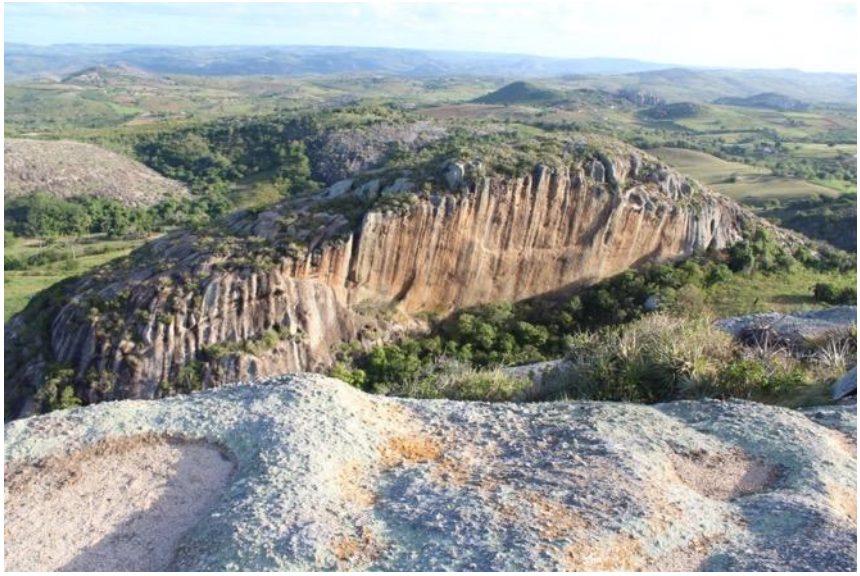
GOVERNO CIDADÃO
DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE



PRODUTO 1

Avaliação Situacional do destino

PROJETO DE DINAMIZAÇÃO E SUSTENTABILIDADE DO TURISMO NOS MUNICÍPIOS DE PASSA E FICA, SERRA DE SÃO BENTO E MONTE DAS GAMELEIRAS.

Contrato: RN Sustentável n 062/2017

26 de junho de 2017

GRUPO BANCO MUNDIAL

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
Secretaria de Planejamento e das Finanças - SEPLAN
Secretaria de Turismo - SETUR

Emprotur
EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

Parceiro Executor: IABS

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE

ROBINSON MESQUITA DE FARIA

Governador do Estado

SECRETARIA EXTRAORDINÁRIA DE GESTÃO DE PROJETOS E METAS DE GOVERNO - SEGEPRO

FRANCISCO VAGNER GUTEMBERG DE ARAÚJO

Secretário Extraordinário de Projetos

Secretaria de Estado do Turismo-SETUR

RUY PEREIRA GASPAR

Secretário do Turismo

EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA- EMPROTUR

ANA MARIA DA COSTA

Diretora Presidente

EQUIPE UES/SETUR

SOLANGE ARAÚJO PORTELA

Gerente UES/ Subsecretária do Turismo

CARMEN VERA ARAÚJO DE LUCENA

Coordenadora Operacional

BLANDINE DE MEDEIROS JAR

Técnica História I

CRISTIANE SOARES CARDOSO DANTAS GOMES

Subcoordenadora-SETUR

DAYANE MURIELLE DA SILVA SANTOS

Subcoordenadora-SETUR

NAYARA CRISTINA SANTANA DA SILVA

Gerente de Promoção Internacional-EMPROTUR

INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE – IABS

LUÍS TADEU ASSAD

Diretor Presidente do IABS

JANNYNE BARBOSA

Diretora técnica

LÚCIO MOTTA FONTENELES

Diretor Administrativo Financeiro

EQUIPE DE EXECUÇÃO

LUÍS TADEU ASSAD

Coordenador Geral do Projeto

JANNYNE BARBOSA

Coordenadora técnica/ Especialista de Marketing

MARCELA PIMENTA

Especialista em Turismo

MAURO COUTINHO

Especialista em Planejamento Territorial

MOARA BARBOSA

Assessora Administrativa

PATRÍCIA REIS

Especialista em Meio Ambiente

ROBERTA RODRIGUES

Coordenadora Local

SUMÁRIO

1. Introdução 9

1.1 O IABS 9

1.2 Estrutura Administrativa e Organizacional para o Projeto 11

1.3 Modelo de Gestão e Produtos de Conhecimento 15

2 - Metodologia 17

2.1 Levantamento de dados secundários 17

2.2 Levantamento online 18

2.3 Levantamento remoto de dados 22

2.4 Levantamento de campo 22

2.5 Entrevistas qualitativas semi estruturadas 23

2.6 Sistematização e consolidação dos dados 26

3 - Governança Turística do Destino 26

4 – Avaliação Situacional do Destino 28

4.1 Produto 30

4.1.1 Caracterização geral 33

4.1.2 Atrativos Turísticos naturais 39

4.1.3 Atrativos turísticos culturais 72

4.1.4 Eventos 73

4.1.5 Equipamentos Turísticos 73

4.2 Preço 80

4.3 Praça 81

4.4 Promoção do destino 84

4.4.1 Promoção Institucional do destino 84

4.4.2 Equipamentos turísticos 85

5 - Matriz de Equipamentos selecionados 90

6 - Referências Bibliográficas 91

Lista de Figuras

Figura 1: Núcleos Temáticos IABS 9
Figura 2: Áreas de Atuação IABS 10
Figura 3: Estrutura Organizacional do Projeto 11
Figura 4: Modelo de Gestão Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras. 15
Figura 5: Desenho Geral da Metodologia 17
Figura 6: Pentágono do Turismo: Marketing de Destinos 28
Figura 7: Estágio de Desenvolvimento dos Pólos Turísticos do RN, segundo modelo de Butler - Ciclo de Vida do Destino Turístico 29
Figura 8: Mapa de localização 33
Figura 9: Mapa de acesso 34
Figura 10: Litologia 35
Figura 11: Bacias Hidrográficas 36
Figura 12: Mapa de Biomas 37
Figura 13: - Destaque da paisagem na região – bioma Caatinga 37
Figura 14: Mapa de áreas prioritárias para conservação 38
Figura 15: Pedra da Mesa 41
Figura 16: Fotos Pedra da Mesa 42
Figura 17: Pedra do Navio 43
Figura 18: Fotos Pedra do Navio 44
Figura 19: Mirante Natural 45
Figura 20: Foto Igreja Nossa Senhora da Saúde 46
Figura 21: Pedra da Pintada 47
Figura 22: Fotos Pedra da Pintada 48
Figura 23: Pedra da Macambira 49
Figura 24: Fotos Pedra da Macambira 50
Figura 25: Pedra da Caridade 51
Figura 26: Fotos Pedra da Caridade 52
Figura 27: Pedra de São Pedro 53
Figura 28: Fotos Pedra de São Pedro 54
Figura 29: Pedra do Cruzeiro / Alto da União 55
Figura 30: Fotos Pedra do Cruzeiro / Alto da União 56
Figura 31: Pedra da Trouxa 57
Figura 32: Fotos Pedra da Trouxa 58
Figura 33: Tanque do General 59
Figura 34: Fotos Tanque do General 60
Figura 35: Pedra da Mata 61
Figura 36: Fotos Pedra da Mata 62
Figura 37: Tanque do Boi 63
Figura 38: Fotos Tanque do Boi 64
Figura 39 - Mirante Alto da Terra de Timbaúba 65
Figura 40 - Mirante Alto da Terra de Timbaúba 66

Figura 41: Mirante do Jacaré e Lajedo da Paisagem 67
Figura 42: Fotos Mirante do Jacaré e Lajedo da Paisagem 68
Figura 43- Pedra do Oratório 69
Figura 44 - Fotos Pedra do Oratório 70
Figura 45: Lajedo Por do Sol..... 71
Figura 46: Fotos Lajedo Por do Sol 72
Figura 47: Mapa dos equipamentos turísticos dos municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras 76
Figura 48: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Fulô da Pedra 87
Figura 49: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Villas da Serra..... 87
Figura 50: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Chalés da Serra..... 88
Figura 51: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Pousada Pedra Grande..... 88

Lista de Tabelas

Tabela 1: Plataformas digitais selecionadas 18
Tabela 2: Nome dos Entrevistados 25
Tabela 3: Associações ligadas ao turismo no território 27
Tabela 4:Avaliação dos entrevistados sobre Aspectos Gerais do Destino..... 31
Tabela 5: Forças competitivas e principais desafios do destino 32
Tabela 6: Caracterização do atrativo natural Pedra da Mesa..... 39
Tabela 7: Caracterização do atrativo natural Pedra do Navio..... 42
Tabela 8: Caracterização do atrativo Mirante Natural..... 44
Tabela 9: Caracterização do atrativo natural Pedra da Pintada 47
Tabela 10:Caracterização do atrativo natural Pedra da Macambira 49
Tabela 11: Caracterização do atrativo natural Pedra da Caridade..... 51
Tabela 12: Caracterização do atrativo natural Pedra de São Pedro 53
Tabela 13: Caracterização do atrativo natural Pedra do Cruzeiro / Alto da União 55
Tabela 14: Caracterização do atrativo natural Pedra do Trouxa 57
Tabela 15: Caracterização do atrativo natural Tanque do General 59
Tabela 16: Caracterização do atrativo natural Pedra da Mata..... 61
Tabela 17: Caracterização do atrativo natural Tanque do Boi 63
Tabela 18 - Caracterização do atrativo natural Mirante Alto da Terra de Timbaúba..... 65
Tabela 19: Caracterização do atrativo natural Serra dos Cocos 67
Tabela 20 - Caracterização do atrativo natural Pedra do Oratório 69
Tabela 21: Caracterização do atrativo natural Lajedo Por do Sol 71
Tabela 22: Avaliação do acesso pelos entrevistados 81
Tabela 23: Operadoras Braztoa que comercializam o destino..... 83
Tabela 24: Matriz de Equipamentos Turísticos selecionados..... 90

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Setor do Entrevistado 25
Gráfico 2: Município do Entrevistado 25
Gráfico 3: Plataformas de comercialização utilizadas pelos meios de Hospedagem – Booking e Trivago 82
Gráfico 4: Agências de viagem que comercializam o destino 83
Gráfico 5: Quantidade de empresas que possuem site próprio 86
Gráfico 6: Quantidade de empresas que possuem redes sociais – Facebook e Instagram 86
Gráfico 7: Quantidade de empresas que possuem posicionamento online 89

1. INTRODUÇÃO

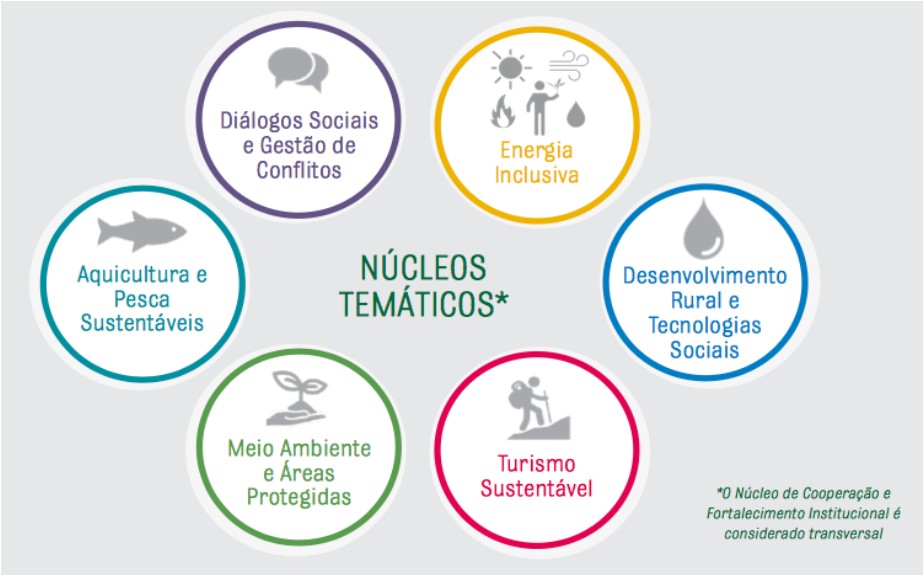
1.1 O IABS

Criado em 2003, o Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS) é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) que tem como objetivo permanente contribuir para o bem-estar social, o desenvolvimento sustentável e a redução das desigualdades nos níveis local, regional, nacional e internacional.

Para suas ações, considera a integridade e qualidade socioambiental, o desenvolvimento e o fortalecimento institucional, a defesa do patrimônio natural e cultural, a melhoria da qualidade de vida e a garantia do acesso a tais benefícios às gerações presentes e futuras.

As atividades do IABS estão organizadas em núcleos temáticos previstos no estatuto da instituição, expressando as áreas de maior atuação do Instituto:

Figura 1: Núcleos Temáticos IABS



Fonte: IABS, 2016.

É em tal contexto que o IABS se propõe a criar, juntamente com os seus parceiros e com a comunidade beneficiária, ações efetivas de fortalecimento institucional, diálogo social, alternativas econômicas e socioambientais.

O Instituto conta com cerca de 70 pessoas, sendo 25 sócios, em um total de 20 áreas de formação distintas – dentre as quais turismo, biologia, agronomia, administração, engenharia de pesca, dentre outros, além de consultores *ad hoc* e técnicos especialistas de parceiros institucionais.

Desde sua criação, o IABS já executou mais de 200 projetos no Brasil e no exterior, envolvendo a aplicação de mais de R$ 110 milhões na busca do desenvolvimento local e redução das desigualdades. A atuação é nacional, com maior número de projetos executados nas regiões Nordeste e Sudeste, possuindo escritórios fixos em Brasília/DF, Belo Horizonte/MG, Maceió/AL e no Rio de Janeiro/RJ.

Figura 2: Áreas de Atuação IABS

Fonte: IABS, 2016.

Dentre os parceiros institucionais e financiadores de projetos, estão a Agência Espanhola de Cooperação para o Desenvolvimento (AECID), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o Ministério do Turismo, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Governo do Estado de Alagoas, parceiros privados, dentre outros.

Alguns projetos ou ações capitaneadas pelo Instituto foram premiadas, tais como o projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco – vencedor do Prêmio Celso Furtado de Desenvolvimento Regional (edição 2014) e o projeto Pescando com Redes 3G, premiado pela Fundação Banco do Brasil como tecnologia social em 2013.

O portfólio completo do IABS com mais detalhamento sobre sua atuação, pode ser baixado pelo link: http://iabs.org.br/10anos/wp-content/uploads/portfolio/portfolio-IABS-2016.pdf

1.2 ESTRUTURA ADMINISTRATIVA E ORGANIZACIONAL PARA O PROJETO

Para o projeto, o IABS contará com uma equipe de coordenação, além de outros profissionais contratados para execução de cada uma das atividades relacionadas ao projeto, a serem especificados nesta seção. Será ainda disponibilizado uma equipe administrativa-financeira bem como uma estrutura de suporte a execução dos serviços, conforme detalhado a seguir.

A estrutura organizacional geral do projeto será:

Figura 3: Estrutura Organizacional do Projeto

Fonte: IABS, 2017.

Na sequência estão relacionados os membros da equipe de coordenação, com um breve descritivo da formação (mini-currículo) e responsabilidades no projeto:

a. **Coordenador Geral: Luís Tadeu Assad**

Mini-currículo: Pós Doutorado em Gestão de Conflitos Socioambientais (CDS/UnB), Doutor em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB) e Engenheiro de Pesca, M.Sc. Coordenou o subtema Gestão de Recursos Pesqueiros da Agenda 21 brasileira. É o Diretor Presidente do IABS.

LinkedIn: https://br.linkedin.com/in/luís-tadeu-assad-5566501a/pt

Responsabilidades no projeto: coordenação geral do projeto, construção dos processos participativos.

Email de contato: assadmar@iabs.org.br

b. Coordenadora Técnica e especialista em Marketing: Jannyne Barbosa

Mini-currículo: Administradora com ênfase em Marketing, trabalha em marketing turístico desde 2007 contribuindo com o planejamento, aprimoramento do produto, promoção e apoio a comercialização de diversos destinos turísticos no Brasil. Atua no IABS na gestão de projetos estratégicos de desenvolvimento territorial e atualmente é a Diretora Técnica do Instituto.

LinkedIn: https://www.linkedin.com/in/jannyne-barbosa-b78b012a/

Responsabilidades no projeto: coordenação técnica do projeto, acompanhamento e integração de equipes, sistematização e garantia de qualidade técnica aos produtos resultado de cada etapa do projeto, planejamento de todas as atividades executivas e especialista em marketing turístico.

Email de contato: jannyne@iabs.org.br

c. Especialista em Turismo: Marcela Pimenta

Mini-currículo: Mestre em Gestão Turística com foco em turismo sustentável pela *Universitat de Les Illes Balears* – Espanha e Bacharel em Turismo. Possui ampla experiência em gestão de projetos e atualmente é Coordenadora do Núcleo de Turismo e External Liasion Agent da Fundação UNWTO Themis no Brasil.

Responsabilidades no projeto: participação técnica em todas as atividades previstas no âmbito do projeto, sistematização de informações, garantia de qualidade técnica aos produtos resultado de cada etapa do projeto e especialista de turismo.

LinkedIn: https://br.linkedin.com/in/marcela-pimenta-6039aa12/pt

Email de contato: marcela@iabs.org.br

d. Especialista em Meio Ambiente: Patrícia Reis

Mini-currículo: Mestre em Geografia pelo Programa de Tratamento da Informação Espacial da PUC Minas, Especialização em Administração e Manejo de Áreas Protegidas, graduada em Ciências Biológicas. Coordenadora do Núcleo de Meio Ambiente e Áreas Protegidas do IABS.

