, no entanto que este segmento não tem sido, em termos nacionais, um segmento com atratividade para o turismo internacional.

O **Ecoturismo e o Turismo de Aventura** já motivam algum fluxo turístico no Polo, principalmente pelas características naturais variadas que proporcionam diferenças climáticas entre os municípios e paisagens diversificadas.

Os principais atrativos são o Parque Estadual Pedra da Boca e a Serra dos Cocos em Passa e Fica; em Monte das Gameleiras, as formações rochosas Pedra da Mesa, Pedra da Consolação, Pedra do Navio e a Pedra da Macambira, em Serra de São Bento, o Local das Almas, Pedra da Troxa, Cachoeiras do Paraíso e a Pedra do Eco; o Parque da Borborema em Santa Cruz, único atrativo natural privado do Polo; e em Sítio Novo, Pedra de São Bento, Tanque da Vaca, a Serra da Pitombeira e a Serra da Inês.

As atividades desenvolvidas são contemplação da paisagem, trekking, rapel, escalada, entre outras; e em alguns poucos atrativos é desenvolvido trabalho de educação ambiental. Ressalta-se que as agências de turismo especializadas em ecoturismo e turismo de aventura no Polo são a Pequeno Felino *Adventure* e a ANCL Adventure, que atendem aos municípios de Santa Cruz e Sítio Novo. Condutores locais, capacitados pelo SEBRAR/RN também fazem o acompanhamento dos visitantes nas atividades e desenvolvem trabalho de educação ambiental junto aos mesmos, ainda que primário.

Quanto às deficiências encontradas com relação aos atrativos naturais, pode ser citado o acesso, importante elemento para viabilização da comercialização por parte de agentes e operadores. A infraestrutura, principalmente em áreas naturais, que necessitam de maior estrutura para receber o turista, como, banheiros, lojas, lanchonetes, além de trilhas, sinalização interpretativa, etc. As condições de depredação pelo mau uso e problemas como lixo também são frequentes.

É de suma importância a implantação de ações de educação ambiental que estimulem o visitante a sentir-se responsável pela conservação do ambiente. Importante ressaltar também a necessidade de fortalecimento da gestão ambiental dos municípios, com o intuito de recuperar e proteger essas áreas, conservando assim os recursos naturais existentes.

Diante do potencial ambiental do Polo, há possibilidade de melhorar a oferta desses segmentos com atrativos melhor estruturados que possibilitem a diversificação da oferta turística e a estruturação de produtos diferenciados. O fomento desses segmentos pode contribuir para o aumento do interesse do turista em estender seu tempo de permanência na região.

Também necessário um esforço de marketing inicialmente em nível regional enquanto não são estruturados os produtos turísticos, passando no médio prazo para a demanda nacional e em seguida para a demanda internacional, principalmente aquela que já visita ou pretende visitar Natal, principal portão de entrada do estado.

Esses são segmentos amplos e em crescimento no Brasil. Eles também assumem um papel de destaque, pois uma de suas principais vantagens é a de proporcionar um impulso que favorece tanto a expansão da conservação dos recursos naturais quanto o desenvolvimento sustentado do turismo. Ressalta-se ainda que a prática de atividades ligadas ao ecoturismo e ao turismo de aventura é importante captadora de fluxo turístico que favorece o retorno financeiro aos municípios. No entanto essas atividades devem ser organizadas com a participação direta da comunidade para conservação e operacionalização das atividades dentro dessas áreas naturais e devem ser incentivadas a produção de artesanato, gestão e atendimento dos empreendimentos de hospedagem e alimentação para que o destino usufrua dos benefícios socioeconômicos da cadeia produtiva do turismo.

O **Turismo de Negócios e Eventos** é proporcionado principalmente pelo fluxo de negócios ligados à agricultura, comércio e serviços que acontecem em Santa Cruz. Esses turistas são os que dão sustentabilidade aos meios de hospedagem do município.

No Polo esse segmento não necessita de grandes investimentos e pode continuar sendo uma base de sustentação para o crescimento de outros segmentos, sem esquecer que estes turistas, caso sejam alvo de campanhas de atração e estejam motivados podem ser turistas potenciais para outros segmentos, juntamente com suas famílias.

Já o **Turismo Cultural** é complementar aos demais segmentos, pois agrega valor às viagens daqueles que possuem outras motivações.

O Polo conta com uma variedade de atrativos culturais, incluindo aí edificações de interesse turístico, gastronomia, artesanato, manifestações culturais e eventos culturais e religiosos.

Nas edificações, destacam-se edificações antigas, que, em sua maioria, são prédios são privados e que não possuem cunho turístico – como o Centro Histórico e casarios de Nova Cruz, onde esse patrimônio, apesar de sua importância histórica e cultural, ainda não é visto pelo próprio município como um bem turístico. No Polo também não existe lei de tombamento que proteja essas edificações.

Outra edificação de interesse turístico é o Castelo do Zé dos Montes, localizado na Serra da Tapuia, em Sítio Novo. Apesar de toda a atratividade do Castelo, foi verificado que o mesmo possui graves problemas em sua estrutura o que pode acarretar acidentes. É importante que os atrativos turísticos ofereçam além de boa aparência, segurança aos seus visitantes, seguindo os procedimentos de segurança determinados por lei e fiscalizados pelo poder público local, a fim de evitar problemas que possam acarretar até na diminuição da visitação do município pelo descuido.

Com relação aos eventos populares, esses são os principais motivadores de fluxo no Polo, principalmente os festejos religiosos. Praticamente todos os municípios possuem eventos programados que acontecem durante todo o ano e que atraem demanda, principalmente de

municípios vizinhos e de Natal. Conforme já ressaltado, a maioria desses eventos são custeados pelo poder público e necessitam de uma melhor estruturação para bem receber o visitante, sem sobrecarregar a infraestrutura básica dos municípios e para que realmente gerem impactos positivos.

Nos eventos gastronômicos, destacam-se os festivais gastronômicos realizados em Monte das Gameleiras, Santa Cruz, Serra de São Bento e Tangará. Esses eventos são importantes, pois incentivam a interiorização do turismo e contribuem para a valorização e promoção da cultura e gastronomia local. A relação entre gastronomia e turismo torna-se mais estreita à medida que a culinária pode incrementar não apenas os serviços nas áreas urbanas, mas se tornar um elemento importante para o desenvolvimento sustentável na área rural, favorecendo e valorizando o agricultor local.

Os eventos devem ser diversificados e devem ressaltar e valorizar a cultura local representada pelos grupos folclóricos / culturais, pelo artesanato, gastronomia, etc. Além disso devem favorecer a economia local, aproveitando-se dos insumos produzidos nos municípios e valorizando o produtor local. Dessa forma, cada um dos municípios deve trabalhar de forma a fortalecer seus eventos, ressaltando aí a necessidade de parcerias com a iniciativa privada no planejamento e organização dos mesmos, e de parcerias entre os municípios do Polo, com a criação de um calendário oficial de eventos.

O fator cultural é relevante para a competitividade no turismo por sua característica multifuncional. Ele atua como atrativo para diversos nichos e contribui para o desenvolvimento local, pois se constitui em aspecto diferencial no desenvolvimento de produtos e até na promoção de destinos. Diante da oferta cultural existente em todo o Polo percebe-se a necessidade de melhor fortalecer os atrativos culturais na para a formatação de produtos turísticos a serem comercializados. Esses produtos devem valorizar a cultura local e ressaltar a história do lugar e de seus personagens.

No que concerne à imagem turística, o Polo ainda possui uma imagem difusa e pouco clara para o mercado, o que é perfeitamente aceitável uma vez que está sendo trabalhado agora pela primeira vez como produto integrado. Não obstante, como já foi ressaltado o Polo pode ser comercializado associado ao destino estadual mais consagrado, Natal.

A OMT (1999) destaca que o turista tem se tornado cada vez mais informado e consciente. Ele importa-se com a qualidade do produto adquirido, mas também com o reflexo positivo que sua visita terá na comunidade visitada. Diante disso, o Polo deve atender às tendências verificadas:

- Os destinos turísticos serão ecologicamente corretos e planejados;
- As viagens não terão apenas uma motivação. A conjunção de atrativos diferenciados num destino determinará sua demanda;
- A viagem passará de mero deslocamento para uma experiência que proporcione além do descanso, enriquecimento cultural.