LinkedIn:https://br.linkedin.com/in/patrícia-reis-pereira-14766588/en

Responsabilidades no projeto: levantamento de cenários ambientais, valoração de produtos turísticos sustentáveis, sistematização de informações, garantia de qualidade técnica aos produtos resultado de cada etapa do projeto e especialista em meio ambiente.

Email de contato: patricia.reis@iabs.org.br

e. **Especialista em Planejamento Territorial:** Mauro Coutinho

Mini-currículo: Mestre em Gestão turística pela *Universitat de Les Illes Balears* – Espanha e Bacharel em Turismo pela PUC Minas. Experiência em articulação institucional e gestão de projetos, é consultor e integra a equipe do Núcleo de Turismo Sustentável do IABS.

LinkedIn:https://www.linkedin.com/in/mauro-coutinho-25b7481a/

Responsabilidades no projeto: Consultoria em desenvolvimento local e turismo, Formação e fortalecimento de governança local e regional, participação técnica em todas as atividades previstas no âmbito do projeto, sistematização de informações, garantia de qualidade técnica aos produtos resultado de cada etapa do projeto e especialista no tema de planejamento territorial.

Email de contato: mauro@iabs.org.br

f. **Consultora Técnica:** Roberta Rodrigues

Mini-currículo: Formada em International Business (SDSU, EUA), Especialista em Ciências Ambientais (UFRJ) e Ecoturismo (SENAC SP). Participante das primeiras discussões sobre certificação de turismo sustentável, normas técnicas para meios de hospedagem e na comissão de estudo sobre as normas técnicas de turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues. Desde 1992 atua como guia e empresária na área de turismo.

Responsabilidades no projeto: Articulação local: mobilização de parceiros e beneficiários. Consultoria técnica em produtos turísticos, atividades de aventura, formatação e comercialização de produtos.

Email de contato: robertarodrigues@iabs.org.br

g. **Consultora Técnica:** Moara Barbosa

Mini-currículo: Bacharel em Administração com ênfase em Comércio Exterior pela Faculdade de Alagoas (FAL) e Bacharel em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário CESMAC, atua desde 2008 na área de gestão administrativa financeira de empresas privadas e com projetos voltados a área turística imobiliária. Além de trabalhos voltados a área de Arquitetura. Atualmente trabalha como Consultora no projeto "Maceió Mais Inclusiva através de Modelos de Economia Circular"

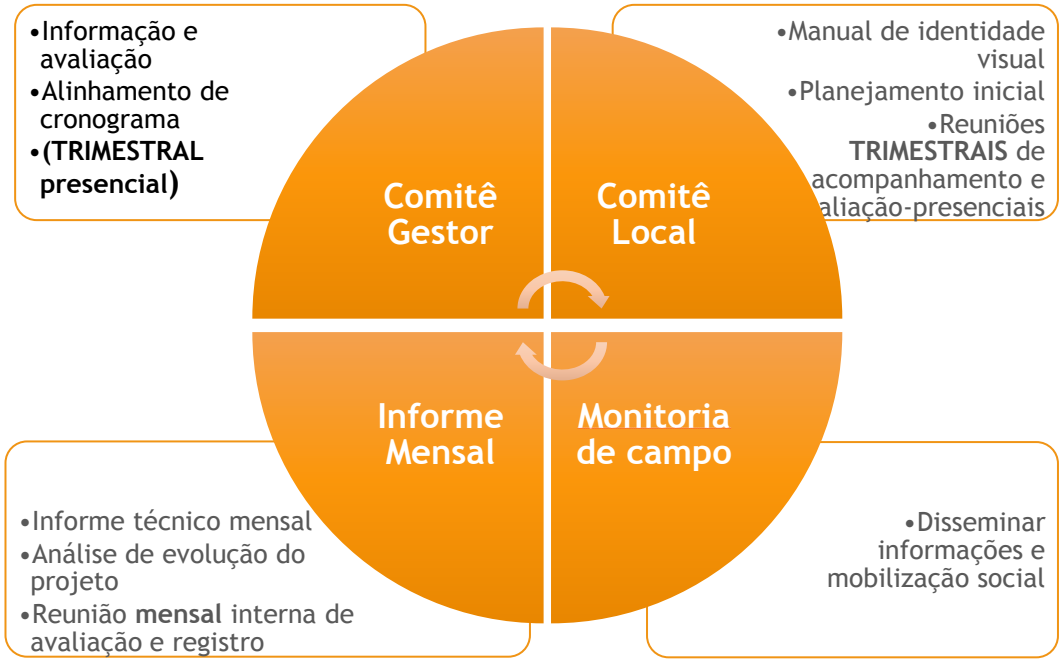
Responsabilidades no projeto: Consultoria técnica, administrativa e financeira. Sistematização de informações, organização financeira e suporte técnico aos produtos de entrega do projeto.

Email de contato: moara@iabs.org.br

1.3 MODELO DE GESTÃO E PRODUTOS DE CONHECIMENTO

Com o objetivo de nivelar as informações e propor o acompanhamento constante das atividades do projeto pelos atores envolvidos foi proposto um modelo de gestão do Projeto aprovado pela equipe técnica da SETUR/RN e SEPLAN/RN.

Figura 4: Modelo de Gestão Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo nos Municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras.



Fonte: IABS, 2017.

Comitê Gestor do Projeto: formado pela SEPLAN/RN, SETUR/RN e IABS. É uma instância estratégica-operacional que fará o acompanhamento e alinhamento técnico do projeto. Podem ser convidados para as reuniões de comitê gestor outras entidades avaliadas como importantes pelas instituições participantes, como possíveis financiadores de projetos para a região, entre outros. A periodicidade das reuniões será trimestral, podendo ser reuniões presenciais ou videoconferências.

Informes Mensal: a equipe de coordenação do projeto apresentará informes mensais resumidos de aproximadamente 04 páginas contendo os principais avanços e desafios do mês de referência e agenda para o mês subsequente.

Comitê Local: Instância de caráter consultivo, formado pelos gestores públicos municipais das cidades de Serra de São Bento, Monte das Gameleiras e Passa e Fica, empresários locais, atores e instituições envolvidos diretamente e indiretamente na atividade turística. A periodicidade das reuniões será trimestral, sendo reuniões presenciais no território.

Produtos de conhecimento: Com o objetivo de sistematizar informações e dar visibilidade aos resultados alcançados no âmbito do projeto foi apresentado a equipe técnica da SETUR/RN em reunião de alinhamento institucional realizada em 25 de maio de 2017 os seguintes produtos de conhecimento a serem elaborados no âmbito deste projeto:

Hotsite do Projeto – Incluindo Informações estáticas (linha de base), produtos gerados no âmbito deste contrato, agenda de atividade e notícias (este último associado ao facebook).

Manual de identidade visual (Institucional) - elaboração de um manual de identidade visual do projeto, contendo as formas de utilização das marcas e exemplos dos principais materiais a serem utilizados (power point, capa de relatório, etc). Este manual deverá ser avaliado e validado pela equipe técnica do Governo do Estado do Rio Grande do Norte.

Folder de apresentação do Projeto

Kit de identificação em campo:

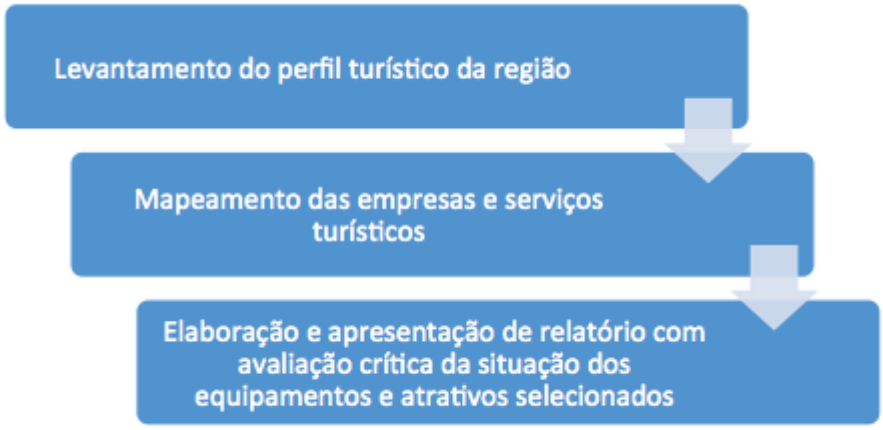
- Camiseta/colete
- Crachá
- Chapéu
- Cartão de visita

Livro final do projeto com resultados obtidos (estruturação, ilustração e diagramação).

2 - METODOLOGIA

Para avaliação situacional qualitativa dos produtos e atrativos turísticos ofertados nos municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras, foram realizadas algumas etapas previstas no termo de referência, conforme figura a seguir:

Figura 5: Desenho Geral da Metodologia



Fonte: IABS, 2017.

2.1 LEVANTAMENTO DE DADOS SECUNDÁRIOS

O ponto de partida para o levantamento do perfil turístico do destino foi a análise detalhada dos estudos já realizados: Planejamento estratégico e Marketing e PDITS do Polo Agreste/Trairi. No entanto, observou-se que por serem planejamentos de Estado ou de região a metodologia adotada para realização dos estudos não permitiu uma análise mais detalhada dos aspectos local. Sendo assim, os estudos foram utilizados como base para a primeira imersão no território, mas em campo foi possível realizar um aprofundamento mais concreto de alguns dados.

Uma lista de atrativos inicial foi extraída dos estudos supracitados e segmentados por categorias conforme metodologia do Inventário da Oferta Turística do Ministério do Turismo (atrativos naturais; atrativos culturais; realizações técnicas científicas e artísticas; eventos). Já para equipamentos não foi possível seguir a mesma metodologia uma vez que os estudos não detalharam dados da oferta, apresentando somente números gerais.

2.2 LEVANTAMENTO ONLINE

Na primeira etapa de levantamento de dados online foram inseridos no *google* o nome dos empreendimentos de hospedagem e restaurantes para constatação da presença online de cada equipamento.

Além disso foram selecionadas algumas plataformas digitais direcionadas a promoção de destinos e equipamentos turísticos para avaliação da presença dos equipamentos de hospedagem, alimentação e de atrativos turísticos das cidades comtempladas pelo projeto, segue abaixo um breve descritivo dessas plataformas:

Tabela 1: Plataformas digitais selecionadas

TRIPADVISOR (www.tripadvisor.com.br)	
tripadvisor	O TripAdvisor®, o maior site de viagens do mundo*, ajuda os viajantes a aproveitarem o melhor de cada viagem. Com mais de 500 milhões de avaliações e opiniões, o TripAdvisor oferece aos viajantes a sabedoria de outros usuários na hora de escolher onde ficar, qual voo pegar, o que fazer e onde comer. Possui mais de 390 milhões de visitantes únicos mensais.
BOOKING.COM (http://booking.com)	
Booking.com	Líder mundial em reservas online de acomodações. Todos os dias, mais de 1.200.000 diárias são reservadas pela Booking.com. O site e os aplicativos da Booking.com atraem visitantes, tanto do mercado de turismo de lazer quanto de negócios, no mundo todo.
INSTAGRAM (https://www.instagram.com)	
	Instagram é uma rede social de fotos e vídeos que está chegando na casa do bilhão de usuários ativos todos os meses. E o Brasil é o segundo país do mundo em número de usuários.
FACEBOOK (https://www.facebook.com)	
	O Brasil é o segundo país em número de usuários no Facebook, com 102 milhões de contas ativas em 2016. Ou seja, oito em cada 10 brasileiros internautas têm conta nesta rede. São mais de 1,8 bilhão de usuário no mundo que acessam chat com usuários, compartilhamento de vídeos e fotos e permite ainda personalização dos anúncios com cidade, idade, interesses,

	gênero.
HIKERSBAY (http://hikersbay.com)	
hikersbay	O site disponibiliza conselhos de viagem práticos sobre o melhor momento para férias. Reserva, apresenta comentários e conselhos sobre hotéis, resorts, férias, viagens e pacotes pelo mundo. O sistema todos os dias pede informações a centenas de operadores de viagens sobre os preços e mostra tendências no mercado de viagens.
CIDADE BRASIL (http://www.cidade-brasil.com.br	
cidade-brasil	Disponibiliza informações das cidades brasileiras, assim como informações do Município, endereço, email, telefone, hotéis, localização, turismo, atualidade, previsão do tempo, etc.
MELHORES POUSADAS (https://melhorespousadas.tur.br)	
Melhores Pousadas	Um portal que reúne mais de 18.000 estabelecimentos entre pousadas, hotéis, hostels, albergues e casas de temporada entre os destinos mais procurados do Brasil oferecendo opções de hospedagem para todos os públicos.
YOUTUBE (https://www.youtube.com)	
YouTube	Site de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários através da internet. Hospeda uma grande variedade de filmes, videoclipes e materiais caseiros. Mas vem atraindo atenção de empresas, que procuram mecanismos que permitam realizar a divulgação de suas marcas de modo eficiente.
ECOVIAGEM (http://ecoviagem.uol.com.br)	
EcoViagem Turismo fácil e interativo	Site para a promoção do turismo brasileiro, oferecendo anúncios gratuitos para hotéis, pousadas e agências. Oferece recursos para a divulgação de informações sobre os destinos turísticos. Uma ferramenta de mídia online com o conteúdo aberto e construído de forma colaborativa por seus usuários.
VOU.LA (http://vou.la)	
vou·la	Site agregador de serviços em turismo, oferecendo soluções para ajudar o viajante através de sugestões e recomendações de destinos. As empresas do trade turístico podem se cadastrar

	gratuitamente.

HOTEL IN SITE (http://www.hotelinsite.com.br)	
	Guia de hotéis nas 5.700 cidades, distritos e destinos turísticos no Brasil. Meios de hospedagem podem se cadastrar gratuitamente.
FÉRIAS (http://www.ferias.tur.br)	
	O viajante pode planejar sua viagem, com informações, fotos, pousadas e hotéis de todo o Brasil. Meios de hospedagem podem se cadastrar gratuitamente Empresas podem se cadastrar.
DICAS DE POUSADAS (http://www.dicasdepousadas.com.br)	
	Portal direcionado para promover o turismo no Brasil. Fazem a divulgação das belezas naturais, culturais e históricas. Os meios de hospedagem podem oferecer seus serviços neste gratuitamente.
VIA MICHELIN (https://www.viamichelin.pt)	
	Serviço online que ajuda a organizar os detalhes de uma viagem. Preparação de itinerário, reserva de hotéis, informação sobre restaurantes e locais turísticos, tráfego em tempo real mais informação do tempo, etc.
ROTEIROS INTELIGENTES (http://roteirosinteligentes.com.br/rn)	
	O Roteiros Inteligentes promete otimizar a sua busca por viagens de turismo trazendo de forma prática e completa os melhores destinos e atrações turísticas em diversos destinos.
DETECTA HOTEL (https://www.detectahotel.com.br)	
	A plataforma compara disponibilidade e preços dos maiores sites de reserva online de todo o mundo, incluindo Booking.com, Expedia, Hotels.com, Agoda, Venere, LateRooms.
ENCONTRAR HOTEL E POUSADA (http://www.encontrarhotelepousada.com.br)	
	O portal Encontrar Hotel e Pousada é um guia online de viagens tanto para quem deseja encontrar estadia e ofertas, tanto para quem deseja anunciar no site e disponibilizar lugares novos em todo Brasil.

Na análise do destino foram consideradas as opiniões (avaliações qualitativas) dos clientes sobre os empreendimentos pesquisados. Foram consideradas as avaliações dos últimos 06 meses (janeiro/2017 a junho/2017) e analisadas por meio de ferramenta específica de contador de palavras (Wordclouds).

Posteriormente foram analisadas as avaliações quantitativas realizadas por clientes no booking e tripadvisor. No caso do tripadvisor foram consideradas também as opiniões (avaliações qualitativas) dos clientes sobre os empreendimentos.

O número de curtidas no facebook, seguidores no instagram e as visualizações no youtube também foram levantadas e analisados.

2.3 LEVANTAMENTO REMOTO DE DADOS

Entre os dias 15 e 22 de junho foram realizadas consultas aos meios de hospedagem sobre a disponibilidade e tarifas. Com isso foi possível mensurar o tempo de retorno ao cliente após o primeiro contato. Este é mais um aspecto relacionado à qualidade de serviços que apoiará na análise da situação do destino.

Um levantamento com agências e operadoras do Rio Grande do Norte foi realizado com o objetivo de conhecer quais ofereciam o destino a seus clientes. Além disso, foram pesquisadas 30 operadoras BRAZTOA que já vendem o Rio Grande do Norte com o intuito de avaliar se oferecem a região ou algum produto que inclui o destino.

2.4 LEVANTAMENTO DE CAMPO

A equipe de consultores esteve em campo entre os dias 30 de maio e 04 de junho, acompanhada de técnica da SETUR RN, para realização de visitas aos atrativos e equipamentos, reuniões com os Secretários de Turismo dos municípios e entrevistas semiestruturadas com atores representativos da região.

Para o levantamento de dados iniciais dos equipamentos e atrativos turísticos foram realizadas:

- ➔ Consultas a dados secundários;
- ➔ Reuniões com os Secretários de Turismo dos Municípios - solicitação do inventário da oferta turística ou lista de equipamentos e atrativos;
- ➔ Observação in loco para levantar outros equipamentos e atrativos que inicialmente não foram listados em nenhum dos métodos anteriores.

A partir dessas consultas, foi formada uma lista de equipamentos e atrativos do destino.

Foram realizadas entrevistas com os empreendimentos de forma amostral e induzida, sendo levantados dados detalhados de todos os meios de hospedagem e dos equipamentos de alimentação mais relevantes para a oferta turística do destino.

O questionário base para entrevista foi o do inventário da oferta turística do Ministério do Turismo (Brasil, 2006), devidamente adaptado com filtros específicos, o que permite uma simplificação do processo e maior objetividade na obtenção das informações necessárias aos objetivos deste estudo.

Além dos mapas para análise e interpretação, durante a campanha de campo, os atrativos naturais e equipamento turísticos foram mapeados através de uso de receptores GPS (Sistema de Posicionamento Global) de navegação da marca e modelos Garmim 60 CSX, sendo realizadas captura de trilhas e pontos de interesse.

Na construção deste relatório foram utilizados, para auxilio, consulta e produção de mapas, os softwares ArcGis (versões 10.1 e 10.3), Quantum Gis (versão 2.8.2), GPS TrackMaker (versões 13.8 e 13.9) e Google Earth Pro.

2.5 ENTREVISTAS QUALITATIVAS SEMI ESTRUTURADAS

Para ter uma visão qualitativa geral do destino foram entrevistados atores chaves, representativos de cada município. O método amostral foi não probabilístico, típico de pesquisas qualitativas. Neste caso a seleção dos elementos da amostra não é aleatória.

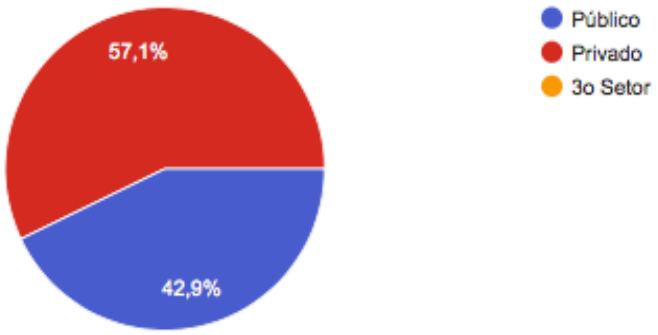
A amostra é uma representatividade do universo, mas não se tem informação sobre o grau de precisão. Nas pesquisas qualitativas o plano e o foco das pesquisas são definidos ao longo do processo de investigação. Isto significa que não se pode determinar a margem de erro e o nível de confiança. (**DENCKER, A. 2003**).

O instrumento de pesquisa foi desenhado considerando questões relevantes como:

- ➔ Capacidade empresarial para a inovação e sustentabilidade;
- ➔ Qualidade, diversidades e conectividade da oferta turística do destino;
- ➔ Experiências do ponto de vista das percepções e sensações;
- ➔ Projetos e investimentos previstos no equipamento;
- ➔ Nível de participação e interesse em compor rede cooperativa e relacional do destino;

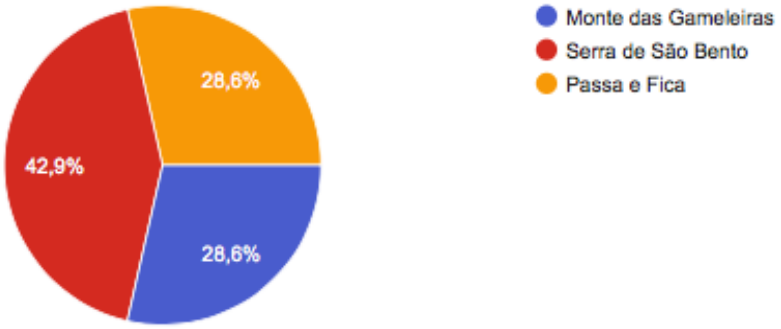
Foram entrevistados 07 representantes dos 03 municípios distribuídos da seguinte forma:

Gráfico 1: Setor do Entrevistado



Fonte: IABS, 2017

Gráfico 2: Município do Entrevistado



Fonte: IABS, 2017

Tabela 2: Nome dos Entrevistados

Nome do Entrevistado	Cargo
Adriana Crisanto	Empresária - Serra de São Bento
Clovis Magdiel Figueiredo do Amaral	Secretário de Turismo de Serra de São Bento
Edite Jorge Barbosa de Macedo	Empresária - Passa e Fica
Flávio Mousinho	Empresário Serra de São Bento
Francisco Bento de Oliveira Pontes	Empresário - Monte das Gameleiras
Leonardo Lisboa	Prefeito de Passa e Fica
Rodrigo Lima	Secretário de Turismo de Monte das Gameleiras

Fonte: IABS. 2017

2.6 SISTEMATIZAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DOS DADOS

Com os dados consolidados foi possível elaborar um relatório com avaliação sistematizada dos aspectos de produtos, preços, promoção e praça (4 P's do marketing) e as interfaces com canais de comercialização, especialmente o relacionamento com agências e operadoras de turismo locais e regionais, e outros equipamentos turísticos da região.

Para os atrativos serão descritas e mapeadas as trilhas e acessos existentes, avaliando a distância percorrida, tempo médio de percurso, coordenadas, altitudes, elevação acumulada, infraestrutura existente e os riscos e perigos do percurso, além de fotos.

Inicialmente, foi pensada em uma consolidação dos dados em formato de matriz adaptada a partir da metodologia do inventário da oferta turística do Ministério do Turismo. Essa matriz seria a base para a priorização dos atrativos e equipamentos que fariam parte da próxima fase do projeto que seria o cliente oculto. No entanto, o universo de equipamentos e atrativos do destino permitirá que todos sejam contemplados no cliente oculto, não sendo necessária a construção da matriz. Na fase de cliente oculto, por meio de critérios objetivos, serão indicados os estabelecimentos que devem receber a assistência técnica.

3 - GOVERNANÇA TURÍSTICA DO DESTINO

O processo de planejamento, estruturação e desenvolvimento turístico deve ser, idealmente, discutido entre as partes interessadas e impactadas, sejam elas ligadas ao poder público, iniciativa privada ou terceiro setor. Mesmo quando o desenvolvimento turístico se constitui em uma estratégia de governo, considera-se fundamental promover o diálogo entre os setores e instituições, bem como a cooperação entre os atores envolvidos com a atividade.

A governança turística está relacionada ao fomento do protagonismo local, à cooperação entre os atores e à priorização das decisões compartilhadas. Segundo **Arturi (2003, p. 80**), a governança pode ser entendida como um

> *conjunto de processos, instituições e práticas, através das quais os cidadãos e os diferentes grupos sociais [...] articulam seus interesses e posições, formando um complexo sistema de elaboração de políticas e de tomada de decisões mais vasto que a arena estatal.*

“No turismo refere-se, portanto, ao ambiente político e institucional no qual se processam interesses e conflitos, gerando uma gestão democrática que compartilha responsabilidades e decisões, impulsionando processos de inovação social” (**TOMAZZONI, 2015**).

No destino turístico formado pelos municípios de Serra de São Bento, Monte das Gameleiras e Passa e Fica a governança turística apresenta-se incipiente, seguindo a linha inicial de estruturação turística do território.

A entrevista semiestruturada realizada com atores representativos do território apontou que para todos os entrevistados é importante manter um espaço de discussão sobre a atividade turística. Além disso, todos afirmaram ter disponibilidade de participar da governança de turismo, em alguns casos até de liderar esse processo.

Observou-se iniciativas de cooperação entre os três municípios e a realização de reuniões entre os secretários de turismo para encaminhar ações fruto desta cooperação. No entanto, a participação de outros setores ainda não pode ser considerada representativa. Desta maneira, pode-se afirmar que não existe uma governança de destino integrado. Neste aspecto o Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo pode apoiar com a formação do comitê local e de uma rede de empresários.

Com relação às governanças municipais, em campo, foi possível constatar que os Conselhos Municipais de Turismo (Comtur) não funcionam efetivamente em nenhum dos municípios. Passa e Fica realiza reuniões mensais com empresários sobre o tema turismo, mas ainda não segue os requisitos legais do Comtur.

Uma parte dos entrevistados, cerca de 28%, reconhece e participa da governança regional Polo Agreste e Trairí.

É importante ressaltar a presença de associações setoriais no destino ligadas ao turismo. Na primeira visita de campo foi possível registrar a atuação de duas associações. Com o andamento do projeto outras iniciativas serão identificadas:

Tabela 3: Associações ligadas ao turismo no território

Associação	*Municipal ou Destino Integrado*	*Situação*
Casa do artesão Celma Lisboa	*Passa e Fica*	*Formalizada*
Condutores de Turismo	*Destino Integrado*	*Em formalização*

Fonte: IABS, 2017.

4 - AVALIAÇÃO SITUACIONAL DO DESTINO

De acordo com o programa de Gestão e Qualidade de Destinos da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2016), destino turístico é um:

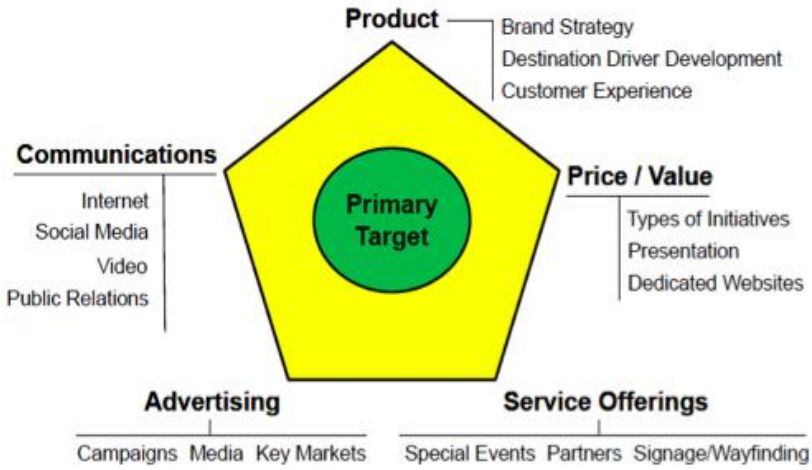
> *Espaço físico, com ou sem limites administrativos, onde um visitante pode passar uma noite. É o arranjo de produtos e serviços; atividades e experiências; relacionadas a cadeia de valor do turismo(...). Um destino incorpora vários stakeholders e pode trabalhar em rede, formando destinos maiores. É também intangível em sua imagem e identidade, o que influencia sua competitividade no mercado.*

A partir desse conceito, a região turística formada pelos municípios de Monte das Gameleiras, Passa e Fica e Serra de São Bento é analisada, considerando seus serviços e atividades; o nível de relacionamento interno e com outros destinos; e sua imagem frente ao mercado.

Em um dado destino, existem **produtos**, cujos atrativos e serviços são organizados e oferecidos por determinado **preço** aos turistas, considerando sua localização ou **praça** e distribuídos e divulgados por meio de diferentes estratégias de **promoção.** O objetivo é provocar algo na mente do turista, idealmente com mensagens simples e repetidas, para conquistar um lugar de destaque.

Os itens destacados acima representam os tradicionais **4Ps** de Marketing sistematizados por McCarthy em 1964 e amplamente difundidos por Philip Kotler (GOI, 2009) e formam o Mix de Marketing que reflete o posicionamento de mercado de um determinado produto ou serviço. Esse mix também se adequa ao produto turístico, como pode ser observado na adaptação de pentágono do turismo, proposta por Ronald Hess (2010), conforme figura 6.

Figura 6: Pentágono do Turismo: Marketing de Destinos

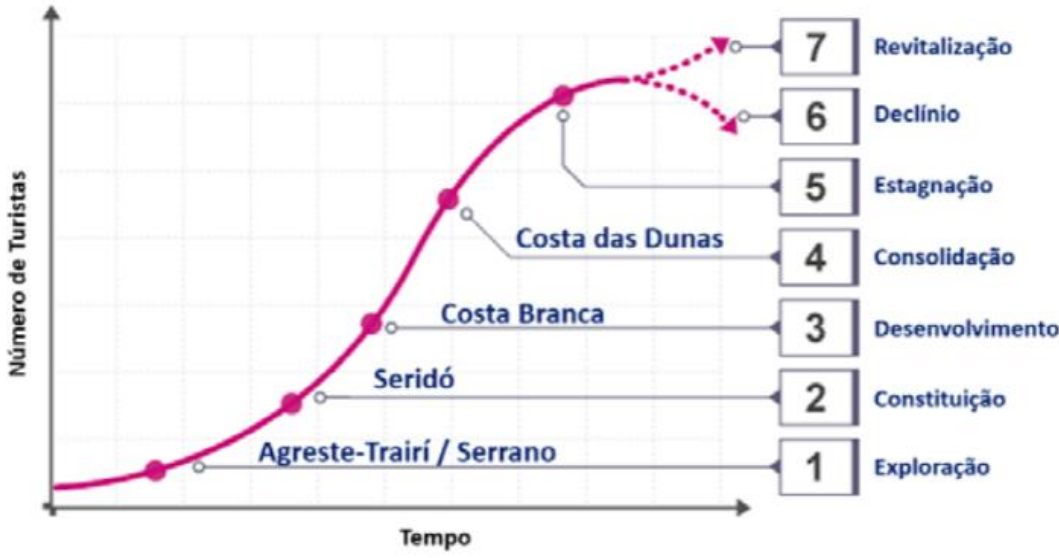


Fonte: Tourism Competitive Analysis Study. Hess, Jr., 2010

O conhecimento dos aspectos relacionados aos produtos, preços, serviços, propaganda e comunicação do próprio destino e dos seus concorrentes, permite melhor apropriação de dados essenciais para tomada das decisões estratégicas que possam orientar o incremento da competitividade do destino e consequentemente seu posicionamento no mercado.

A partir da análise dos documentos disponíveis e das coletas de dados realizadas em campo, é possível afirmar que o destino formado pelos municípios Monte das Gameleiras, Passa e Fica e Serra de São Bento está em fase inicial de desenvolvimento (Etapa de Exploração), como já ilustrado no Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico do Estado, elaborado por Solimar International (figura 7).

Figura 7: Estágio de Desenvolvimento dos Pólos Turísticos do RN, segundo modelo de Butler - Ciclo de Vida do Destino Turístico



Fonte: SETUR/RN, 2017

Nesse primeiro estágio, o destino é caracterizado por um fluxo pouco intensivo de turistas "exploradores" cuja motivação principal é conhecer novos destinos, independente da estrutura e dos equipamentos existentes. A busca por descobertas leva a uma maior interação com a comunidade local e melhor aceitação do modelo de gestão existente (**BUTLER, 1980**). A partir dessas primeiras descobertas, novos fluxos turísticos passam a ser atraídos, exigindo assim maior envolvimento do destino em relação aos investimentos em equipamentos e atrações turísticas.

No caso do destino em análise, segundo as informações obtidas com os atores locais, além de ocasionais exploradores de origem mais distante, há um fluxo regular de pequenos grupos de amigos e familiares, de origem local e regional, concentrada principalmente aos finais de semana.

4.1 PRODUTO

Segundo *KOTLER, ET AL (2011, P. 288)* o produto é "*qualquer coisa que se possa oferecer a um mercado, que possa receber atenção, ser adquirido, utilizado ou consumido, e que possa satisfazer a uma necessidade ou desejo*".

O programa de Gestão e Qualidade de Destinos da Organização Mundial do Turismo (**OMT, 2016**), define o produto turístico como:

> *A combinação de elementos tangíveis e intangíveis, tais como, recursos culturais e artificiais, atrações, instalações, serviços e atividades em torno de um centro específico de interesse que representa o núcleo do mix de marketing de destino e cria uma experiência global para o visitante, incluindo aspectos emocionais para os clientes potenciais. Um produto turístico é precificado e vendido por meio de canais de distribuição e tem um ciclo de vida.*

Segundo o diagnóstico do Planejamento Estratégico e Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte, o turismo no estado é excessivamente concentrado no litoral e no segmento de Sol e Mar. Dessa forma, o estudo aponta dez fatores limitantes que são especialmente importantes para a estruturação de produtos turísticos no interior (**SETUR/RN, 2016**) e que merecem destaque por sua relevância ao contexto de desenvolvimento da Região Agreste/ Trairi:

1. Precariedade da infraestrutura e dos serviços públicos, com destaque para as rodovias estaduais e a sinalização turística;
2. Oferta limitada de produtos e equipamentos turísticos adequados ao mercado, principalmente no interior do estado;
3. Insuficiência de qualificação dos recursos humanos;
4. Falta de integração e dificuldade de execução dos planejamentos;
5. Barreiras institucionais e regulamentares para a geração de novos investimentos turísticos;
6. Falta de conhecimento da oferta e da demanda atual e potencial do turismo no estado;
7. Baixo comprometimento do setor privado no desenvolvimento turístico do interior do estado;
8. Falta de proteção ao patrimônio natural e cultural (necessidade legislativa e estrutural);
9. Limitação de acesso a financiamento por parte das Micro e Pequenas empresas;
10. Baixa participação das comunidades locais nas atividades de turismo.

Os municípios de Monte das Gameleiras, Serra de São Bento e Passa e Fica estão no interior do estado, constituem destino alternativo ao tradicional litoral e apresenta certa escassez de atrativos efetivamente estruturados para operação turística. Por outro lado, os recursos naturais são abundantes e há espaço disponível para ampliação dessa oferta, de acordo com as observações de campo e informações coletadas com lideranças locais. Alinhado às diretrizes do Planejamento Estratégico de Desenvolvimento do Turismo do estado, observa-se de maneira geral que o desenho de produtos turísticos, com foco na inovação e experiência, é premissa fundamental para o desenvolvimento da atividade turística no destino.