Dessa forma, mais que um trabalho de estruturação e de divulgação de atrativos turísticos, deve ser feito um trabalho de mobilização nos municípios afim de que sua população enxergue suas potencialidades e o desenvolvimento do turismo seja um processo compartilhado entre poder público, iniciativa privada e comunidades locais. Além disso, deve ser seguido um processo importante de planejamento, com aplicação periódica de pesquisas de demanda e oferta para se entender e para atender às necessidades mercadológicas existentes. É importante destacar a necessidade da criação de uma base de dados que identifique as peculiaridades de cada tipo de demanda turística trabalhada de forma a proporcionar aos gestores públicos e empresários meios de desenvolver estratégias eficientes de planejamento, gestão e promoção dos destinos, com base nos pilares do desenvolvimento sustentável.

No que diz respeito à infraestrutura e serviços básicos do Polo, têm-se as seguintes considerações:

- Com relação aos meios de acesso foi verificada a necessidade de sinalização horizontal e vertical em alguns trechos da rodovia federal BR 226 e em todas as rodovias estaduais.

- Muitos municípios não apresentam terminal rodoviário, apenas pontos de parada próximos à rodovia. A situação de precariedade não acontece apenas com os terminais rodoviários, mas também com os locais de parada de vans, táxi e mototáxi. É importante considerar essas paradas devido ao grande número de vans e veículos particulares realizando transporte irregular de passageiros.

- Deve-se considerar no Polo, o potencial de uso turístico da bicicleta. A promoção de passeios ciclísticos e a implantação de ciclovias e ciclofaixas no trecho urbano, conectando as áreas centrais aos atrativos turísticos seriam um estimulo á pratica do ciclismo. Atualmente estas cidades não possuem infraestrutura exclusiva e adequada para esta pratica.

Quanto ao abastecimento de água, todas as sedes dos municípios que compõe o Polo Agreste/Trairi possuem sistema de abastecimento que apresentam, em sua maioria deficiências no sistema de distribuição. Há deficiência também quanto a coleta e tratamento dos esgotos domésticos, com a adoção de soluções individuais, como a utilização de fossas sépticas e sumidouros. Os serviços de limpeza urbana deficientes, principalmente na etapa de disposição dos resíduos, feita em lixões a céu aberto, que são responsáveis pela proliferação de insetos e animais nocivos e vetores de doenças, inclusive o mosquito *Aedes aegypti.*

Esses fatores representam um gargalo no aumento do fluxo turístico na região, podendo desestimular os investimentos em empreendimentos, como pousadas, hotéis, restaurantes e outros, além de tornar-se um problema de saúde pública, representando risco aos turistas e moradores locais. A solução para o problema pode se dar através da criação e implantação dos Consórcios Intermunicipais, a eliminação dos lixões e criação e implantação de aterros sanitários.

Com relação aos serviços de saúde, todos os municípios que compõem o Polo Agreste/Trairi possuem algum tipo de estabelecimento de saúde, quer sejam públicos - , estaduais ou municipais, ou particulares. A maioria oferece em maior quantidade o serviço ambulatorial, com precariedade nos outros serviços, e apenas três deles - Jaçanã, Monte das Gameleiras e São José do Campestre - oferecem a quantidade mínima de 3 leitos por cada mil habitantes preconizada pela OMT.[27] Sendo assim, é necessário o aumento nos investimentos dos serviços de saúde, principalmente para o atendimento de emergências e remoções, não sobrecarregando o atendimento da população local, que já está sendo feito de forma deficiente e muito precária.

No que diz respeito ao quadro institucional do Polo foram identificadas necessidades, nos níveis estadual, regional e municipal.

No âmbito estadual está em elaboração o "Plano Estratégico de Desenvolvimento, Realinhamento Organizacional e Modernização Administrava do Estado do Rio Grande do Norte", onde a SETUR também será analisada em sua estrutura, estratégia, planejamento, processos Internos e comunicação em meio à estrutura estadual. Dessa forma, muitos dos problemas ainda existentes deverão ser identificados e minimizados ou sanados pelas ações a serem propostas nessa reestruturação. Além disso, o Plano de Fortalecimento Institucional da SETUR deverá ser revisto e realinhado de acordo com os resultados obtidos no Plano Estadual em andamento.

No âmbito regional, percebeu-se que a instância de governança regional do Polo encontra-se, necessitando de ações de incentivo e fortalecimento, para que haja maior cooperação e articulação entre os membros do Conselho e para que os mesmos consigam visualizar o espaço regionalizado como oportunidade de desenvolver a atividade turística e a distribuição de benefícios dela advindos.

Com relação aos municípios, destaca-se a importância de seu papel no desenvolvimento turístico, por ser onde o turismo realmente acontece e por sua proximidade com a sociedade civil, e também por ser um articulador essencial em todo o processo de descentralização. Por isso deve apresentar um ambiente estruturado para que a atividade se desenvolva de forma planejada e sustentável. Dessa forma a capacidade organizacional do município é fundamental.

Notou-se que a estruturação dos órgãos responsáveis pelo turismo no Polo é pequena e apenas em alguns locais onde o turismo se desenvolve de forma mais efetiva, há uma melhor organização. Assim, torna-se imprescindível a elaboração de ações que fortaleçam a capacidade de gestão dos órgãos municipais de turismo, para que tenham a capacidade de planejar e executar ações com eficiência. Além disso, é importante que haja integração com outros órgãos públicos cujas ações tenham impactos na atividade turística e, especialmente, é necessário que a parceria com a iniciativa privada seja iniciada.

---

27 (http://www.ahseb.com.br/segundo-oms-ideal-e-ter-de-3-a-5-leitos-para-cada-mil-habitantes-no-brasil-indice-medio-e-de-24/). Acessado em 10/02/2016.

6.3 POSIÇÃO ATUAL DA ÁREA NO MERCADO TURÍSTICO X POSICIONAMENTO POTENCIAL

O Diagnóstico elaborado permite afirmar que o Polo Serrano ocupa uma posição mercadológica atual bastante frágil, o que demanda esforços de planejamento e a realização de investimentos coordenados e integrados para o seu desenvolvimento.

Não obstante, existe real potencial, já em exploração no que se refere aos segmentos principais, o que demonstra um potencial mercadológico a ser explorado.

Assim, aponta-se que a posição e a imagem atual da área do Polo são suficientes para competir em longo prazo, sendo essencial introduzir as mudanças indicadas, no que se refere ao planejamento e à sua estruturação, para que se possa alcançar o seu máximo potencial.

7 REFERÊNCIAS

AGENCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Mapa da Telefonia Móvel.** 05 mar. 2015. Disponível em: < http://www.anatel.gov.br/setorregulado/index.php/destaques/341-mapa-da-telefonia-movel>. Acesso em: 08 fev. 2016.

AGENCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS DO RIO GRANDE DO NORTE. Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte. **Roteiro destaca atrativos da região serrana do Agreste:** o SEBRAE apresenta o Roteiro Paraísos do Agreste a um grupo de agentes de viagens durante funtour, envolvendo as cidades de Monte das Gameleiras, Passa e Fica e Serra de São Bento. Natal, RN: ASN/RN, 23 out. 2013 às 00h00. Disponível em: <http://www.rn.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/RN/roteiro-destaca-atrativos-da-regiao-serrana-do-agreste,7bf7695dc3ff5410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 27 jan. 2016.

ALVES, Maria Lúcia Bastos. Turismo e Religiosidade: uma tentativa de diálogo. **Revista Iberoamericana de Turismo - Ritur,** Penedo, v. 3, n. 1, p.25-37, abr. 2013. Semestral. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/980>. Acesso em: 04 fev. 2016.

ANCL ADVENTURE. 2016. Disponível em: <http://ancladventure.wix.com/aventura#!tourseprecos/cdk6>. Acesso em: 10 fev, 2016.

ARAGÃO, Ivan Rêgo; MACEDO, Janete Ruiz de. Turismo religioso, patrimônio e festa: Nosso Senhor dos Passos na cidade sergipana de São Cristóvão. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p.399-414, dez. 2011. Quadrimestral. Disponível em: < http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php?journal=caderno&page=article&op=view&path%5B%5D=611&path%5B%5D=306>. Acesso em: 05 fev. 2016.

_____. Festa e Turismo Religioso: a procissão em louvor ao Nosso Senhor dos Passos na cidade de São Cristóvão (Sergipe - Brasil). **Horizonte: Revista de Estudos de Teologia e Ciências da Religião.** Belo Horizonte, v. 9, n. 20, p.96-113, 10 abr. 2011. Trimestral. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. http://dx.doi.org/10.5752/p.2175-5841.2011v9n20p96. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/P.2175-5841.2011v9n20p96>. Acesso em: 04 fev. 2016.

ARAÚJO, Ana Carolina. **Fatores que Influenciam a Efetivação de Ações para o Desenvolvimento do Turismo Municipal:** uma análise no contexto do programa de regionalização do turismo no Rio Grande do Norte no ano de 2012. 2013. 92 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/18160>. Acesso em: 04 fev. 2016.

ARFN10. **Complexo Turístico Mirante:** um lugar encantador (Foto). 31 jul. 2015. Disponível em: < http://arfn10.blogspot.com.br/2015/07/complexo-turistico- mirante-um-lugar.html>. Acesso em: 4 fev. 2016.

ASSIS, Lenilton Francisco de. Turismo de Segunda Residência: a expressão espacial do fenômeno e as possibilidades de análise geográfica. **Revista Território**. Rio de Janeiro, v. 11, 12 e 13, Ano VII, p. 107-122, set./out. 2003. Bimestral. Disponível em: <http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/11_12_13_8_turismo.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS. **Desempenho Regional.** Nordeste. 2014. Disponível em: <http://www.abla.com.br/setor-de-locacao/desempenho-regional/>. Acesso em: 4 fev. 2016.

ASSOCIAÇÃO DE HOSPITAIS E SERVIÇOS DE SAÚDE DO ESTADO DA BAHIA. Segundo OMS, ideal é ter 3 a 5 mil leitos para cada mil habitantes. No Brasil, índice médio é de 2,4. 07 ago. 2014. Disponível em: http://www.ahseb.com.br/segundo-oms-ideal-e-ter-de-3-a-5-leitos-para-cada-mil-habitantes-no-brasil-indice-medio-e-de-24/. Acesso em: 12 fev. 2016.

ASSIS, Margarida Drummond**. Impactos Ambientais Advindos do Turismo Religioso em Urucânia/MG.** 2004. Xxf. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Gestão Ambiental, Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENGENHARIA AMBIENTAL E SANITÁRIA. **Manejo de Águas Pluviais Urbanas**. Antônio Marozzi Righetto (Coord.). Rio de Janeiro, RJ: ABES, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS. **Desempenho Regional.** Nordeste. 2014. Disponível em: <http://www.abla.com.br/setor-de-locacao/desempenho-regional/>. Acesso em: 4 fev. 2016.

ATLAS BRASIL. **Ranking - Rio Grande do Norte.** 2010. Disponível em: < http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/ranking>. Acesso em: 2 fev. 2016.

AZEVEDO BARROS, M. B. **Estudo da morbidade hospitalar no município de Ribeirão Preto, em 1975.** 1977. Xxf. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em XXX, Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, SP, 1977.

BECKER, Bertha. Políticas e Planejamento do Turismo no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 1-7, dez. 2001. Quadrimestral. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php?journal=caderno&page=article&op=view&path%5B%5D=2&path%5B%5D=1 >. Acesso em: 5 jan. 2016.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora Senac, 1997.

BORGES, Aylana Laíssa Medeiros. **Atuação e interação de stakeholders no processo de implantação do turismo:** um estudo no município de Sítio Novo/RN. Natal, RN, 2014.

BRASIL. **Lei 11.771 de 17 de setembro de 2008.** Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei no 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei no 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Lei 12.305 de 02 de agosto de 2010.** Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. 2010i. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm>. Acesso em: 04 fev. 2016.

_____. **Lei 12.974 de 15 de meio de 2014.** Dispõe sobre as atividades das Agências de Turismo. 2014d. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12974.htm>. Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. **Decreto-lei Nº 1.191, de 27 de outubro de 1971.** Dispõe sobre os incentivos fiscais ao turismo e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/Del1191.htm>. Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. **Decreto Nº 6.017, de 17 de janeiro de 2007.** Regulamenta a Lei nº 11.107, de 6 de abril de 2005, que dispõe sobre normas gerais de contratação de consórcios públicos. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6017.htm>. Acesso em: 03 fev. 2016.

_____. **Lei Nº 9.985, de 18 de julho de 2000**. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9985.htm>. Acesso em: 03 fev. 2016.

BRASIL. Ministério das Cidades. Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental. Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento. **Diagnóstico dos Serviços de Água de Esgotos – 2013.** Brasília, DF: SNSA/MCIDADES, 2014a.

BRASIL. Ministério da Educação. INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Censo da educação básica: 2012** – resumo técnico. Brasília, DF: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2013b. Disponível em: < http://download.inep.gov.br/educacao_basica/censo_escolar/resumos_tecnicos/resumo_tecnico_censo_educacao_basica_2012.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. **Diagnóstico do Manejo de Resíduos Sólidos Urbanos 2014.** Brasília, DF: SNSA/MCIDADES, 2014b. Disponível em: < http://www.snis.gov.br/diagnostico-residuos-solidos/diagnostico-rs-2014>. Acesso em: 02 abr. 2016.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Plano territorial de desenvolvimento rural sustentável Alto-Oeste Potiguar, Rio Grande do Norte.** Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Agrário, [s.d].

_____. **Plano territorial de desenvolvimento rural sustentável Sertão do Apodi e Açu/Mossoró, Rio Grande do Norte.** Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2010i.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente**. Avaliação ambiental estratégica**. Brasília, DF: MMA/SQA, 2002. Disponível em: < http://www.mma.gov.br/estruturas/sqa_pnla/_arquivos/aae.pdf >. Acesso em: 10 fev. 2016.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Secretaria de Recursos Hídricos. **Caderno da Região Hidrográfica Atlântico Nordeste Oriental**. Brasília, DF: MMA, 2006.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente; UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO. Fundação de Apoio ao Desenvolvimento. Diagnóstico da vegetação nativa do bioma Caatinga. In: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente; UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO. Fundação de Apoio ao Desenvolvimento. **Biodiversidade da Caatinga:** áreas e ações prioritárias para a conservação. Silva, José Maria Cardoso *et al* (Org.). Brasília, DF: MMA/UFPE, 2003. Disponível em: < http://www.mma.gov.br/estruturas/chm/_arquivos/parte1caa.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2016.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. Instituto de Meio Ambiente e Recursos Hídricos (IBAMA). Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR). **Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo.** Brasília, DF: MMA/MICT, 1994. Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/sedr_proecotur/_publicacao/140_publicacao20082009043710.pdf. Acesso em: 2 fev. 2016.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde. 2016b. Disponível em: <http://cnes2.datasus.gov.br/>. Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde. **DATASUS 2014**. 2014c. Disponível em: < http://www2.datasus.gov.br/DATASUS/index.php>. Acesso em: 5 fev. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo-Roteiros do Brasil:** Turismo e Sustentabilidade. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em: <

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/conteudo_fundamental_turismo_e_sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 1 jan. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural:** Diretrizes para o desenvolvimento. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007.

_____. **Programas e Ações:** fomento a iniciativa privada. 2016c. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/fomento_iniciativa_privada/linhas_credito.html>. Acesso em: 15 jan. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo; FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – 2007:** relatório executivo: principais dados selecionados**.** São Paulo, SP: MTur/FIPE, Jun. 2009. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-nacional.html>. Acesso em: 9 fev. 2016.

_____. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – 2010/2011.** Brasília, DF: MTur/FIPE, Set. 2012. Disponível em: < http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-nacional.html>. Acesso em: 9 fev. 2016.

_____. **Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil – 2014:** resultados do turismo receptivo. Brasília: Ministério do Turismo, 2015b. 42 slides, color. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-turística-internacional.html>. Acesso em: 14 fev. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação-Geral de Segmentação. **Turismo Cultural:** orientações básicas. 3. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2016.

_____. **Ecoturismo:** orientações básicas. 2. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010b. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Ecoturismo_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf >. Acesso em: 2 fev. 2016.

_____. **Turismo de Aventura:** orientações básicas. 3. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010c. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Aventura_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2016.

_____. **Turismo de Negócios e Eventos:** orientações básicas. 3. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010d. Disponível em: <

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negocios_e_Eventos_Orientacoes_Basicas.pdf >. Acesso em: 2 fev. 2016.