Dados do estudo qualitativo realizado também apontam para algumas carências estruturais do destino, relacionadas à comunicação por telefone, saúde, segurança e qualificação de mão-de-obra, o que impacta na consolidação do produto turístico e devem ser trabalhados.

Tabela 4:Avaliação dos entrevistados sobre Aspectos Gerais do Destino

Itens analisados pelos entrevistados	Nota final
Telefonia	Mediano. 42,9% dos entrevistados em uma escala de 1 a 5, avaliou este item como 1 e 2, enquanto 57,2% avaliaram como 3 e 4.
Saúde	Mediano. 42,9% dos entrevistados em uma escala de 1 a 5, avaliou este item como 1 e 2, enquanto 57,1% avaliaram como 3.
Segurança	Péssimo 42,9% dos entrevistados em uma escala de 1 a 5, avaliou este item como 2 e 3, enquanto 57,1% avaliaram como 5.
Qualificação da mão de obra	Regular 28,6% dos entrevistados em uma escala de 1 a 5, avaliou este item como 1 e 2, enquanto 71,5% avaliaram como 3, 4 e 5.

Fonte: IABS, 2017.

Por outro lado, o destino, segundo os entrevistados se mostra inovador. Foram citadas como inovação a relação de cooperação entre os municípios e o turismo como um vetor econômico de crescimento dos municípios. Observou-se também que alguns empresários têm trabalhado o processo de inovação em seus estabelecimentos e existe a disposição em seguir inovando. Este é um fator que amplia a competitividade do destino como produto turístico.

Define-se como oferta turística: "*o conjunto de produtos turísticos e serviços colocados a disposição do turista em um destino determinado para seu uso e consumo*" (**OMT, 1998**).

A oferta turística do destino é limitada em quantidade e capacidade de atendimento, tanto dos meios de hospedagem quanto dos equipamentos de gastronomia. Outra característica importante da região é o crescimento de loteamentos e construções para "segunda residência", ou seja, propriedades particulares utilizadas majoritariamente nos finais de semana, por famílias que vivem em grandes centros urbanos próximos como Natal e João Pessoa. Neste sentido, deve-se ter atenção, uma vez que pode acarretar na especulação imobiliária e parcelamento do solo, o que gera a descaracterização ambiental e social da região.

Nas entrevistas qualitativas os gestores públicos e lideranças locais identificaram alguns ativos do destino que apoiam sua competitividade e desafios que precisam ser superados para o desenvolvimento da atividade turística regionalmente.

Tabela 5: Forças competitivas e principais desafios do destino

Forças Competitivas	Principais Desafios
Clima, paisagem e localização	Capacitar e profissionalizar a mão de obra
Turismo de Aventura e Turismo Religioso	Estruturar produto turístico do destino (integração dos 03 municípios)
Natureza	Ter gestão ambiental dos atrativos
Eventos: festival de inverno e desafio das serras	Ampliar a estrutura turística existente

Fonte: IABS, 2017.

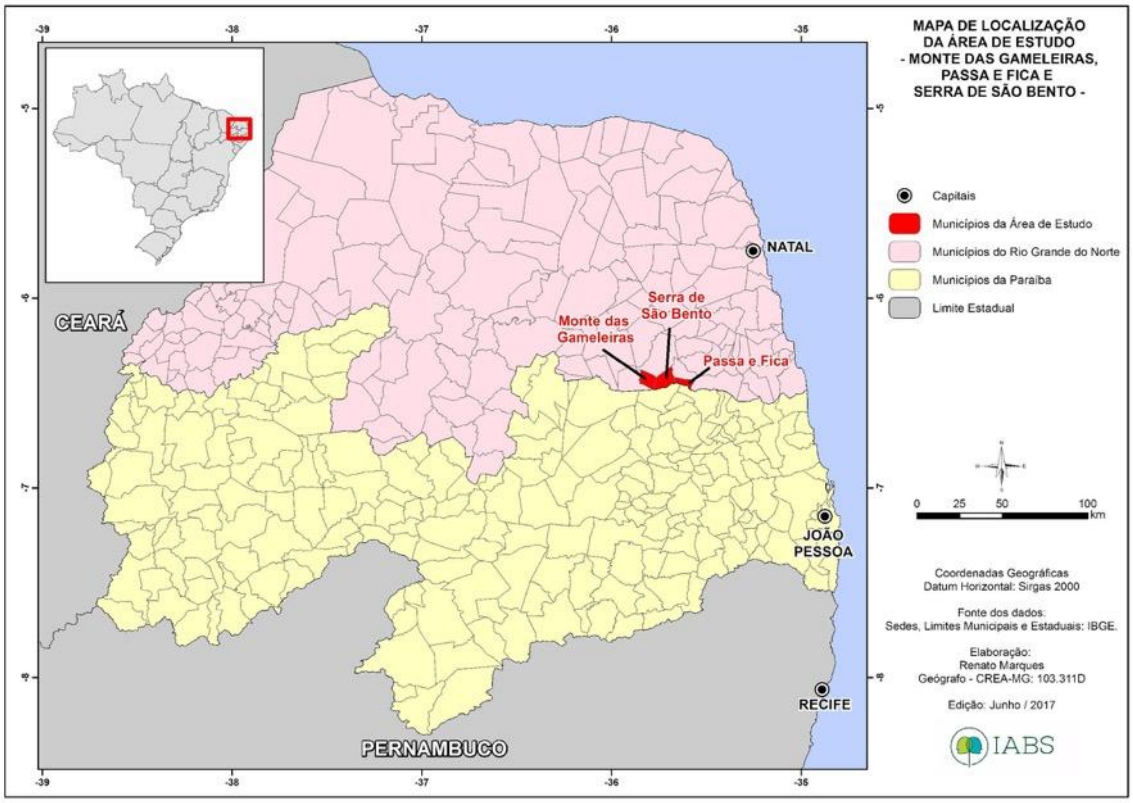
Apesar da oferta restrita, diferentes projetos de investimentos em novos equipamentos e atrativos foram identificados, o que pode contribuir com uma melhor estruturação futura dos produtos turísticos do destino ao mesmo tempo que enseja preocupação com seus impactos, principalmente aqueles causados por um crescimento excessivo, sem planejamento e alheio ao desenvolvimento social da região.

4.1.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL

Antecedendo a caracterização dos atrativos naturais, tendo como referência que o desenvolvimento do turismo sustentável, que busca a equilíbrio socioeconômico, ambiental e cultural, deve-se levar em consideração as especificidades regionais e suas características ambientais.

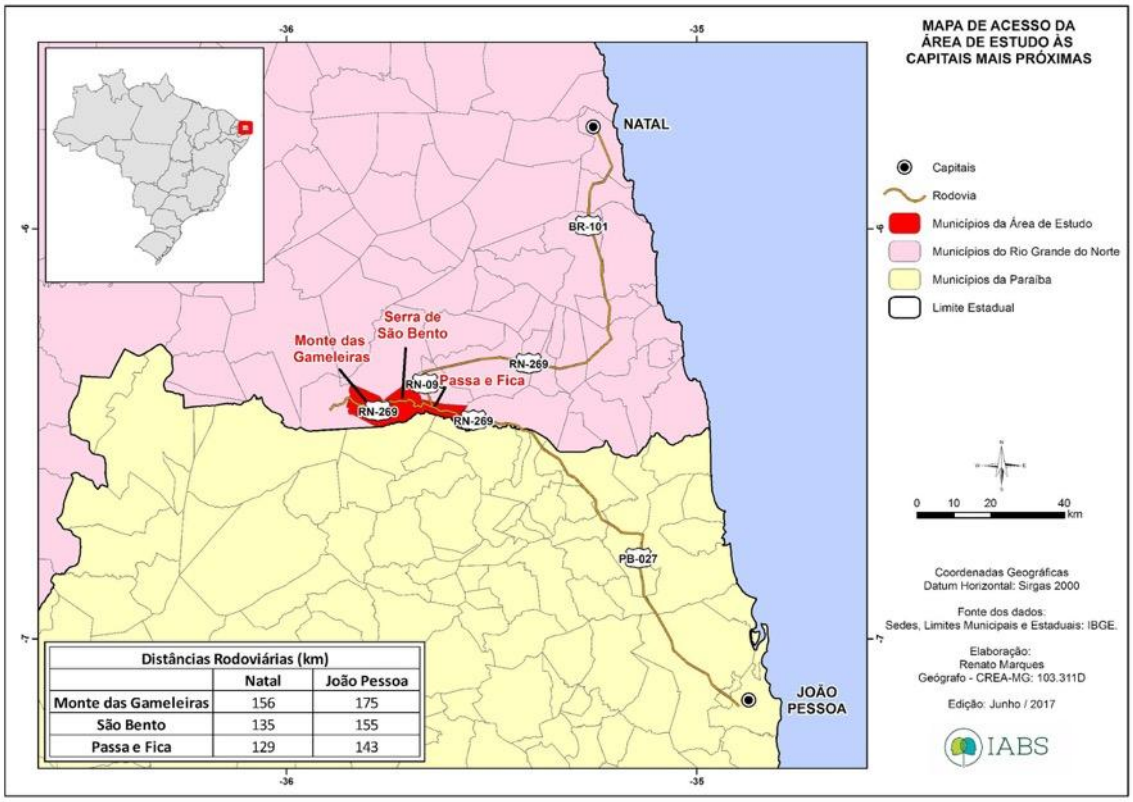
Os municípios de Passa e Fica, Monte das Gameleiras e Serra de São Bento, localizados na região sudeste do estado do Rio Grande do Norte, fazem divisa com o estado da Paraíba (Figura 8).

Figura 8: Mapa de localização



Localizados há aproximadamente 134 km de Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, e a aproximadamente 156 km de João Pessoa, capital do estado da Paraíba (Figura 8), o que contribui para o desenvolvimento do turismo da região, uma vez que apresenta fácil acesso via terrestre partindo das duas capitais brasileiras.

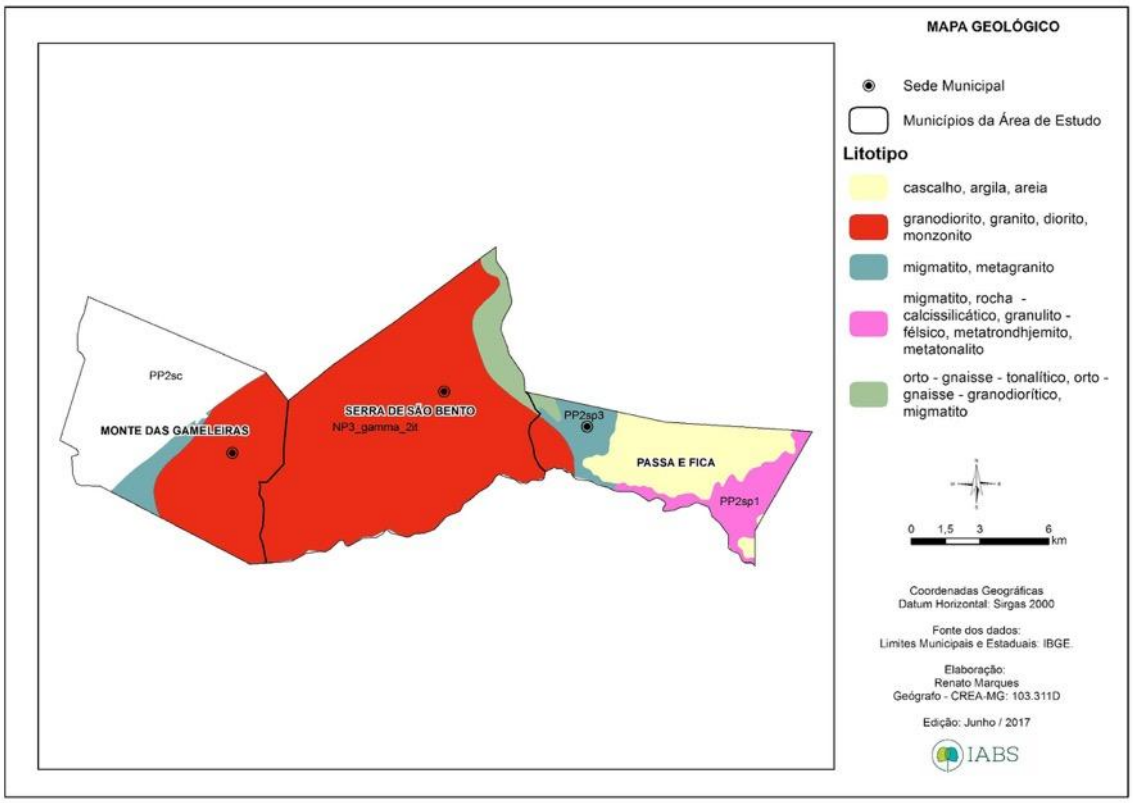
Figura 9: Mapa de acesso



Distâncias Rodoviárias (km)		
	Natal	João Pessoa
Monte das Gameleiras	156	175
São Bento	135	155
Passa e Fica	129	143

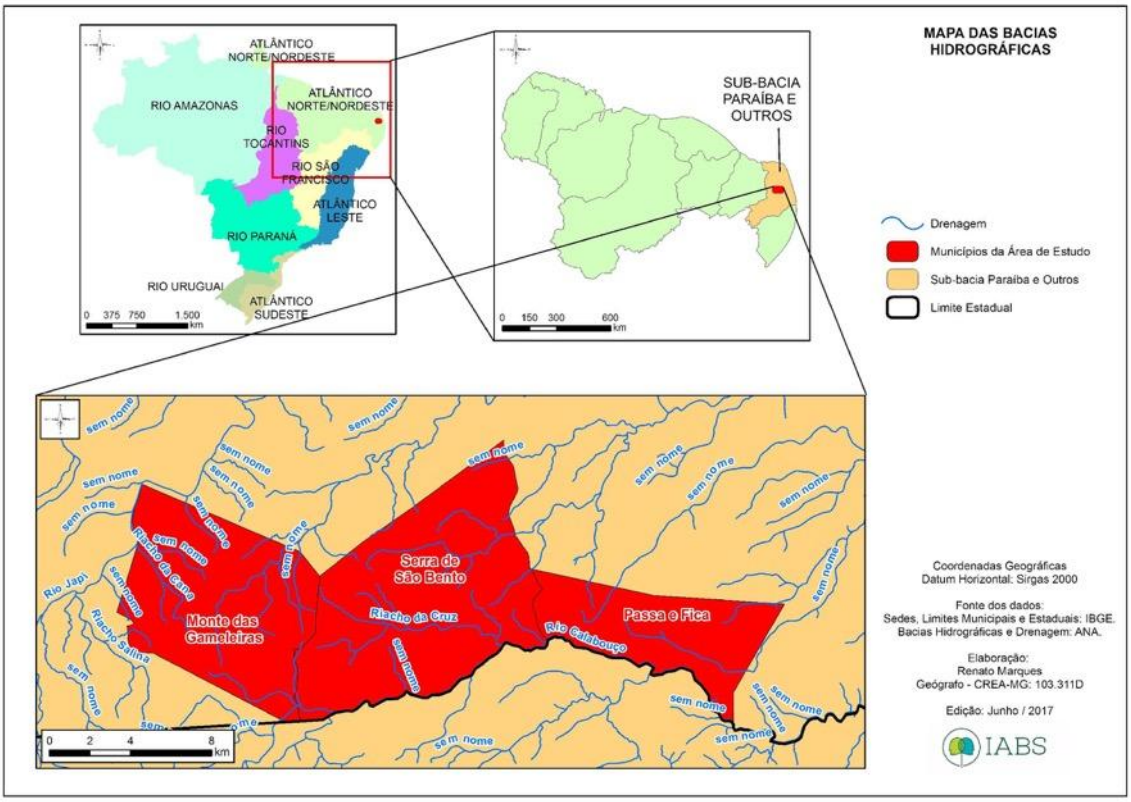
A região apresenta características geomorfológicas bem variada, onde, nas atividades de campo, pode ser observado que todos os atrativos naturais estão associados aos afloramentos rochosos da região e sua litologia pode ser observada na Figura 10. Destaca-se aí a importância da capacitação para os condutores locais sobre os atrativos naturais e seu contexto de formação e geodiversidade.

Figura 10: Litologia



Situado na Bacia Hidrográfica Atlântico Norte/Nordeste e na Sub-bacia Paraíba e outros, a região não apresenta recursos hídricos expressivos superficiais. Sua malha hídrica pode ser observada na Figura 11.

Figura 11: Bacias Hidrográficas



Destaca-se neste ponto a importância que o desenvolvimento da atividade turística seja de forma sustentável e participativa, buscando incentivar e colaborar com a conservação das Áreas de Preservação Permanente, principalmente aquelas associadas as nascentes e margens dos rios. Durante as atividades de campo, pôde ser observado que a grande maioria dos empreendimentos fazem uso de poço artesiano para o abastecimento de água. Neste ponto deve-se ter identificado a capacidade de produção destes poços e seu limite máximo de exploração.

Em relação ao bioma da área de estudo, está totalmente inserido na Caatinga, conforme Figura 12, apresentando uma grande beleza cênica devido a sua fitofisionomia (Figura 13), o que por si só já é um grande fator de atração de visitantes, merecendo ser trabalhado de forma a organizar a visitação para que as atividades praticadas nos atrativos naturais ocorram de forma totalmente integrada ao bioma, destacando-se suas especificidades em relação a flora e fauna, além da valorização e intepretação da paisagem.