_____. **Marcos Conceituais da Segmentação Turística**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010e. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo; ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA. **Perfil do Turista de Aventura e do Ecoturista no Brasil**. PONTES, Eduardo Caçador (Ilustrador). São Paulo, SP: ABETA, 2010f. Disponível em: < http://www.vbmarketing.com.br/wp-content/uploads/2011/04/Perfil_do_Turista_de_Aventura_no_Brasil.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado.** Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010g. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. **Anuário Estatístico de Turismo 2015.** Volume 42. Ano Base 2014. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2015a. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso em: 10 fev. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem**: cartilha de orientação básica. 2 ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010h. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloadCartilha.action?tipo=4>. Acesso em: 29 jan. 2016.

_____. **Inventário da Oferta Turística**. LIMA, Ana Clévia Guerreiro. (Coord.). Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2011a.

_____. **Manual de Orientações para Cadastramento dos Prestadores de Serviços Turísticos no Ministério do Turismo.** Brasília, DF: Ministério do Turismo, Out. 2011b. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fwww.cadastur.turismo.gov.br%2Fcadastur%2F_jsp%2Fjsp%2Fmanuais%2Fmanual-usuario-cadastur.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional** – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil 2011. BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (Org.). Brasília, DF: SEBRAE, 2012. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/xndice_de_Competitividade_do_Turismo_Nacional_-_Relatxrio_Brasil_2011.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. **Plano Nacional de Turismo:** o turismo fazendo muito mais pelo Brasil. 2013-2016. Brasília, DF: Mtur, 2013a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

_____. **Sobre o Sistema de Classificação.** [s.d]. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Sobre.action>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Brasil está entre os melhores destinos para viajar.** 7 abr. 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/04/brasil-esta-entre-os-melhores-destinos-para-viajar>. Acesso em: 8 abr. 2014.

_____. Assessoria de Comunicação Social – Ascom. **Copa estimula do turismo interno, revela pesquisa**. 11 jun. 2014. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/2563-copa-estimula-o-turismo-interno-revela-pesquisa.html>. Acesso em: 1 fev. 2016.

_____. **Portaria Nº 144, de 27 de agosto de 2015**. Estabelece a categorização dos municípios pertencentes às regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, definido por meio da Portaria MTur nº 313, de 3 de dezembro de 2013, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/legislacao/?p=822>. Acesso em: 2 fev. 2016.

_____. **Lista de Estabelecimentos Classificados.** 2016a. Disponível em: < http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/pesquisarClassificados>. Acesso em: 22 abr. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo; FGV Projetos. **Sondagem do Consumidor: intenção de viagem.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, ano 8, dez. 2015. Mensal. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-intenção-de-viagem.html>. Acesso em: 4 fev. 2016.

. **Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais Realizados no Brasil – 2007/2008.** Brasília, DF: Mtur/FGV, 2009. Disponível em: < http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9V8BJp7eME4J:www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/Eventos/Download_eventos/Relatxrio_Final_-_Estudo_do_Impacto_Econxmico_de_Eventos_Internacionais_realizados_no_Brasil.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 28 jan. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Cadastur. **Pesquisa de Prestadores.** Fev. 2016. Disponível em: <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/PesquisarEmpresas.mtur>. Acesso em: 4 fev. 2016.

BRASIL. Secretaria do Tesouro Nacional. **Siconfi: sistema de informações contábeis e fiscais do setor público brasileiro.** Brasília, DF, [2015]. Disponível em: https://siconfi.tesouro.gov.br/siconfi/index.jsf. Acesso em: jul. 2015.

(BRASIL, 2000)

BRITO, Raimundo Fernandes de. **Caracterização e Uso de Solo de Áreas de Assentamento Rural do Rio Grande Do Norte**. Ago. 2010. 83f. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Ciência do Solo, Universidade Federal Rural do Semi-árido, Mossoró, RN, 2010.

BURITY, Joanildo. **A Cultura e identidade:** perspectivas interdisciplinares. Rio de Janeiro, RJ: DP& A, 2002.

CARVALHO, Eliane M. S. Fonseca. **São Cristóvão e seus monumentos:** 400 anos de história. São Cristóvão, SE: Secretaria de Estadual de Educação, 1989.

CEARÁ. Secretaria De Turismo Do Estado Do Ceará. Turismo na terra da alegria corresponde a 10,8% do PIB no Ceará. 25 jun. 2012. In: **Correio Braziliense.** Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/turismo/2012/06/25/interna_turismo,309080/turismo-corresponde-a-10-8-do-pib-no-ceara.shtml>. Acesso em 02 jan. 2014.

CICLOVIVO. **Reutilização reduz consumo de água dos restaurantes Mc Donald's.** 22 mar. 2011. Disponível em: <http://ciclovivo.com.br/noticia/reutilizacao_reduz_consumo_de_agua_dos_restaurantes_mcdonalds>. Acesso em: 8 maio 2014.

COMPANHIA ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE. **Quem somos**. [s.d]. Disponível em: < http://www.cosern.com.br/Pages/A%20Cosern/quem-somos.aspx>. Acesso em: 15 fev. 2016.

_____. **Potencial Eólico do Estado do Rio Grande do Norte.** Natal, RN: COSERN, 2003. Disponível em: <http://www.cresesb.cepel.br/publicacoes/download/atlas_eolico/atlas_eolico_RN.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2016.

_____. **Relatório de Sustentabilidade 2014.** Natal, RN: COSERN, 2014. Disponível em: < http://www.cosern.com.br/Sustentabilidade/Documents/Relatorio_de_Sustentabilidade_2014_COSERN2206.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2016.

COMSCORE. **Número recorde de brasileiros utiliza a web para planejar viagens e fazer reservas.** 29 ago. 2012. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Imprensa-e-eventos/Press-Releases/2012/8/Record-Number-of-Brazilians-Turn-to-the-Web-for-Planning-and-Booking-Travel>. Acesso em: 22 abr. 2016.

CONTROLADORIA GERAL DO ESTADO. **Balanço Geral do Estado do Rio Grande Do Norte Rn (2015)**. Disponível em: http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/control/DOC/DOC000000000077627.PDF. Acesso em: 08 abr. 2016

CONSELHO ESTADUAL DO MEIO AMBIENTE. **Resolução Nº. 03/2009.** Aprova o Plano de Gestão Ambiental Compartilhada do Rio Grande do Norte (Licenciamento, Fiscalização e Monitoramento Ambiental). Disponível em: < http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/idema/DOC/DOC000000000006169.PDF>. Acesso em: 14 fev. 2016.

_____. **Resolução Nº 04/2011.** Aprova nova versão do Anexo Único da Resolução CONEMA 04/2009. Disponível em: < http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/idema/DOC/DOC000000000006165.PDF>. Acesso em 14 fev. 2016.

CUNHA, Licínio. **Economia e política do turismo.** 3 ed. Lisboa, Portugal: Mcgrawhill,1997.

CUNHA, E. M. S.; et al. 2009. Zoneamento Ecológico-Econômico do Litoral Norte do Estado Do Rio Grande Do Norte. In: CONGRESSO ARGENTINO DO CUATERNÁRIO Y GEOMORFOLOGIA, IV, Congresso da Associação Brasileira de Estudos do Quaternário, XII, Reunión sobre el Cuaternário de América del Sur, II, 2009, Ushuaia. **Anais... .** São Paulo, SP: Abequa, 2009. p. 239 - 244. Disponível em: <http://www.abequa.org.br/trabalhos/gerais014.pdf>. Acesso em: 04 fev. 2016.

DIAS, Reinaldo; SILVEIRA, Emerson J. S. da. (Org.). **Turismo religioso:** ensaios e reflexões. Campinas, SP: Alínea, 2003.

EMPRESA BRASILEIRA DE INFRAESTRUTURA AEROPORTUÁRIA. Diretoria de Planejamento e Gestão. Superintendência de Desenvolvimento Aeroportuário. Gerência de Estudos de Capacidade e Demanda. **Anuário Estatístico Operacional 2014**. Brasília, DF: INFRAERO, abr. 2015. Disponível em: < http://www.infraero.gov.br/images/stories/Estatistica/anuario/anuario_2014.pdf>. Acesso em: 04 fev. 2016.

EMPRESA CONSULTORA SOLIMAR INTERNACIONAL. **Produto 2 – Estudo de Demanda do Planejamento Estratégico e Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte**. [S.l]: Solimar Internacional, jun. 2016.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. **Plano Estratégico de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Norte 2016-2035**. [S.l]: Mais RN, 2013. Disponível em: < http://www.maisrn.org.br/uploads/midias/documentos/Plano%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Desenvolvimento%20Econ%C3%B4mico%20do%20Rio%20Grande%20do%20Norte%202016-2035.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2016.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO RIO GRANDE DO NORTE. **Pesquisa Turismo Receptivo 2014.** Fortaleza, CE: Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio, fev. 2014. Disponível em: http://fecomerciorn.com.br/pesquisas/relatorio-pesquisa-do-turismo-receptivo-2014/. Acesso em: 25 mar. 2016.

FERREIRA, Assuério; OLIVEIRA, Aércio**. Estruturação da Matriz de Insumo – Produto do turismo do Ceará**. Fortaleza, CE: FIPE, março de 1996. Disponível em:

http://www.fee.RN.gov.br/sitefee/pt/content/estatisticas/pib-estadual-serie-historica-2002-2012.php. Acesso em: 31 dez. 2013.
FILHO, Wanderley. **Canal Conteúdo Arretado**. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCHmfYywNYwjATeB78RQsgDA. Acessado em 11 mar. 2016.

FÓRUM DE OPERADORES DE HOTELARIA DO BRASIL. **Hotelaria em Números Brasil 2015** ***Lodging Industry in Numbers Brazil*** **2015**. Curitiba, PR: FOB, 2015. Disponível em: < http://abr-resortsbrasil.com.br/wp-content/uploads/RELATORIOS/hotelaria-em-numeros/2015.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

FRANCISCO, Wagner De Cerqueria E. **Economia do Rio Grande do Norte**. [s.d]. In: BRASIL ESCOLA. Disponível em: <http://brasilescola.uol.com.br/brasil/economia-rio-grande-norte.htm>. Acesso em: 04 fev. 2016.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISA DE ECONÔMICA DA UNIVERNIDADE DE SÃO PAULO. Multiplicador de emprego. In: **PRODETUR BA I. Relatório Final**. São Paulo, SP: Bahiatursa/FIPE, dez. 1992.
FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL**. World Economic Outlook Reporter**, 2015.
Disponível em: https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/update/01/. Acesso em: 02 abr. 2016.

GARIGLIO, Maria Auxiliadora et al. (Org.). **Uso sustentável e conservação dos recursos florestais da caatinga.** Brasília, DF: Serviço Florestal Brasileiro, 2010.

GONÇALVES**,** Joyce de Souza Gonçalves; SERAFIM, Lia Sales. A Política Pública de Turismo no Rio Grande do Norte: um Estudo dos Impactos Econômicos e Socioculturais na Grande Natal. In: Encontro da ANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...**. Salvador, BA: ANPAD, 2006. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-apsb-0888.pdf>. Acesso em: 04 fev. 2016.

GOOGLE MAPS. 2016. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/dir/>. Acesso em: 2 fev. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Diretoria de Geociências. **Atlas de Saneamento 2011.** Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2011. Disponível em: < http://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=253096>. Acesso em: 4 fev. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional de Saneamento Básico 2008**. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2010. Disponível em: < http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv45351.pdf>. Acesso em: 04 fev. 2016.

_____. **Assistência Médica Sanitária 2009**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010b.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Coordenação de Recursos Naturais e Estudos Ambientais. **Manual Técnico da Vegetação Brasileira**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2012. (Manuais técnicos em geociências, ISSN 0103-9598)

_____. **Manual Técnico de Geomorfologia**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2009. (Manuais técnicos em geociências, ISSN 0103-9598)

_____. **Manual Técnico de Uso da Terra**. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2013b. (Manuais técnicos em geociências, ISSN 0103-9598)

_____. **Manual Técnico em Pedologia**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: IBGE, 2007. (Manuais técnicos em geociências, ISSN 0103-9598)

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010.** Brasília, DF: IBGE, 2010. Disponível em: <http://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 31 out. 2015.

_____. **Estados@:** Rio Grande do Norte. 2016a. Disponível em: < http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=rn>. Acesso em: 1 fev. 2016.

_____. **Cidades:** Rio Grande do Norte. 2013a. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?lang=&coduf=24&search=rio-grande-do-norte>. Acesso em: 2 fev. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Banco de Dados Sidra.** 2015. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 15 mar. 2016.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E MEIO AMBIENTE. **Plano de Gestão Ambiental Compartilhada do Estado do Rio Grande do Norte**: Licenciamento, Fiscalização e Monitoramento Ambiental. Natal, RN: [s.n], jul. 2009.

_____. **Instituição.** 28 nov. 2013a. Disponível em: < http://www.idema.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=481&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=Instituti%E7%E3o>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Licenciamento Ambiental: O que é? .** 28 nov. 2013b. Disponível em: < http://www.idema.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=481&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=Instituti%E7%E3o>. Acesso em: 4 fev. 2016.

INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO. Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. **Pesquisa Festejos de Santa Rita de Cassia – Santa Cruz/RN.** Santa Cruz: IPCD/FECOMÉRCIO/RN, maio 2015. Disponível em: < http://fecomerciorn.com.br/pesquisas/percepcao-do-publico-participante-da-festa-de-santa-rita-de-cassia/>. Acesso em: 02 fev. 2016.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing.** 12. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0:** as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2010.

LAGE, H. G.; MILONE, P. C. (Org). **Turismo –** teoria e prática. São Paulo, SP: Atlas, 2000.

LAJEDO DE SOLEDADE. **Mapa do Lajedo.** 1 figura. [s.d]. Disponível em: <http://www.lajedodesoledade.org.br/mapas>. Acesso em: 3 fev. 2016.

LAJEDO DE SOLEDADE. **Museu do Lajedo.** [s.d]. Disponível em: < http://www.lajedodesoledade.org.br/museu-do-lajedo>. Acesso em: 4 fev. 2016.

LEITE, Liliana. Cultura, religiosidade popular e romarias: expressões do patrimônio imaterial. In: MARTINS, Clerton (Org.). **Patrimônio cultural:** da memória ao sentido do lugar. São Paulo, SP: Roca, 2006.

LOPES, Rosa Maria Rodrigues; ALVES, Larissa da Silva Ferreira. O Desenvolvimento do Turismo no Estado do Rio Grande do Norte a partir da Ação Pública. **Cultur: Revista de Cultura e Turismo,** Ilhéus, ano. 9, n. 3, p.143-172, out. 2015. Quadrimestral. Universidade Estadual de Santa Cruz. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao3/7.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2016.

MARTINS, Clerton. Homem e identidade – o patrimônio humano no desenvolvimento local e no turismo. In: CORIOLANO, Luzia N. M. T. (Org). **Turismo de inclusão e o desenvolvimento local.** Fortaleza, CE: FUNECE, 2003.

MELLO, Gustavo; GOLDENSTEIN, Marcelo: Perspectivas da hotelaria no Brasil. **In Turismo, BNDES Setorial 33, p. 5-4**. 2011. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3301.pdf>. Acesso em 31 dez. 2013.

MIRANTE DO CANTO. **Mirante do Canto Martins RN.** 1 Foto. 18 nov. 2011. Disponível em: < http://mirantedocanto.blogspot.com.br/2011>. Acesso em: 4 fev. 2016.

MONTES, Maria Lúcia. Entre o arcaico e o pós-moderno: heranças barrocas e a cultura da festa na construção da identidade brasileira. In: **Revista Sexta Feira**, São Paulo, nº 2, p. 1-13, 1998. Disponível em: < http://revistasextafeira.org/ed_02.html>. Acesso em: 6 fev. 2016.

MUNDO DAS TRIBOS. **03 de maio:** Dia do Sertanejo. [s.d]. Disponível em: <http://www.mundodastribos.com/03-de-maio-dia-do-sertanejo.html>. Acesso em: 4 fev. 2016.

NOSSA JOSÉ DA PENHA. **O município.** 1 Foto. Colorida. Disponível em: <http://nossajosedapenha.blogspot.com.br/p/o-municipio.html>. Acesso em: 17 Fev. 2016.

OLHO D'AGUA PARK HOTEL **O Hotel.** 1 Foto. 2016. Disponível em: < http://www.olhodaguaparkhotel.com.br/hotel>. Acesso em: 4 fev. 2016.

OLIVEIRA JUNIOR, Eliezer Targino de. **Bacia hidrográfica do rio Apodi-Mossoró:** macroinvertebrados como bioindicadores e a percepção ambiental dos pescadores e marisqueiras do seu entorno. João Pessoa, PB: [s.n], 2009.