Figura 12: Mapa de Biomas

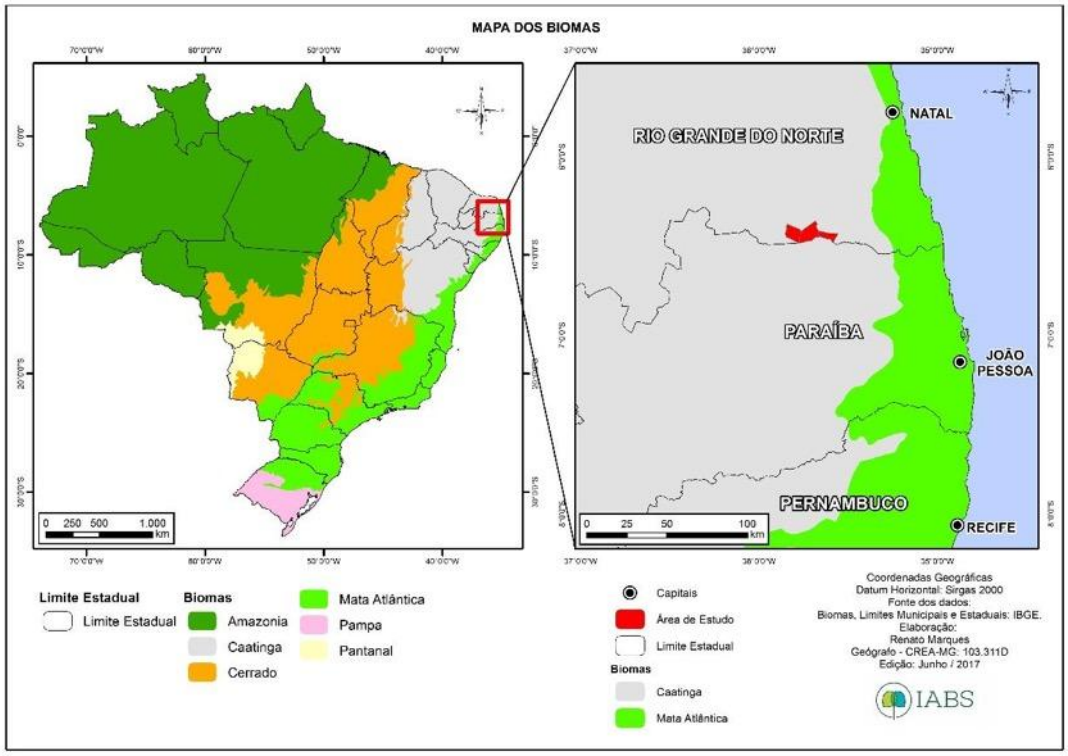


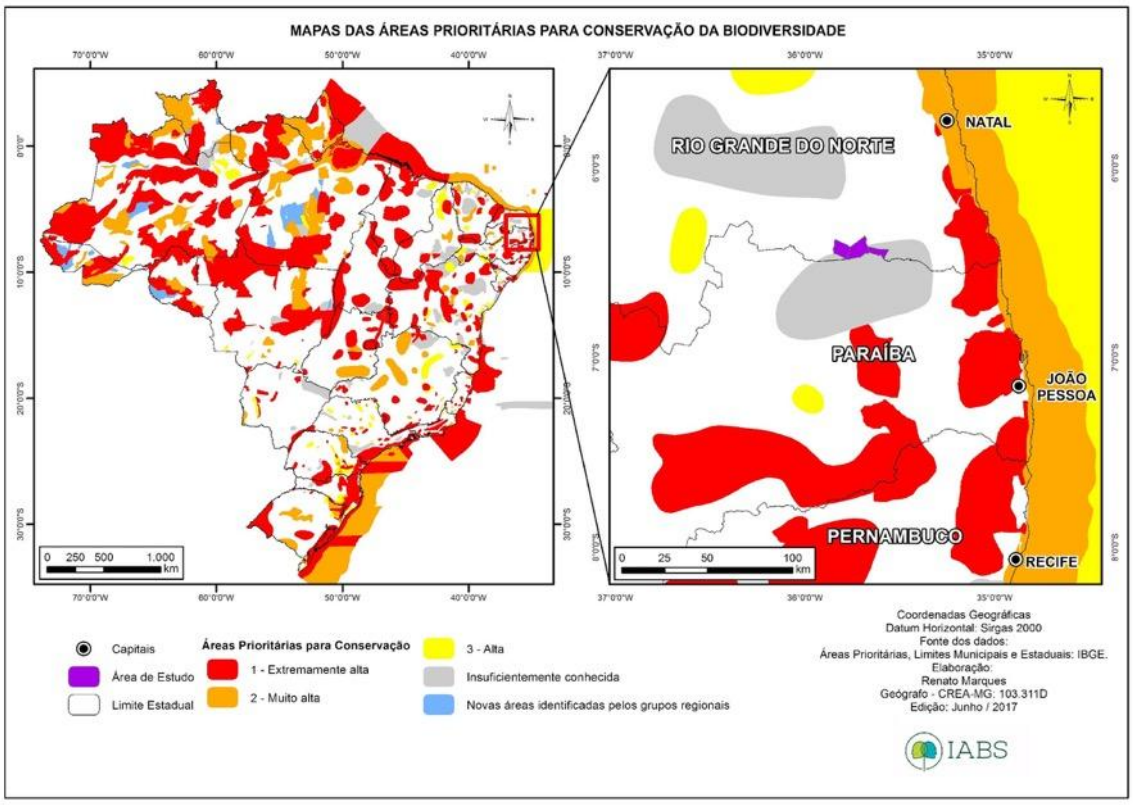
Figura 13: - Destaque da paisagem na região – bioma Caatinga

Crédito: Patrícia Reis

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente, em relação a áreas prioritárias para conservação da biodiversidade, a região de estudo está inserida em uma área definida como insuficientemente conhecida. Neste ponto destaca-se a necessidade de incentivo na realização de estudos técnicos científicos para definição de áreas estratégicas para conservação da natureza, podendo ser estabelecidos áreas protegidas tanto no nível federal, estadual, municipal e particular, como as Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN).

Estas áreas protegidas, mais especificamente as Unidades de Conservação, são legalmente instituídas que tem como objetivo principal a conservação da natureza e o seu uso sustentável. Diante do potencial turístico desta região, que é o contato e a contemplação da natureza, é fundamental o estabelecimento destas áreas, onde poderá agregar valor ao turismo desenvolvido, possibilitando ainda a conservação dos recursos naturais para as gerações presente e futuras.

Figura 14: Mapa de áreas prioritárias para conservação



A única unidade de conservação identificada na região é o Parque Estadual Pedra da Boca com 157,3ha criado pelo Decreto Estadual nº 14.889 em 07 de fevereiro de 2000, situada no município de Araruna no Estado da Paraíba.

4.1.2 ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURAIS

Os atrativos turísticos naturais mapeados apresentam similaridades nas potencialidades e fragilidades diante do seu uso turístico. Estes atrativos carecem de aperfeiçoamento na infraestrutura básica e turística, bem como na formação e qualificação da mão de obra (condutores e proprietários), estruturação e regulamentação de uso.

As ações aqui elencadas devem buscar o entendimento das necessidades da demanda turística e estar em consonância com os aspectos ambientais da região, devendo ainda ser propostas de forma específica as infraestruturas e ações a serem executadas.

Tabela 6: Caracterização do atrativo natural Pedra da Mesa

Atrativo	PEDRA DA MESA
Município	Monte das Gameleiras
Latitude	6°26'26.67"S
Longitude	35°46'36.51"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	50 minutos
Distância percorrida	0,446 km
Altitude	545 metros
Localização	Urbano
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 15: Pedra da Mesa

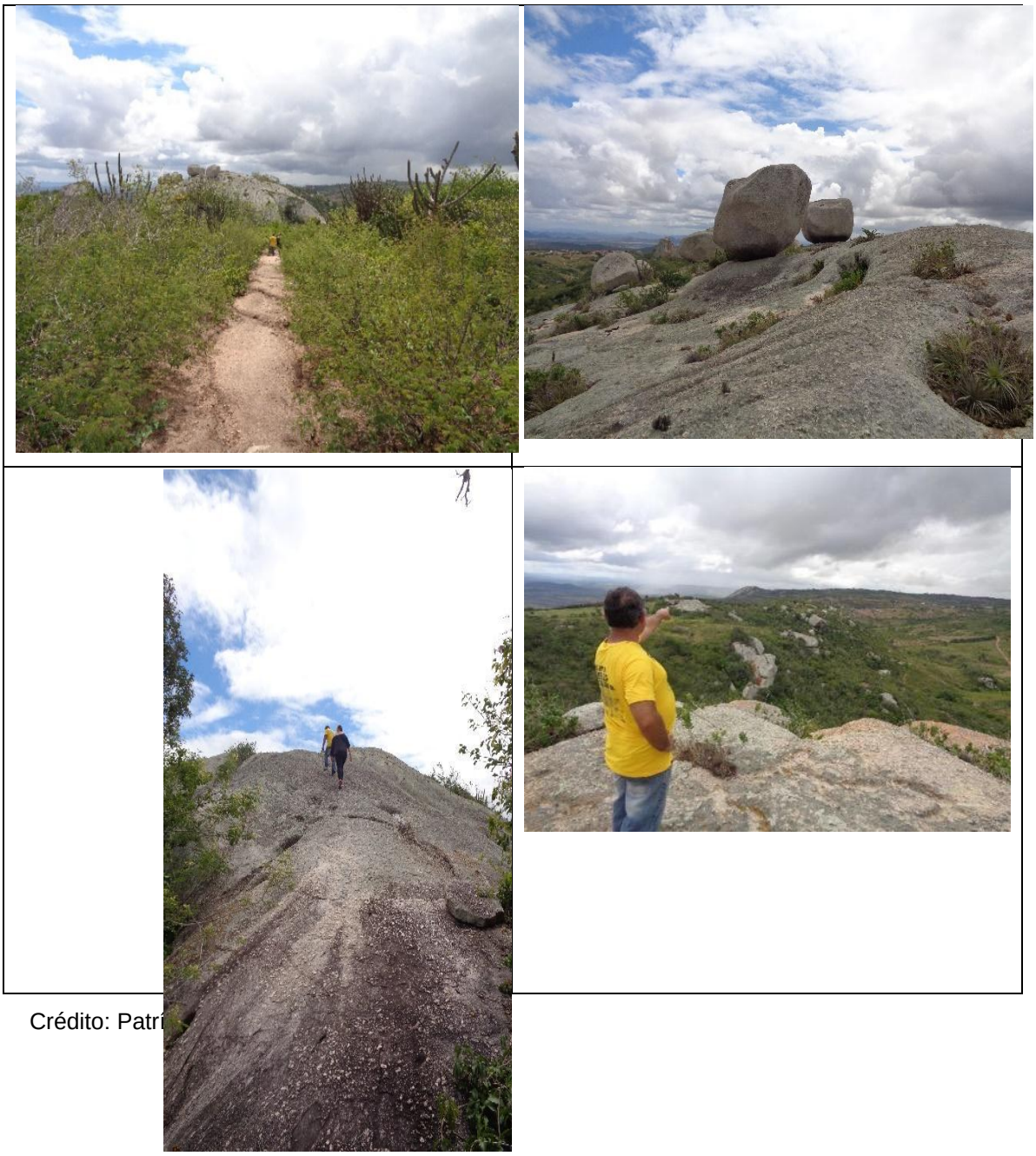
Principais Riscos:

Trilha com presença de processos erosivos. A subida da rocha é íngreme e apresenta grandes riscos, principalmente em períodos de chuva. Não tem acordo estabelecido com o proprietário (risco de impedir a visitação); ausência de portaria ou controle de visitação, sendo que o local pode ser acessado por qualquer pessoa, o que pode acarretar na depreciação do atrativo natural.

Considerações/recomendações:

Ações de contenção de erosão; Instalação de escada ou corrimão na subida na rocha; Sensibilização com os proprietários para a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; Definição de única trilha (verificando os impactos sob a flora presente no afloramento rochoso); Instalação de placas indicativas, educativas e interpretativas; Necessidade de aprimoramento junto aos guias sobre a abordagem técnica interpretativa do atrativo; Implantação de normas e procedimentos para a segurança do turista; Qualificação do proprietário em relação a gestão empresarial e aproveitamento turístico; monitoramento da trilha e impactos;

Figura 16: Fotos Pedra da Mesa



Crédito: Patrí

Tabela 7: Caracterização do atrativo natural Pedra do Navio

Atrativo	PEDRA DO NAVIO
Município	Monte das Gameleiras

Latitude	6°26'12.13"S
Longitude	35°46'51.78"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	40 minutos
Distância percorrida	0,877 km
Altitude	501 metros
Localização	Urbano
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 17: Pedra do Navio

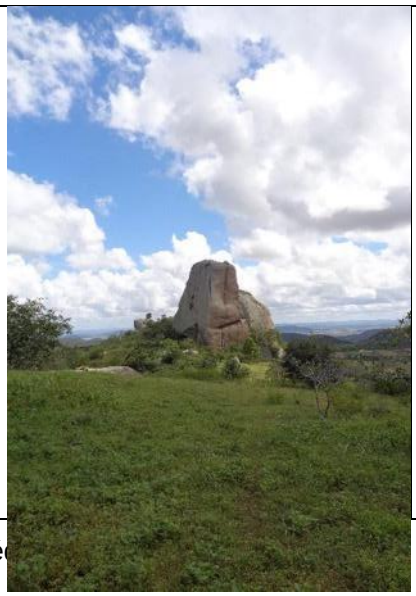
Principais Riscos:

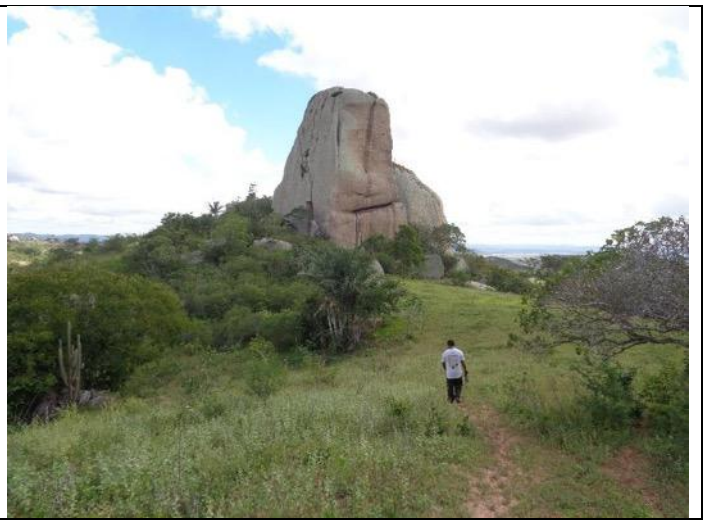
Trilha com presença de processos erosivos. Para acessar o atrativo passa por duas propriedades e não existe acordo estabelecido com os proprietários (risco de impedir a visitação); ausência de portaria ou controle de visitação, sendo que o local pode ser acessado por qualquer pessoa, o que pode acarretar na depreciação do atrativo natural. Entre os pontos de visitação apontados pelo condutor local, foi informado que os visitantes sobem em uma das rochas, este ponto é de grande risco. Existe um pequeno abrigo que é visitado, local de difícil acesso e capacidade para poucas pessoas (2 ou 3).

Considerações/recomendações:

Realizar ações de manutenção nas trilhas, processos erosivos e limpeza (presença de grande quantidade de unha de gato). Sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; Implantação de sinalização indicativa, educativa e interpretativa na trilha; Implantar infraestrutura no rocha onde hoje os visitantes sobem ou impedir a subida até que se tenha infraestrutura necessária; Limitar a visita ao abrigo e instalar infraestrutura para acesso ao abrigo (local de difícil acesso e risco). Este atrativo é um grande potencial no município, pois apresenta beleza cênica, trilha de fácil acesso e contemplativa.

Figura 18: Fotos Pedra do Navio





Cré

Tabela 8: Caracterização do atrativo Mirante Natural

Atrativo	MIRANTE NATURAL / CAPELA NOSSA SENHORA DA SAÚDE
Município	Monte das Gameleiras

Latitude	6°26'39.51"S
Longitude	35°46'56.45"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Baixo
Tempo médio do percurso	20 minutos
Distância percorrida	0,03 km
Altitude	573 metros
Localização	Urbano
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 19: Mirante Natural

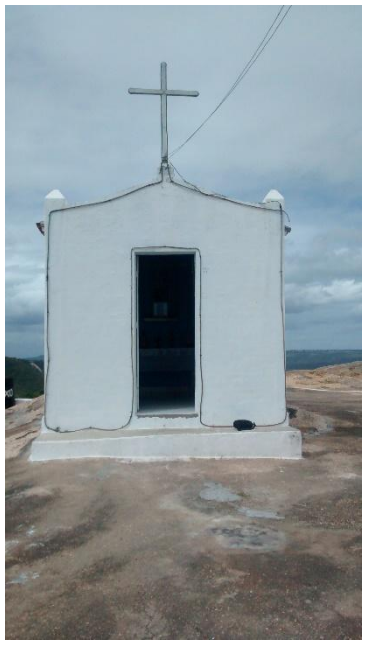
Principais Riscos:

Falta de ordenamento e fiscalização pode gerar depredação no patrimônio.

Considerações/recomendações:

A propriedade é da Igreja. Foi informado que o local é o Parque das Orquídeas (Municipal), não foi identificado intervenção de gestão por parte do município; Inserir placas de sinalização, educativa e interpretativa; Elaborar roteiro de interpretação histórico e da visada do Alto do Mirante - roteiro para interpretação da paisagem e dos usos religiosos. Vocação para uso religioso.

Figura 20: Foto Igreja Nossa Senhora da Saúde



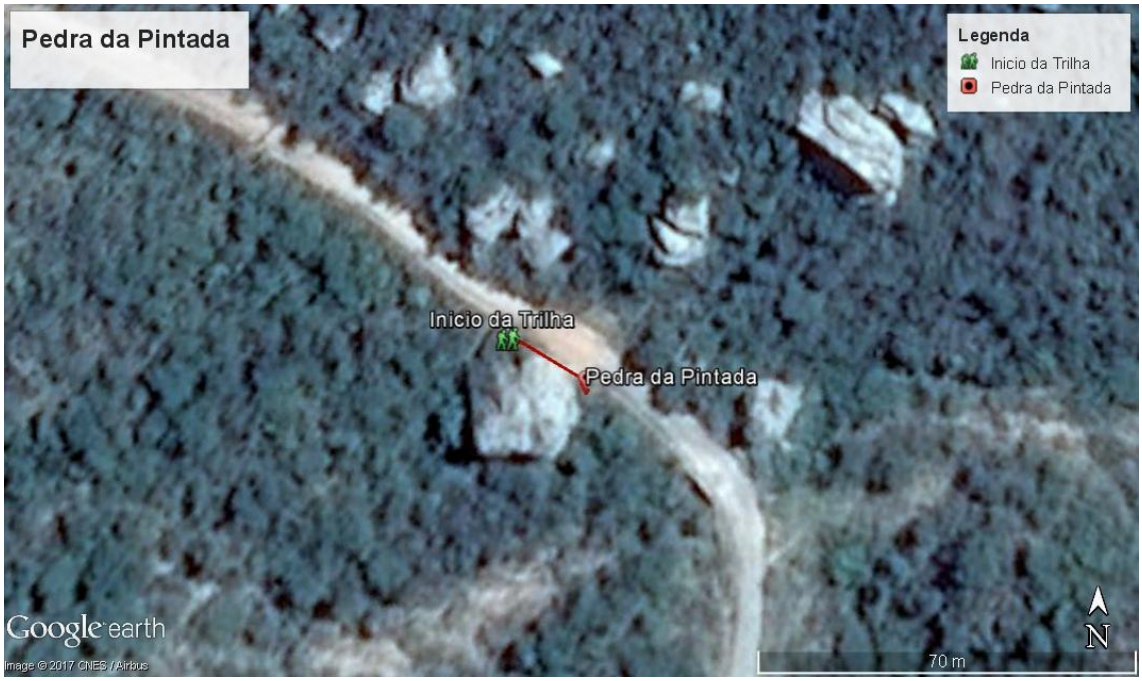
Crédito: Patrícia Reis

Tabela 9: Caracterização do atrativo natural Pedra da Pintada

Atrativo	PEDRA DA PINTADA
Município	Monte das Gameleiras
Latitude	6°25'30.57"S
Longitude	35°47'28.09"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Baixo
Tempo médio do percurso	5 minutos
Distância percorrida	0,03 km
Altitude	334 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 21: Pedra da Pintada



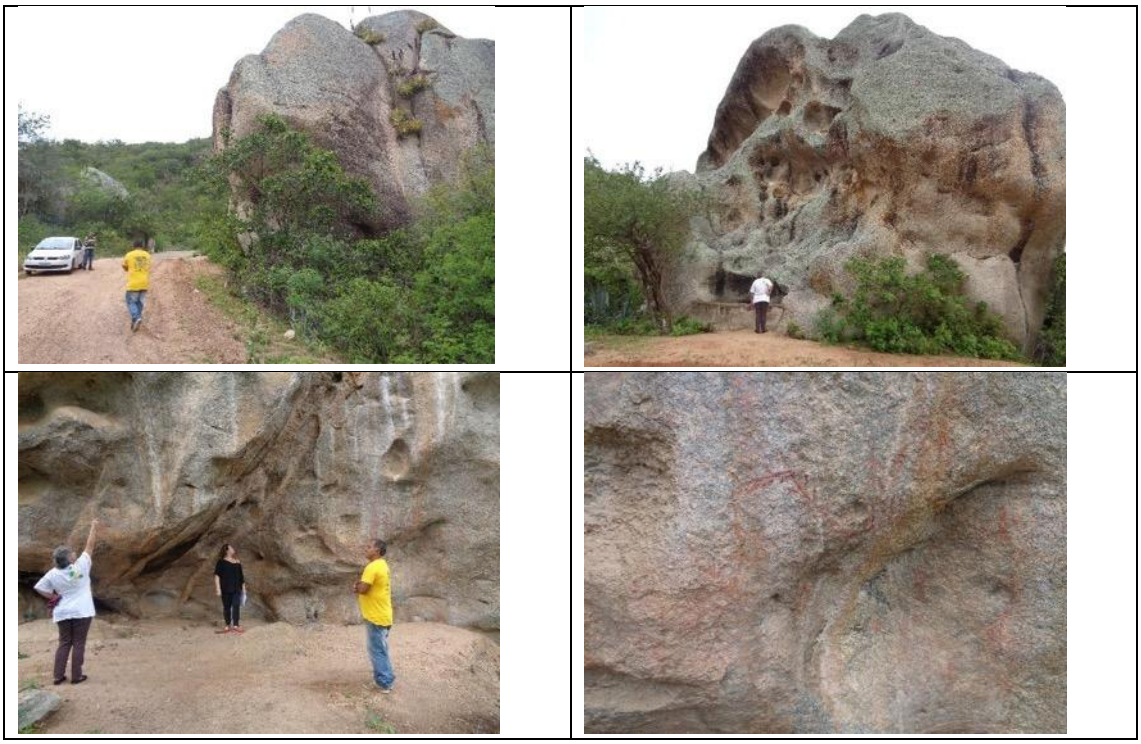
Principais Riscos:

Fácil acesso e possibilidade de danificação ao sitio arqueológico; Local de parada dos veículos é na estrada, o que pode acarretar em risco de acidente e também dificuldade com maior fluxo.

Considerações/recomendações:

Realizar ações de restauração do sítio arqueológico; implantar infraestrutura para visualização das pinturas rupestre de forma que possibilite que os visitantes não toquem nas pinturas; criar e implantar painel interpretativo das Pinturas Rupestres; Implantar placas de sinalização, educação e interpretação; Elaborar roteiro técnico interpretativo para os condutores.

Figura 22: Fotos Pedra da Pintada



Crédito: Patrícia Reis

Tabela 10:Caracterização do atrativo natural Pedra da Macambira

Atrativo	PEDRA DA MACAMBIRA
Município	Monte das Gameleiras
Latitude	6°29'3.74"S
Longitude	35°46'32.82"O
Natureza	Privado
Acesso	Médio
Nível de dificuldade	Alto
Tempo médio do percurso	1 hora e 30 minutos
Distância percorrida	1,113 km
Altitude	*467 metros*
Localização	*Rural*
Sinalização	*Inexistente*
Uso	*Desordenado*

Fonte: IABS/2017

Figura 23: Pedra da Macambira

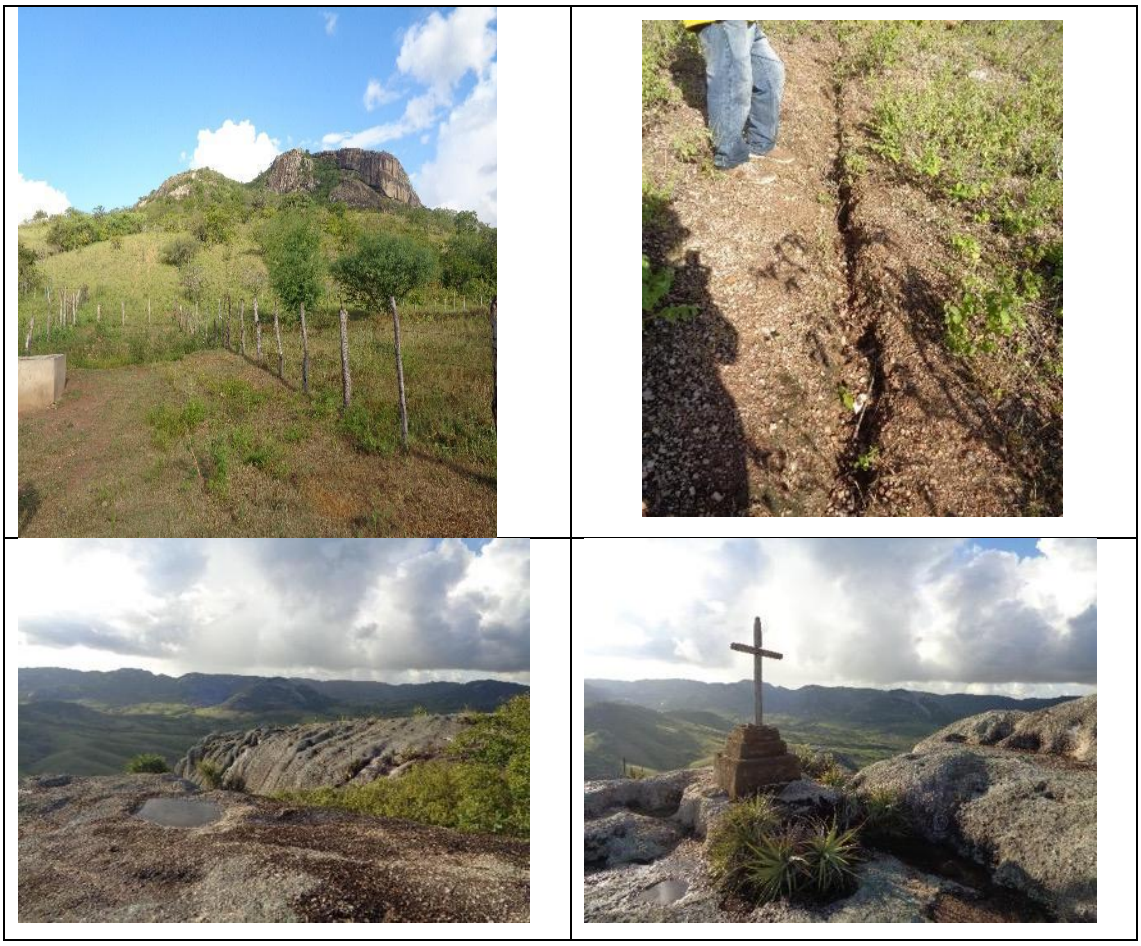
Principais Riscos:

Falta de acordo e diálogo entre proprietários e condutores (a trilha passa por duas propriedades); ausência de portaria ou controle de visitação; Falta de sinalização; Trilha com presença de processos erosivos e cerca de arame farpado no trecho de trekking;

Considerações/recomendações:

Realizar ações de manutenção nas trilhas, processos erosivos e limpeza. Sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; Implantação placas de sinalização, educativa e interpretativa; Mapear pontos estratégicos para implantação de infraestrutura como, guarda corpo e deck para contemplação da natureza; Retirar cerca de arame farpado ao longo da trilha, implantar porteira ou "passa um"; Elaborar roteiro interpretativo para contemplação no mirante natural (Serras; ocupações - cidades vizinhas; formações rochosas, biodiversidade; e história do cruzeiro no alto do afloramento).

Figura 24: Fotos Pedra da Macambira



Crédito: Patrícia Reis

Tabela 11: Caracterização do atrativo natural Pedra da Caridade

Atrativo	PEDRA DA CARIDADE
Município	Monte das Gameleiras
Latitude	6°26'24.33"S
Longitude	35°47'24.11"O
Natureza	Público
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Baixa
Tempo médio do percurso	25 minutos
Distância percorrida	0,228 km
Altitude	500 metros
Localização	Urbano
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 25: Pedra da Caridade

Principais Riscos:

Depreciação do atrativo natural; Poluição visual pela presença de lixo; Acesso por propriedades (poluição visual); Risco em certos pontos de visualização; Declividade no afloramento rochoso - risco de queda, principalmente em período chuvoso;

Considerações/recomendações:

Utilização de apenas um acesso (local sem casas e propriedades particulares); mapear os locais e identificar as infraestruturas necessárias para acesso ao atrativo e infraestrutura para contemplação; Limpeza; Elaboração de roteiro interpretativo da paisagem e da história do local (usos pela comunidade); Implantação de placas indicativas, educativas e interpretativas.

Além da Pedra da Caridade existe um atrativo complementar que é o Tanque de Agripina onde mulheres da cidade lavam roupas. Pedra da Caridade grande afloramento e possui dois acessos, um inadequado que passa por dentro dos terrenos de moradores.

Figura 26: Fotos Pedra da Caridade

Crédito: Patrícia Reis

Tabela 12: Caracterização do atrativo natural Pedra de São Pedro

Atrativo	PEDRA DE SÃO PEDRO
Município	Monte das Gameleiras
Latitude	6°27'2.32"S
Longitude	35°48'25.78"O
Natureza	Privado
Acesso	Médio
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	1h10 minutos
Distância percorrida	1 km
Altitude	498 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 27: Pedra de São Pedro

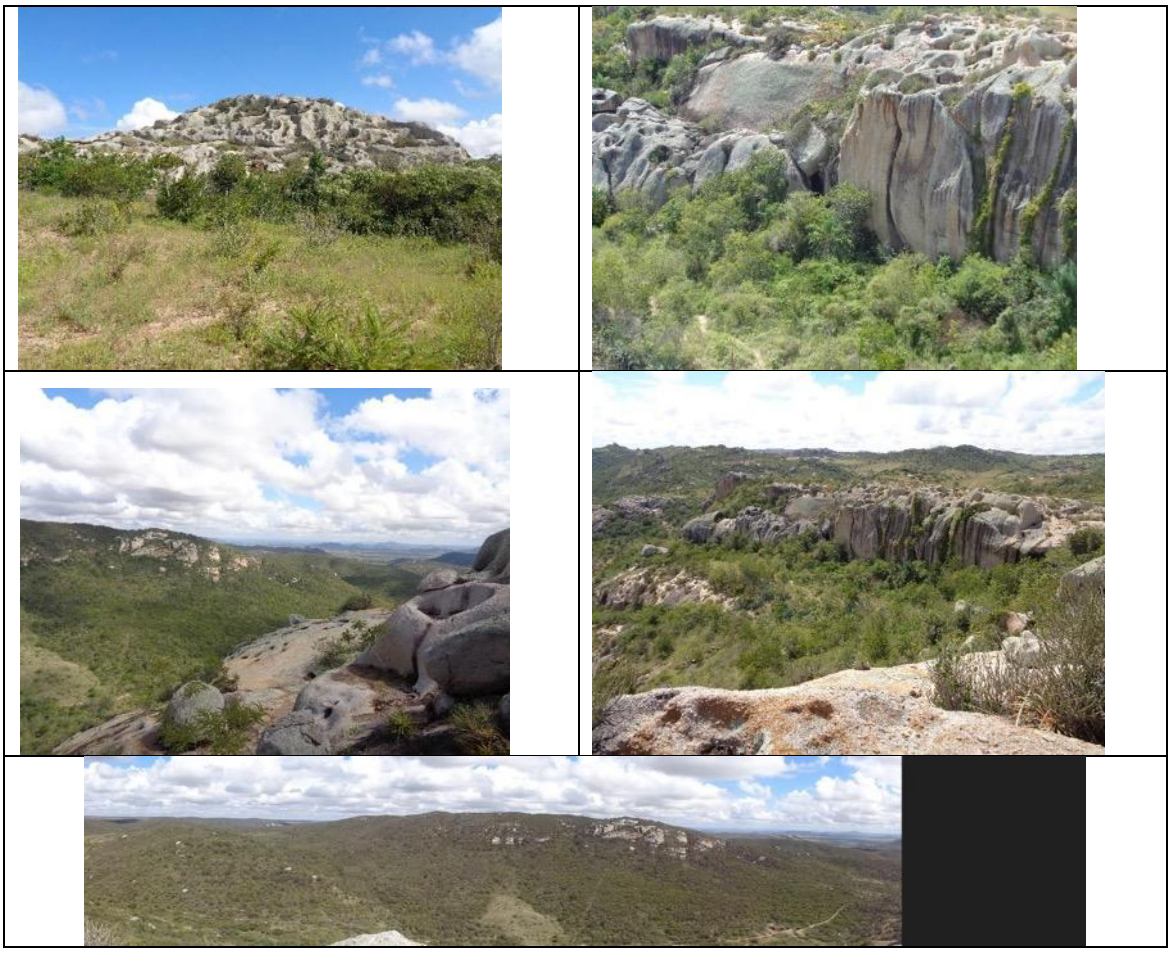
Principais Riscos:

Falta de acordo e diálogo entre proprietários e condutores; não tem portaria ou controle de visitação, sendo que o local pode ser acessado por qualquer pessoa, o que pode acarretar na depreciação do atrativo natural; Falta de sinalização e indicação; durante a trilha para acessar a caverna do Morcego encontra-se um trecho com grande risco e dificuldade para os visitantes;

Considerações/recomendações:

Sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; Implantação de placas de sinalização, educativa e interpretativa; Implantar infraestrutura na trilha para acesso a caverna do morcego e regulamentar a sua visitação; Usar a estrutura de casa no alto do afloramento para suporte das atividades turísticas; Mapear a necessidade de implantação de estrutura de guarda corpo ou deck em pontos estratégicos para contemplação da natureza; Elaborar roteiro interpretativo da paisagem (diversidade física e biológica da região).