OLIVEIRA, Elton Silva**.** Impactos socioambientais e econômicos do turismo e as suas repercussões no desenvolvimento local: o caso do Município de Itacaré – Bahia**.** **INTERAÇÕES - Revista Internacional de Desenvolvimento Local,** Campo Grande, v. 8, n. 2, p. 193-202, Set. 2007. Trimestral. Universidade Católica Dom Bosco. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/inter/v8n2/a06v08n2.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

OLIVEIRA, Rayanne C.; SANTOS, Jailton Barbosa dos**.** Gestão Ambiental nas Empresas do Setor de Petróleo e Gás em Mossoró-RN. **Holos**, Natal, ano 23, v. 3, p.126-137, 2007. 8 edições ao ano. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. Disponível em: < http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/135/123>. Acesso em: 12 fev. 2016.

OPEN BRASIL. **Relevo e Hidrografia.** [s.d]. Disponível em: < http://riograndedonorte.openbrasil.org/2013/08/relevo-e-hidrografia.html>. Acesso em: 7 fev. 2016.

PEREIRA, E. FIGUEIREDO, S L. Turismo e Arqueologia na Amazônia - Brasil: Aspectos de preservação e planejamento. In: Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo, IV. 2007, [S.l]. In: **Anais...** UAM. pp.1-15.

PEQUENO FELINO ADVENTURE. 2016. Disponível em: <http://pequenofelinoadven.wix.com/pfadventure>. Acesso em: 10 fev. 2016.

PIAUÍ; FUNDAÇÃO CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E SOCIAIS DO PIAUÍ. **Relatório de Pesquisa Demanda Turística**: Teresina, Litoral do Piauí (Parnaíba e Luiz Correa) e São Raimundo Nonato. Teresina, PI: PIAUÍ/CEPRO, nov. 2008. Disponível em: <http://www.cepro.pi.gov.br/download/200903/CEPRO02_3803d65d73.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2016.

PORTFÓLIO DO XXV CONCURSO DE CABOCLOS DE MAJOR SALES. 1 figura. Colorida. 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA CRUZ. Secretaria Municipal de Turismo de Santa Cruz. **Pesquisa da Demanda Turística de Santa Rita de Cássia, Santa Cruz/RN.** Santa Cruz, RN: Secretaria Municipal de Turismo de Santa Cruz, 2011.

_____. Plano de Posicionamento do Produto Turístico Religioso no Mercado / Desenvolvimento de Ações Estruturantes e Gestão Coordenada do Complexo Turístico Religioso: Santa Rita de Cássia / Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico de Santa Cruz (RN). Florianópolis: Foco Opinião e Mercado, 2014. 132 p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JAÇANÃ. Secretaria de Turismo e Cultura; UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE. Centro de Ensino Superior do Seridó.

Departamento de Ciências Sociais e Humanas. **Inventário Turístico 2015 - Jaçanã/RN.** Currais Novos, RN: UFRN, 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTE DAS GAMELEIRAS. Secretaria Municipal de Turismo; UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE; SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO NORTE. **Inventário da Oferta Turística Município de Monte das Gameleiras/RN.** [S.l; s.a], 2013.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÍTIO NOVO; UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE. **Inventário da Oferta Turística de Sítio Novo/RN.** [S.l; s.a], 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, PDITS, de Natal, 2012.** Natal: Prefeitura Municipal de Natal, 2012.

REVISTA DEGUSTE. **O Moinho Restaurante da pousada Pedra Grande tem novo cardápio.** 19 set. 2011. Disponível em: <http://www.revistadeguste.com/noticia/688>. Acesso em: 30 jan. 2016.

RIO GRANDE DO NORTE. Secretaria de Estado de Turismo. **Fortalecimento Institucional da Secretaria de Estado de Turismo do Estado do RN:** Diagnóstico Institucional da SETUR. Natal, RN: Start Pesquisa e Consultoria Técnica, nov. 2009.

_____. **Plano de Ação.** Local: Start Pesquisa e Consultoria Técnica, 2009.

_____. **Remapeamento das Regiões Turísticas do Rio Grande do Norte.** Natal, RN: SETUR/RN, 2015a.

_____. **Oferta de Meios de Hospedagem no RN.** Natal, RN: SETUR/RN, Set. 2015b.

_____. **Plano De Desenvolvimento Integrado Do Turismo Sustentável – PDITS Polo Costa Branca.** Natal, RN: SETUR/RN, 2011a.

_____. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Polo Costa Das Dunas.** Natal, RN: SETUR/RN, 2011b.

_____. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Polo Seridó**. Natal, RN: SETUR/RN, 2011c.

RIO GRANDE DO NORTE. Secretaria De Estado De Recursos Hídricos. **Plano Estadual de Recursos Hídricos**: relatório síntese. Natal, RN: SERHID-RN, 1998.

_____. **Plano de integração de bacias e as obras de transposição do Rio São Francisco no Rio Grande do Norte**. Natal, RN: SEMARH/RN, 2008. 35 slides. Colorido. Disponível em: < http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-temporarias/externas/55a-legislatura/transposicao-rio-sao-francisco/documentos/audiencias-publicas/jose-mairton-figueiredo-de-franca-secretario-de-estado>. Acesso em: 6 fev. 2016.

_____. Companhia de Águas e Esgotos. **Relatório Anual 2015 – Qualidade da Água.** Natal, RN: CAERN, 2015c. Disponível em: < http://www.caern.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=70582&ACT=null&PAGE=0&PARM=null&LBL=qualidade2015>. Acesso em: 04 fev. 2016.

_____. **Sistemas de Informações:** Bacias Hidrográficas. Natal, RN: SEMARH, [s.d]. Disponível em: http://servicos.searh.rn.gov.br/semarh/sistemadeinformacoes/consulta/cBacia.asp. Acesso em: 5 fev. 2016.

RIO GRANDE NO NORTE. Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social. **Objetivo**. 09 abr. 2015. Disponível em: <http://www.defesasocial.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=71658&ACT=&PAGE=0&PARM=&LBL=Objetivo>. Acesso em: 07 fev. 2016.

RIO GRANDE DO NORTE. **Lei Complementar Nº 90 de 04 de janeiro de 1991**. Dispõe sobre a organização básica da PMRN.

RIO GRANDE DO NORTE. **Lei Complementar Nº 272, de 03 de março de 2004** Regulamenta os artigos 150 e 154 da Constituição Estadual, revoga as Leis Complementares Estaduais n.º 140, de 26 de janeiro de 1996, e n.º 148, de 26 de dezembro de 1996, dispõe sobre a Política e o Sistema Estadual do Meio Ambiente, as infrações e sanções administrativas ambientais, as unidades estaduais de conservação da natureza, institui medidas compensatórias ambientais, e dá outras providências. Disponível em: < http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/idema/DOC/DOC000000000105574.PDF>. Acesso em: 5 fev. 2016.

_____. **Decreto no. 21.390 de 11 de novembro de 2009.** Institui o Polo Turístico Agreste/Trairí e dá outras providências. Nov. 2009. Disponível em: < http://rnbrasil.tur.br/wp-content/uploads/2014/04/criacao-do-polo-de-turismo-agreste-trairi.pdf. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. LEI Nº 9.931, de 14 de janeiro de 2015. Dispõe sobre a Política de Turismo do Rio Grande do Norte para definir as diretrizes de planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor do turístico e dá outras providências. Disponível em: < http://www.al.rn.gov.br/portal/_ups/legislacao/2015/02/09/81837acd686e453f9c663ca1931e4be8.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2016.

_____. **SANEAR RN.** 14 Slides. Colorido. [ca. 2015d]. Disponível em: http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/caern/DOC/DOC000000000010316.PDF. Acesso em: 04 fev. 2016.

RIO GRANDE DO NORTE. Secretaria de Estado de Turismo. **Organograma**. Natal, RN: SETUR/RN, jan. 2016. Disponível em: < http://rnbrasil.tur.br/wp-content/uploads/2014/04/Organograma-SETUR.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2016.

ROCHA, Antônio Roberto. Projeto Lugares de Charme será destaque na Ruraltur. 22 ago. 2015. In: **Tribuna do Norte.** Blogs: e-Turismo. Disponível em: http://blog.tribunadonorte.com.br/eturismo/81409. Acesso em: 30 jan. 2016.

ROSSELLÓ, James; AGILÓ, Eugenio; RIERA, Antoni.Modeling tourism dynamics. In **Jounal of travel Research**, Vernion of Record, Jul. 14, 2005.

ROTEIROS DE CHARME. **Quem Somos.** 2016. Disponível em: http://www.roteirosdecharme.com.br/quem-somos.php. Acesso em: 4 jan.2016.