Figura 28: Fotos Pedra de São Pedro



Créditos: Patrícia Reis

Tabela 13: Caracterização do atrativo natural Pedra do Cruzeiro / Alto da União

Atrativo	PEDRA DO CRUZEIRO/ALTO DA UNIÃO
Município	Serra de São Bento
Latitude	6°25'30.96"S
Longitude	35°46'36.51"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	50 minutos
Distância percorrida	0,631 km
Altitude	545 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 29: Pedra do Cruzeiro / Alto da União

Principais Riscos:

Local de fácil acesso e sem controle de visitação; Falta de placas indicativas e educativas; Falta de acordo e diálogo entre proprietários e condutores; Presença de lixo e vestígio de fogo no atrativo;

Considerações/recomendações:

Instalação de placas indicativas e educativas; Elaboração de roteiro interpretativo para os condutores; sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; integrar a visitação deste atrativo a Pedra da Trouxa, a Pedra do Sapo, Pedra da Mata e Tanque do Boi.

Figura 30: Fotos Pedra do Cruzeiro / Alto da União

Créditos: Patrícia Reis

Tabela 14: Caracterização do atrativo natural Pedra do Trouxa

Atrativo	PEDRA DA TROUXA
Município	Serra de São Bento
Latitude	6°25'35.06"S
Longitude	35°42'17.15"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	50 minutos
Distância percorrida	0,646 km
Altitude	398 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 31: Pedra da Trouxa

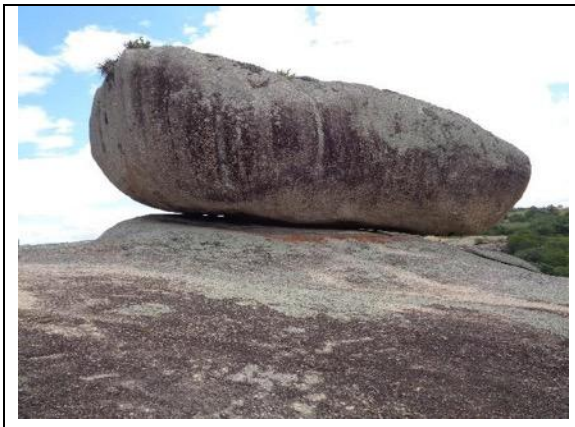
Principais Riscos:

Local de fácil acesso e sem controle de visitação; Falta de placas indicativas e educativas; Falta de acordo e diálogo entre proprietários e condutores; Presença de lixo e vestígio de fogo no atrativo;

Considerações/recomendações:

Este atrativo está no mesmo local de acesso para a Pedra do Cruzeiro/Alto da União, onde devem ser integrados tanto durante a visitação quanto na interpretação. Instalação de placas indicativas, interpretativas e educativas; Elaboração de roteiro interpretativo para os condutores; sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; integrar a visitação deste atrativo a Pedra do Cruzeiro/Alto da União, a Pedra do Sapo, Pedra da Mata e Tanque do Boi.

Figura 32: Fotos Pedra da Trouxa



Créditos: Patrícia Reis

Tabela 15: Caracterização do atrativo natural Tanque do General

Atrativo	TANQUE DO GENERAL
Município	Serra de São Bento
Latitude	6°27'0.80"S
Longitude	35°42'12.38"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	10 minutos
Distância percorrida	0,117 km
Altitude	363 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 33: Tanque do General

Principais Riscos:

Presença de marimbondos e a falta de acordo e diálogo entre proprietários e condutores;

Considerações/recomendações:

Elaborar roteiro interpretativo da história do Tanque e os seus usos para a comunidade (histórico e atual); integrar este atrativo a outros atrativos; Implantar placas de sinalização, educação e interpretação.

Figura 34: Fotos Tanque do General

Créditos: Patrícia Reis

Tabela 16: Caracterização do atrativo natural Pedra da Mata

Atrativo	PEDRA DA MATA
Município	Serra de São Bento
Latitude	6°25'34.01"S
Longitude	35°41'31.70"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	55 minutos
Distância percorrida	0,700 km
Altitude	412 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente/Precário
Uso	Ordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 35: Pedra da Mata

Principais Riscos:

Falta de integração com os condutores locais

Considerações/recomendações:

Integrar este atrativo aos outros atrativos que são operados pelos condutores; integrar com os condutores e estabelecer regras para que os mesmos possam operar os atrativos; implantar placas de sinalização, educação e interpretação; Mapear a necessidade de implantação de infraestrutura no atrativo (escadas; guarda corpo, decks, etc); Elaborar roteiro interpretativo da paisagem;

Figura 36: Fotos Pedra da Mata

Créditos: Patrícia Reis

Tabela 17: Caracterização do atrativo natural Tanque do Boi

Atrativo	Tanque do Boi
Município	Serra de São Bento
Latitude	6°24'48.71"S
Longitude	35°41'10.09"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	60 minutos
Distância percorrida	2,196km
Altitude	398 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente/Precário
Uso	Ordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 37: Tanque do Boi

Principais Riscos:

Falta de integração com os condutores locais

Considerações/recomendações:

Integrar este atrativo aos outros atrativos que são operados pelos condutores; integrar com os condutores e estabelecer regras para que os mesmos possam operar os atrativos; Implantar placas de sinalização, educação e interpretação; Mapear a necessidade de implantação de infraestrutura no atrativo (escadas; guarda corpo, decks, etc); Elaborar roteiro interpretativo da paisagem e da história do tanque.

Figura 38: Fotos Tanque do Boi

Créditos: Patrícia Reis

Tabela 18 - Caracterização do atrativo natural Mirante Alto da Terra de Timbaúba

Atrativo	MIRANTE ALTO DA TERRA DE TIMBAÚBA
Município	Passa e Fica
Latitude	6°25'41.70"S
Longitude	35°38'55.60"O
Natureza	Público
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Baixo
Tempo médio do percurso	2 minutos (veículo chega ao local)
Distância percorrida	10 metros (veículo chega ao local
Altitude	207 metros
Localização	Urbano
Sinalização	sim, mas apenas na entrada da estrada que dá acesso ao mirante
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 39 - Mirante Alto da Terra de Timbaúba

Principais Riscos:

Possível depreciação do atrativo, pois o acesso é muito fácil e não há recepção ou material educativo/informativo; não há vigias;

Considerações/recomendações:

Ação de sensibilização junto aos visitantes, instalação de placas indicativas e educativas no mirante. Instalação de placas interpretativas da paisagem; Instalação de luneta ou binóculo público para contemplação da paisagem.

Figura 40 - Mirante Alto da Terra de Timbaúba

Créditos: Roberta Rodrigues

Tabela 19: Caracterização do atrativo natural Serra dos Cocos

Atrativo	SERRA DOS COCOS (MIRANTE DO JACARÉ E LAJEDO DA PAISAGEM)
Município	Passa e Fica
Latitude	6°25'58.93"S
Longitude	35°39'37.84"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio/Alta
Tempo médio do percurso	1h20 minutos
Distância percorrida	1,824 km
Altitude	351 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 41: Mirante do Jacaré e Lajedo da Paisagem

Principais Riscos:

Identificação de processos erosivos na trilha; não tem portaria ou forma de controle; falta de regulamentação do atrativo;

Considerações/recomendações:

Realizar ações de manutenção dos processos erosivos nas trilhas. Sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; Implantação de sinalização indicativa, educativa e interpretativa; Mapear pontos estratégicos para implantação de infraestrutura como guarda corpo e deck para contemplação da natureza; Retirar cerca de arame farpado ao longo da trilha, implantar porteira ou "passa um"; Elaborar roteiro interpretativo para contemplação nos mirantes naturais.

Figura 42: Fotos Mirante do Jacaré e Lajedo da Paisagem

Créditos: Patrícia Reis

Tabela 20 - Caracterização do atrativo natural Pedra do Oratório

Atrativo	SERRA DO ORATÓRIO
Município	Passa e Fica
Latitude	6°26'58.84"S
Longitude	35°40'16.30"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Médio
Tempo médio do percurso	10 minutos
Distância percorrida	0,179 km
Altitude	199 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 43- Pedra do Oratório

Principais Riscos:

Não tem trilha bem definida; Falta de controle de visitantes e acordo entre proprietário e condutor local; Processos erosivos; Presença de equipamentos de caça, perda da biodiversidade e fragilidade ambiental.

Considerações/recomendações:

Realizar ações de manutenção dos processos erosivos nas trilhas. Sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; Implantação de sinalização indicativa, educativa e interpretativa; Mapear pontos estratégicos para implantação de infraestrutura como guarda corpo e corrimão para os pontos de subida (ou escadas). Sugere-se integrar este atrativo ao Lajedo por do Sol, estruturar uma trilha única.

Figura 44 - Fotos Pedra do Oratório

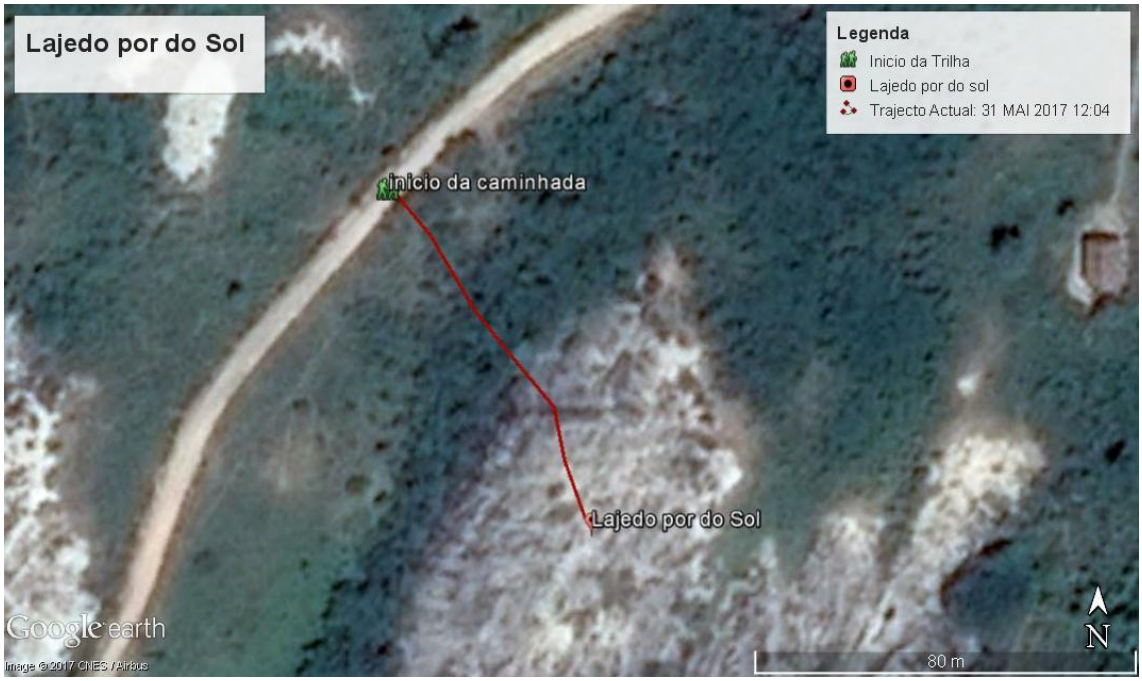
Créditos: Roberta Rodrigues

Tabela 21: Caracterização do atrativo natural Lajedo Por do Sol

Atrativo	LAJEDO POR DO SOL
Município	Passa e Fica
Latitude	6°26'57.69"S
Longitude	35°40'22.17"O
Natureza	Privado
Acesso	Fácil
Nível de dificuldade	Baixo
Tempo médio do percurso	5 minutos
Distância percorrida	0,09 km
Altitude	198 metros
Localização	Rural
Sinalização	Inexistente
Uso	Desordenado

Fonte: IABS/2017

Figura 45: Lajedo Por do Sol



Principais Riscos:

Local de fácil acesso, pode acarretar na depreciação e presença de lixo no atrativo; Falta de placa de sinalização e educativa; Falta de acordo entre proprietários e condutores;

Considerações/recomendações:

Sensibilizar os proprietários sobre a importância do atrativo para o desenvolvimento do turismo regional e responsabilidades legais; Regulamentação e acordo estabelecido com proprietário e condutores locais; Implantação de sinalização indicativa, educativa e interpretativa; integrar este atrativo ao Parque Estadual Pedra da Boca.

Figura 46: Fotos Lajedo Por do Sol

Créditos: Patrícia Reis

4.1.3 ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURAIS

A cultura local das cidades pesquisadas vai além do patrimônio histórico retratados através das edificações das igrejas. As manifestações folclóricas somam a oferta cultural do destino se tornando um ativo complementar aos atrativos naturais da região, um dos grandes responsáveis pelo fluxo atual de turistas a região.

Segundo os entrevistados, não há no destino nenhum patrimônio natural ou histórico tombado. Em Monte das Gameleiras existe um projeto de Lei na Câmara para criação de Parque Municipal na área do atrativo Pedra Pintada. Em Serra de São Bento o empresário da Pousada Vilas da Serra manifestou interesse em conhecer o funcionamento para constituir uma RPPN na área. Informou que 50% da propriedade é reserva legal.

Segue abaixo informações relacionada aos atrativos culturais identificados em campo:

- Capela de São José – Serra de São Bento

Igreja de pedra construída pela comunidade local do Sítio Jucá, que tem São José como santo dos agricultores, atividade principal de toda a comunidade. Aberta a visitação todos os dias da semana.

- Igreja São Bento Abade – Serra de São Bento

Igreja Matriz, fundada em 1825, possui arquitetura e pinturas preservadas. Não possui estrutura de atendimento a turistas diariamente, sem aviso prévio.

- Capela de São Sebastião – Monte das Gameleiras

Igreja localizada na área urbana da cidade de Monte das Gameleiras, não possui estrutura de atendimento para visitação sem agendamento prévio.

- Manifestação folclórica Balé popular Terras Potiguares – Passa e Fica

Formado por 30 jovens que se dividem entre músicos, atores e dançarinos. Nasceu em 2010 em uma escola municipal para os alunos interessados em resgatar as danças Norte Rio Grandense. Se apresentam em datas festivas da região.

- Manifestação folclórica Grupo Macambirais – Passa e Fica

O objetivo inicial do grupo era se tornar um atrativo turísticos para os visitantes da região, atualmente o cunho social tomou maior prioridade considerando uma alternativa de ocupação de jovens. Atualmente é composto por 35 jovens locais e se apresentam por demanda.

4.1.4 EVENTOS

Os eventos geradores de fluxo turístico mais citados pelos entrevistados foram:

- ➔ Festival de Inverno de Serra de São Bento
- ➔ Desafio das Serras – Corrida de aventura realizada em 04 períodos no ano na região
- ➔ Festival de cultura de Passa e Fica (maio)

4.1.5 EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), os bens e serviços turísticos dividem-se em duas categorias:

- **Produtos característicos:** *"aqueles que na ausência do fenômeno turístico desapareceriam por completo ou teriam seu consumo sensivelmente diminuído"* (**OMT, 2001**), como é o caso dos hotéis, restaurantes e guias;
- **Produtos relacionados:** *aqueles que "são consumidos em quantidades significativas pelos visitantes, mas permaneceriam sendo consumidos pelos residentes"* (**OMT, 2001**) como taxis, museus, teatros etc.

Durante a pesquisa de campo realizada pela equipe do IABS, os equipamentos avaliados em maior profundidade, por meio de visitas presenciais, foram limitados aos *"produtos característicos"* definidos pela Organização Mundial do Turismo (**OMT, 2001**). Nessas visitas todos os meios de hospedagem foram identificados, o que permite atualizar de forma bastante confiável e precisa os dados de oferta relacionados a hospedagem. Apesar de atual, o estudo de oferta conduzido no âmbito do Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico do Rio Grande do Norte, (**SETUR/RN, 2016**) se mostrou incompleto em relação ao número de hotéis/ pousadas, bem como o de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos. Já o inventário da oferta do município de Passa e Fica, realizado em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte em 2015, se mostrou extremamente completo e detalhado, condizente com os dados coletados pela equipe do IABS, apesar de desatualizados.

Entre os bares e restaurantes, as visitas foram direcionadas aos equipamentos mais relevantes para a atividade turística, ou seja, aqueles que melhor atendem às exigências dos visitantes, enquadrados na categoria "produtos característicos", desconsiderando, portanto, equipamentos que trabalham exclusivamente com a população residente local. Essa seleção permite obter dados quantitativos mais precisos para o dimensionamento da capacidade de atendimento da oferta turística. Importante registrar que os dados não contemplam o Restaurante Pedra do Sapo devido a necessidade de agendamento prévio para obtenção das informações.

Os infográficos abaixo apresentam, de forma objetiva, os principais dados quantitativos da oferta de equipamentos turísticos da região, estratificados por tipo de equipamento. Apesar do Restaurante Pedra do Sapo não constar nesses dados, suas informações são extremamente importantes e não podem ser desconsideradas, uma vez que o equipamento possui forte apelo turístico.