SANTOS, Alessandro de Oliveira. **Impactos Socioambientais do Turismo** - Um problema de Saúde Pública. [S.l, s.n, s.d]. Disponível em: < http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/texto-5363c714b8d98.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2016.

SANTOS, J F. Arqueoturismo no semi-árido Sergipano: o desafio da conservação de um patrimônio milenar. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 7, n. 2. p.35-46, 2007. Quadrimestral. Disponível em: < http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115416289003 >. Acesso em: 5 jan. 2016.

SANTUARIO DO LIMA. Disponível em: <http://www.santuariodolima.com.br/>. Acesso em: 4 fev. 2016.

SCATAMACCHIA, M.C. M. **Turismo e Arqueologia.** São Paulo: Aleph, 2005.

SERVIÇO FLORESTAL BRASILEIRO. **Biomas e suas florestas**. [s.d]. Disponível em: < http://www.florestal.gov.br/snif/recursos-florestais/os-biomas-e-suas-florestas?print=1&tmpl=component>. Acesso em: 4 fev. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Programa bem receber apresenta:** guia da governanta. 13 mar. 2015. Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/programa-bem-receber-apresenta-guia-da-governanta,15ed6a1f07fb6410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 20 fev. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório Perfil do Romeiro – Turismo Religioso em Santa Cruz.** Natal, RN: SEBRAE/RN, 2013.

SILVA, Lucas Ferreira da; CHAGAS, Márcio Marreiro; FERNANDES, Gleydciane Alexandre. Eventos como Oportunidade de Regionalização: Uma Análise com Base na Percepção dos Gestores, dos Empresários e da Comunidade Autóctone da Região Agreste/Trairi. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6, 2010, Caxias do Sul. **Anais... .** Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2010. p. 1 - 15. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplSeminTur2010/eventos/seminario_de_pesquisa_semintur/anais/gt07/arquivos/07/Eventos como Oportunidade de Regionalizacao Uma Analise com Base na.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

SILVA, Rodrigo Cardoso da. **Política de regionalização de turismo no interior potiguar:** articulação, entraves e efetividade. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Natal, RN, 2014.

SILVEIRA, Emerson José Sena da. (Orgs). **Turismo Religioso:** ensaios e reflexões. Campinas: Alínea, 2003.

SISTEMA DE LICENCIAMENTO AMBIENTAL ELETRÔNICO. **SISLIA**. [s.d]. Disponível em: < http://sistemas.idema.rn.gov.br/sislia/>. Acesso em: 15 fev. 2016.

SOBRE ADMINISTRACAO. **Matriz BGC.** 1 figura. 2010. Disponível em: < http://www.sobreadministracao.com/wp-content/uploads/2010/09/Matriz_BCG2.jpg>. Acesso em: 2 fev. 2016.

SOUZA, Carolina Guimarães Starling de. **O Turismo Arqueológico na Preservação do Patrimônio Cultural:** um estudo de caso dos sítios rupestres de Serranópolis-GO. 2012. 129f. Dissertação (Mestrado Profissional) – Programa de Pós-graduação em Preservação do Patrimônio Cultural, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, RJ, 2012. Disponível em: < http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Disserta%2B%C2%BA%2B%C3%BAo%20Carolina%20Guimar%2B%C3%BAes%20Starling%20de%20Souza.pdf>. Acesso em 08 fev. 2016.

TRIBUNA DO NORTE. **Pegadas de Lampião.** 15 maio 2009. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/pegadas-de-lampiao/109448>. Acesso em: 5 fev. 2016.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. Centro de Excelência em Turismo.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO. **Relatório referente ao Patrimônio Cultural e Áreas de Preservação Cultural da Cidade de Pau dos Ferros.** Mossoró, RN: UFERSA, 2015.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico receptivo e emissivo**: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo, SP: Pioneira, 1999.

VIEIRA, M. J. G. **Senhor dos Passos em todos os passos.** Aracaju: Gráfica J. Andrade, 2006.

WCS BRASIL. **Projeto Caatinga.** 2009. Disponível em: < https://programs.wcs.org/brazil/Lugares-naturais/Projeto-Caatinga.aspx>. Acesso em: 7 fev. 2016.

WIKIPÉDIA. **Alexandria (Rio Grande do Norte).** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Alexandria_(Rio_Grande_do_Norte)>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Doutor Severiano.** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Doutor_Severiano>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Lucrécia (Rio Grande do Norte).** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Lucr%C3%A9cia_(Rio_Grande_do_Norte)>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Martins (Rio Grande do Norte).** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Martins_(Rio_Grande_do_Norte)>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Patu.** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Patu>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Pau dos Ferros.** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Pau_dos_Ferros>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Portalegre (Rio Grande do Norte).** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Portalegre_(Rio_Grande_do_Norte)>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **São Miguel (Rio Grande do Norte).** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A3o_Miguel_(Rio_Grande_do_Norte)>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Venha Ver.** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Venha-Ver>. Acesso em: 4 fev. 2016.

_____. **Viçosa (Rio Grande do Norte).** 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Vi%C3%A7osa_(Rio_Grande_do_Norte)>. Acesso em: 4 fev. 2016.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Tourism Towards 2030:** Gyeongju, Republic of Korea: UNWTO General Assembly 19th Session, 10 oct. 2011. 19 slides, color, 25cm x 20cm. Disponível em: <http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2016.

_____. **World Tourism Barometer,** Madrid, v. 14, n. 1, jan. 2016. Bimestral. World Tourism Organization. Disponível em: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_01_january_excerpt.pdf>. Acesso em: 01 fev. 2016.

_____. **Panorama OMT del Turismo Internacional:** edición 2015. Madrid, ES: OMT/UNWTO, 2015. Disponível em: < http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>. Acesso em: 08 fev. 2016.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Travel & Tourism:** Economic Impact World. London: WTTC, 2014. Disponível em: <http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2014-03-31_03008.pdf>. Acesso em: 1 jan. 2016.

_____. **Travel & Tourism:** Economic Impact World. London: WTTC, 2015. Disponível em: < https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/world2015.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2016.

APÊNDICES

APÊNDICE I - ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO VARIÁVEL - NÚMERO DE EMPRESAS E OUTRAS ORGANIZAÇÕES (UNIDADES)

APÊNDICE II - ESTIMAÇÃO DA ELASTICIDADE-RENDA DA DEMANDA TURÍSTICA NO BRASIL

APÊNDICE III- ANÁLISE E FORMULÁRIOS DE PESQUISA COM SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS – POLO AGRESTE/TRAIRÍ.

APÊNDICE IV – FORMULÁRIO DE PESQUISA DO QUADRO INSTITUCIONAL DOS MUNICÍPIOS.

APÊNDICE V – ESTUDO ECONOMÉTRICO PARA O POLO AGRESTE/TRAIRÍ

APÊNDICE I - ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO VARIÁVEL - NÚMERO DE EMPRESAS E OUTRAS ORGANIZAÇÕES (UNIDADES)

APÊNDICE I

TABELA A.1 - ALOJAMENTO E ALIMENTAÇÃO VARIÁVEL - NÚMERO DE EMPRESAS E OUTRAS ORGANIZAÇÕES (UNIDADES)

Tabela 8.1-Empresas e outras organizações, por seção da classificação de atividades (CNAE 2.0) Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0) = I Alojamento e alimentação									
RN e Municípios do Polos	**2006**	**2007**	**2.008**	**2.009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2.013**	**Tx.Cresc Período**
Rio Grande do Norte	2270	2379	2.551	2.776	3039	3183	3276	3.505	6,4%
Coronel Ezequiel - RN	-	-	-	-	-	-	-	-	
Jaçanã - RN	-	-	1	1	1	1	1	1	
Montanhas - RN	-	-	-	-	-	-	-	1	
Monte das Gameleiras - RN	-	-	-	-	-	-	-	-	
Nova Cruz - RN	6	4	7	4	5	4	7	7	2,2%
Passa e Fica - RN	1	1	-	4	5	6	5	5	25,8%
Santa Cruz - RN	18	20	19	23	28	29	27	28	6,5%
São Bento do Norte - RN	-	-	-	1	1	2	3	2	
São José do Campestre - RN	-	1	1	2	4	5	4	1	
Sítio Novo - RN	-	-	-	-	-	-	-	-	
Tangará - RN	1	4	4	4	2	5	5	7	32,0%
Total do Polo	26	30	32	39	46	52	52	52	10,4%
Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas, Tabela 993									

Fonte: Elaborado a partir de dados do IBGE - Cadastro Central de Empresas (2014)-Tabela 993 (CNAE 2.0

TABELA A.2 - RN: Gasto diário do turista estrangeiro, U$1,00

País de Origem/Ano	2010	2011	2012	2013	2014	Var.Média 2006-12	Part.no fluxo total 2012
Argentina	54,0	56,6	60,0	55,2	58,8	2,3%	14,6%
Itália	65,0	67,6	55,1	57,0	58,5	-2,1%	16,6%
Estados Unidos	69,5	76,3	75,7	69,5	81,7	4,6%	8,2%
Uruguai	60,2	63,5	65,3	74,2	77,8	6,7%	3,4%
Portugal	62,0	61,4	52,9	49,9	53,5	-3,3%	10,9%
Espanha	63,9	77,4	54,9	60,8	55,9	-1,3%	7,8%
Noruega							5,0%
Holanda	69,6	74,9	76,2	62,0	67,8	0,0%	4,3%
França	66,2	64,3	64,0	65,1	69,5	1,3%	3,7%
Alemanha	59,3	63,0	58,5	61,8	66,4	3,0%	3,9%
Outros	47,8	62,3	50,5	54,0	60,6	7,7%	2,0%
Média Ponderada	**69,06**	**77,96**	**60,18**	**60,27**	**62,55**	**0,91%**	**80,5%**

Tabela A.3-RN: Permanência média (dias) do turista estrangeiro

País de Origem/Ano	2010	2011	2012	2013	2014	Var.Média 2006-12	Part.no fluxo total 2012
Argentina	10,4	10,5	10,8	11,4	11,5	2,6%	14,6%
Itália	26,6	29,7	25,5	27,2	28,6	2,3%	16,6%
Estados Unidos	19,7	20,8	19,6	20,6	20,4	1,0%	8,2%
Uruguai	8,0	7,9	8,0	7,7	9,3	4,3%	3,4%
Portugal	26,7	31,1	29,9	31,1	32,4	5,2%	10,9%
Espanha	24,6	24,8	31,0	28,0	30,3	6,1%	7,8%
Noruega							5,0%
Holanda	23,4	20,7	20,0	22,2	20,2	-3,2%	4,3%
França	21,7	22,8	23,6	23,2	24,0	2,6%	3,7%
Alemanha	24,3	23,8	21,7	24,8	24,8	0,9%	3,9%
Outros	19,6	10,6	10,7	8,8	10,8	-10,0%	2,0%
Média Ponderada	**16,59**	**17,92**	**18,43**	**18,55**	**19,77**	**0,78%**	**80%**

Tabela A23.1: Produto Interno Bruto, PIB, em R$ bilhões para o Brasil e em R$ milhões para o Estado do Rio Grande do Norte, para o, o Polo Agreste/Trairí e para os municípios que o compõem, a preços correntes

Ano	Brasil, R$ bilhões	Rio Grande do Norte	Polo Agreste _Trairi	Coronel Ezequiel	Jaçanã	Montanhas	Monte das Gameleiras	Nova Cruz	Passa e Fica	Santa Cruz	São José do Campestre	Serra de São Bento	Sítio Novo	Tangará
2013	5.316,45	51.445,7	1.065,4	33,9	48,6	66,4	18,4	324,6	77,8	261,9	68,2	31,3	31,2	103,1
2014	5.687,00	55.031,4	1.139,6	36,2	52,0	71,1	19,6	347,2	83,2	280,2	72,9	33,5	33,3	110,3
2015	5.904,00	57.131,2	1.183,1	37,6	54,0	73,8	20,4	360,5	86,4	290,9	75,7	34,8	34,6	114,5
2016	5.697,36	55.131,6	1.141,7	36,3	52,1	71,2	19,7	347,8	83,3	280,7	73,1	33,6	33,4	110,5
2017	5.811,31	56.234,2	1.164,5	37,0	53,1	72,6	20,1	354,8	85,0	286,3	74,5	34,2	34,1	112,7
2018	5.927,53	57.358,9	1.187,8	37,8	54,2	74,1	20,5	361,9	86,7	292,0	76,0	34,9	34,8	115,0
2019	6.105,36	59.079,7	1.223,5	38,9	55,8	76,3	21,1	372,8	89,3	300,8	78,3	36,0	35,8	118,4
2020	6.288,52	60.852,1	1.260,2	40,1	57,5	78,6	21,7	383,9	92,0	309,8	80,6	37,0	36,9	122,0
2021	6.477,18	62.677,6	1.298,0	41,3	59,2	81,0	22,4	395,5	94,7	319,1	83,0	38,2	38,0	125,7
2022	6.671,49	64.558,0	1.336,9	42,5	61,0	83,4	23,0	407,3	97,6	328,7	85,5	39,3	39,1	129,4
2023	6.871,64	66.494,7	1.377,0	43,8	62,8	85,9	23,7	419,5	100,5	338,5	88,1	40,5	40,3	133,3
2024	7.077,78	68.489,6	1.418,3	45,1	64,7	88,5	24,4	432,1	103,5	348,7	90,8	41,7	41,5	137,3
2025	7.290,12	70.544,2	1.460,9	46,5	66,7	91,1	25,2	445,1	106,6	359,2	93,5	42,9	42,7	141,4

Fonte: para o ano 2013: IBGE: Tabela 5938 - Produto interno bruto a preços correntes, - Referência 2010. Para o período seguinte projetado a partir de taxa de -3,5% para 2016, 2% para o biêncio 2017/2018 e 3% para 2019 a 2025.

APÊNDICE II - ESTIMAÇÃO DA ELASTICIDADE-RENDA DA DEMANDA TURÍSTICA NO BRASIL

APÊNDICE II

ESTIMAÇÃO DA ELASTICIDADE-RENDA DA DEMANDA TURÍSTICA NO BRASIL

Para o cálculo da elasticidade-renda da demanda turística foram empregados dados de *cross section* para as 27 unidades da federação, em que, utilizando a técnica de análise de regressão, buscou-se estimar uma função entre número desembarques totais de passageiros (nacionais e internacionais) e PIB *per capita* dos estados, referente ao ano 2007. Os resultados da regressão estão ilustrados na tabela a seguir.

TABELA II – RESULTADOS DA ANÁLISE DE REGRESSÃO DE DESEMBARQUES DE PASSAGEIROS NOS AEROPORTOS BRASILEIROS EM FUNÇÃO DO PIB PER CAPITA

Coefficients

MODEL		UNSTANDARDIZED COEFFICIENTS		STANDARDIZED COEFFICIENTS	T	SIG.
		B	STD. ERROR	BETA		
	(Constant)	11,198	0,793		14,124	0,000
	LNPPC	1,351	0,422	0,540	3,205	0,004

A Dependent Variable: LNFT

Model Summary

MODEL	R	R SQUARE	ADJUSTED R SQUARE	STD. ERROR OF THE ESTIMATE
1	0,540(a)	0,291	0,263	1,08638

Descriptive Statistics

	N	MINIMUM	MAXIMUM	MEAN	STD. DEVIATION
FT	27	101327,00	13780904	1851943,3	2874750,33298
PPC	27	2,67	23,29	7,0057	4,25037
Valid N (listwise)	27				

Fonte: Calculado Pelos Autores TCBR

Como teoricamente esperado, o poder de explicação, determinado pelo coeficiente de determinação, R^2 ajustado, para dados em painéis usualmente são baixos, cabendo-se avaliar a robustez do modelo pelo sinal esperado dos parâmetros estimados e pelo teste t de *Student*. Como para a estimação do modelo os dados foram transformados em logaritmos (LNPPC, logaritmo natural do PIB *per capita*, e logaritmo natural do Desembarques, LNFT), o coeficiente B, no valor de 1,351, corresponde então à estimativa da elasticidade-renda de demanda turística. Cabendo destacar, que dados os baixos valores da significância (sig 0,000 para a constante e 0,004 para o coeficiente angular B), a hipótese nula (H0: B1=0) para ambos parâmetros deve ser rejeitada.[28]

Tomando-se os desembarques como uma variável próxima da demanda turística, que no caso do estado do Amazonas essa proximidade é quase perfeita – uma vez que o transporte

[28] A base de dados pode ser disponibilizada a pedido do leitor.

aéreo é a principal via de acesso do turista (73,4% para o fluxo estrangeiro, segundo dados da Embratur, 2009), então a estimativa da elasticidade-renda da demanda indica que um crescimento de 10% no PIB *per capita* conduz uma elevação de 13,5% no fluxo turístico demandado.