Municípios

Monte das Gameleiras	Serra de São Bento	Passa e Fica
8	10	6

Total de Equipamentos

24 Equipamentos Analisados

Situação dos Equipamentos

19 Formais	5 Informais

Tipos de Equipamentos

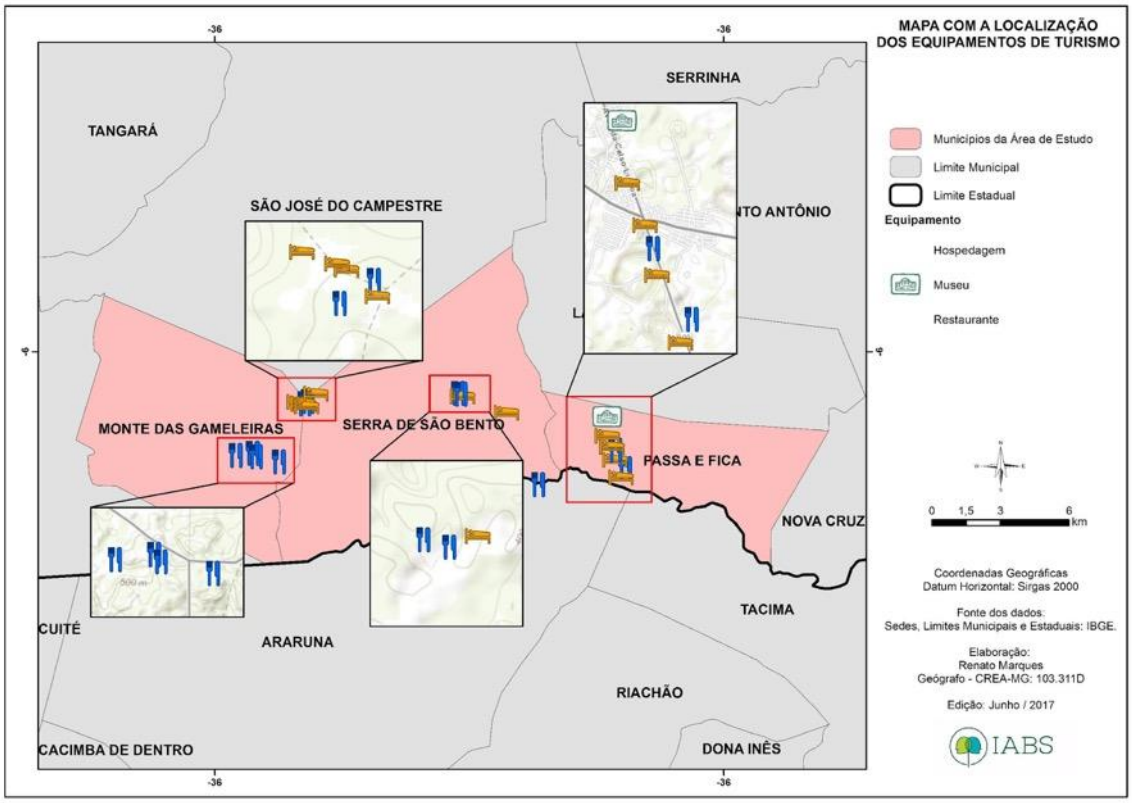
10	9	5

Números dos Equipamentos

130 UHs	386 Leitos	104 funcionários permanentes	910 Pessoas sentadas

É justamente na divisa dos municípios de Monte das Gameleiras e Serra de São Bento que a maior parte da oferta turística da região está concentrada. São municípios muito próximos que juntos apresentam 19 equipamentos de hospedagem e alimentação relevantes para a atividade turística (se considerarmos o Restaurante Pedra do Sapo que não foi incluído na análise quantitativa). Outros seis equipamentos estão localizados no município de Passa e Fica totalizando uma oferta de 25 equipamentos nos três municípios.

Figura 47: Mapa dos equipamentos turísticos dos municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras



Entre esses equipamentos, 10 atuam exclusivamente com alimentação, 9 exclusivamente com hospedagem e outros 5 atuam nos dois segmentos. O nível de informalidade é elevado, atingindo cerca de 21% da amostra (5 entre os 24 entrevistados) e a formalização desses e dos novos equipamentos é um dos principais desafios para a profissionalização do setor.

A capacidade total dos equipamentos comporta até 386 pessoas dormindo nos meios de hospedagem e 910 pessoas sentadas nos bares e restaurantes. Ë uma oferta considerável para o nível de desenvolvimento do destino e deve incrementar nos próximos anos a partir da efetivação de novos investimentos privados.

A Unidade Habitacional (UH) constitui qualquer "*unidade produtora mobiliada, cuja atividade principal é a de alojamento*" (**OMT, 2001**) o que inclui apartamentos, suítes, quartos e chalés. Para cálculo do número de leitos, foi considerada a capacidade máxima de pessoas dormindo em camas fixas disponíveis dentro dessas UHs. A partir desse conceito, as camas de casal foram consideradas como 2 leitos.

Em relação ao impacto social, os 24 equipamentos analisados ocupam 104 pessoas de forma permanente, ou seja, há uma média de 4,3 postos de trabalhos gerados para

cada equipamento turístico instalado na região. Além desses empregos, cerca de outros 20 trabalhadores são contratados temporariamente apenas nesses empreendimentos (nos finais de semana ou em períodos de festas como o festival de inverno). O nível de informalidade dessas contratações não pode ser obtido de forma precisa devido a resistência em fornecer essas informações por parte dos entrevistados. Além disso, a maior parte dos empreendimentos tem gestão familiar e seus proprietários estão incluídos nesses gastos, o que inviabiliza sua comparação com os dados oficiais de empregos.

A seguir, os principais dados da oferta são apresentados de forma estratificada, por município:

MONTE DAS GAMELEIRAS

Meios de Hospedagem

Tempo médio dos meios de hospedagem:

6 anos

3
Hotéis

18
UHs

69
Leitos

17
Funcionários
Permanentes

Meios de Alimentação

Tempo médio dos meios de alimentação

4,5 anos

8
Restaurantes

450
Pessoas
Sentadas

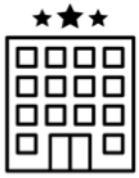
17 Funcionários
Permanentes

SERRA DE SÃO BENTO

Meios de Hospedagem

Tempo médio dos meios de hospedagem:

5,3 anos



7
Hotéis

60
UHs

200
Leitos

34
Funcionários
Permanentes

Meios de Alimentação

Tempo médio dos meios de alimentação

4 anos

3
Restaurantes

155
Pessoas
Sentadas

9 Funcionários
Permanentes

Meios de Hospedagem

Tempo médio dos meios de hospedagem:

9,5 anos

4
Hotéis

52
UHs

117
Leitos

9
Funcionários
Permanentes

Meios de Alimentação

Tempo médio dos meios de alimentação

7,3 anos

4
Restaurantes

340
Pessoas
Sentadas

15 Funcionários
Permanentes

Não é possível estabelecer uma relação direta entre o número de equipamentos e a capacidade total de atendimento de cada município, uma vez que a amostra reduzida inviabiliza obtenção de médias confiáveis. Em relação ao tempo médio de funcionamento (a partir do ano de inauguração), os equipamentos de Passa e Fica são mais antigos e visivelmente apresentam estado de conservação mais precário, o que exige maiores investimentos em reformas e renovação. O crescimento da atividade turística em Serra de São Bento e Monte das Gameleiras é mais recente, o que justifica um tempo médio de funcionamento menor desses equipamentos. A previsão de novos investimentos tende a reduzir essa média e estimular inovação nos equipamentos mais antigos, para que possam continuar atraindo turistas.

4.2 PREÇO

Uma análise de preços de destino, requer a identificação dos valores cobrados em pacotes turísticos estruturados e seu posicionamento frente a destinos concorrentes. Como não foi possível identificar preços de pacotes específicos para o destino (contendo deslocamento, hospedagem e atrativos) a análise de precificação foi realizada em função dos equipamentos.

O valor médio aproximado das diárias de fim de semana dos meios de hospedagem foi de R$ 207,00. Se excluirmos dessa análise os valores extremos que distorcem a média (R$ 40,00 no equipamento mais barato e R$ 700,00 no mais caro), temos uma diária média cerca de R$ 180,00 nos finais de semana. Ao analisar esses valores do ponto de vista da competição, é possível afirmar que são valores compatíveis com destinos similares, com oferta muito limitada. No entanto, se analisarmos isoladamente os equipamentos, seus serviços associados e sua estrutura, em geral, os valores são superiores aos valores cobrados por equipamentos “melhores” em ambientes de maior competição, como é o caso de destinos turísticos consolidados ou as capitais.

Apesar de não ter informações detalhadas da estrutura de custos de cada equipamento, a análise preliminar aponta para terrenos menos valorizados do que em outros destinos, oferta de serviços e produtos básicos são mais baratos, além de possível impacto reduzido dos tributos devido a receitas não declaradas. Nesse sentido, os equipamentos mais precários transformam os custos reduzidos em preços menores para consumidores menos exigentes.

Por outro lado, alguns equipamentos localizados em áreas com maior apelo visual, cobram valores mais elevados sem complementar sua oferta de serviços, seja com maior qualidade da estrutura, seja com oferta de atrativos diferenciados para assegurar máxima satisfação de seus hóspedes.

Equipamentos específicos como o Villas da Serra e a Pousada Pedra Grande não estão incluídos nessa análise de preço, uma vez que oferecem produtos diferenciados e maior padrão de serviços aos seus hóspedes.

As atrações complementares não demandam uma análise de preços específica porque muitas não são cobrados e as que têm custo, assim como os equipamentos de hospedagem apresentam impacto reduzido na escolha do destino.

4.3 PRAÇA

Kotler e Armstrong (2007), definem praça como *"um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de oferecimento de um produto ou serviço para uso ou consumo de um consumidor final ou usuário empresarial".*

Neste caso específico, trataremos praça como o destino, sua localização, formas de acesso e canais de comercialização.

Os principais portões de entrada para o destino são Natal, que se localiza há 134 km ou 2 horas e 11 minutos de distância, e João Pessoa, há 143 Km ou 2 horas e 08 minutos de distância.

O fluxo principal do destino é regional. São turistas do próprio estado e vizinhos como Paraíba e Pernambuco. Alguns turistas nacionais e internacionais começam a chegar, mas em menor número.

Para os intermediários que operam Pipa, o destino formado por Monte das Gameleiras, Serra de São Bento e Passa Fica torna-se uma opção interessante pela distância de apenas 94,1 km ou 1 hora e 41 minutos, além do clima e paisagem diferenciados e complementares.

O acesso ao destino por rodovia foi bem avaliado pelos atores entrevistados qualitativamente durante o trabalho de campo.

Tabela 22: Avaliação do acesso pelos entrevistados

Itens analisados pelos entrevistados	Nota final
Acesso	Bem avaliado. 71,5% dos entrevistados em uma escala de 1 a 5, avaliou este item como 1 e 2, enquanto 28,6% avaliaram como 3.

Fonte: IABS, 2017

Os portões de entrada para os turistas nacionais e internacionais são os aeroportos de Natal e João Pessoa.

Segundo dados da infraero (2017), o Aeroporto Internacional Governador Aluízio Alves - Aeroporto Internacional de Natal, em São Gonçalo do Amarante - RN, é o primeiro no Brasil administrado 100% pela iniciativa privada, o Consórcio Inframerica. Com

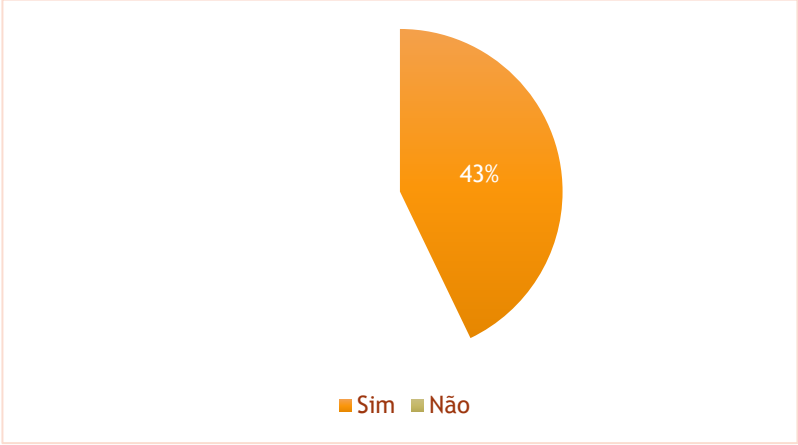
capacidade para 6 milhões de passageiros/ano, o novo aeroporto possui 42 mil m² e terá, ao longo dos 28 anos de concessão, um investimento total de R$ 650 milhões, chegando a uma capacidade de 11 milhões de passageiros por ano, demanda esperada até 2038. Recebe voos das principais cidades do país como São Paulo, Brasília, Rio de Janeiro, Recife, Fortaleza, entre outras e está conectado com todas as regiões do Brasil por meio desses *hubs* aéreos.

O aeroporto Internacional de João Pessoa Presidente Castro Pinto, como Natal, está conectado as principais cidades do país como São Paulo, Brasília, Rio de Janeiro, Recife, Fortaleza, entre outras e está conectado com todas as regiões do Brasil por meio desses *hubs* aéreos.

Em relação aos canais de distribuição utilizados pelos equipamentos privados do destino foi realizada uma pesquisa avaliando o posicionamento dos mesmos nas OTAS – Agências de viagem online, portfólio de agências de viagem locais e regionais e operadoras nacionais.

É crescente a importância das agências de viagem online para o mercado turístico, devido a seu crescimento constante, mudança nos perfis de compra dos consumidores e as diversas vantagem oferecidas, essa estratégia ajuda a posicionar não só os equipamentos, mas o destino como um todo no mercado turístico. As agências de viagem online Booking e Trivago, atualmente ofertam 43% dos meios de hospedagem do destino.

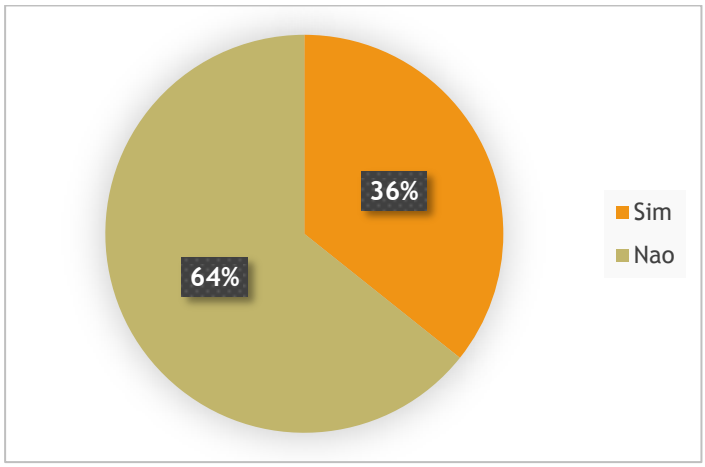
Gráfico 3: Plataformas de comercialização utilizadas pelos meios de Hospedagem – Booking e Trivago



Fonte: IABS, 2017

Foram pesquisadas 14 agências de viagens locais e regionais que operam no Estado do Rio Grande do Norte e Estados vizinhos, destas 05(cinco) comercializam a região. O Parque Estadual da Pedra da Boca é o principal atrativo que compõem o portfólio com atividades de caminhada e contemplação da natureza.

Gráfico 4: Agências de viagem que comercializam o destino



Fonte: IABS, 2017

Analisando as operadoras nacionais a Pisa Trekking é a empresa que atualmente vende o destino através de um roteiro casado nomeado de Pipa ao sertão, com pernoite de 2 dias na cidade de Serra de São Bento e as atividades oferecidas são dedicadas ao Parque Estadual Pedra da Boca. Das operadoras associadas a BRAZTOA – Associação Brasileira das operadoras de Turismo, trinta operadores vendem o Nordeste, mas nenhuma opera o destino.

Tabela 23: Operadoras Braztoa que comercializam o destino

Roteiros/Destinos	*Operadoras BRAZTOA*
City T Natal	✔✔
Maracajaú	✔✔
Pipa	✔✔
Fernando de Noronha	✔✔
Galinhos	✔✔
São Miguel Gostoso	✔✔
Mossoró	✔✔
Monte das Gameleiras	
Passa e Fica	
Serra de São Bento	

Fonte: IABS/2017

4.4 PROMOÇÃO DO DESTINO

Para **Kotler (1999),** *a promoção será a comunicação com o consumidor, ou seja, todo o esforço para motivá-lo ou encorajá-lo a comprar. A promoção deve agregar um diferencial para experiência de compra (físico ou emocional) para que o consumidor tenha uma percepção positiva e possa também contribuir para a imagem da empresa ou produto/serviço*.

Analisar a promoção do destino é uma etapa essencial para se obter uma avaliação do nível de desenvolvimento de relações que os municípios de Passa e Fica, Serra de São Bento e Monte das Gameleiras possuem atualmente com o mercado turístico. Nessa avaliação observou-se as ações desenvolvidas pelo poder público das cidades envolvidas, assim como as ações de promoção da iniciativa privada relacionadas diretamente a atividade turística.

4.4.1 PROMOÇÃO INSTITUCIONAL DO DESTINO

Após as entrevistas qualitativas com os gestores municipais e lideranças locais da atividade turística e o trabalho de pesquisa desenvolvido por esta consultoria constatou-se que as ações institucionais desenvolvidas atualmente para promoção do destino são:

a) Material promocional

A avaliação feita pelos gestores locais em relação ao material promocional do destino é considerada regular por aproximadamente 72% dos entrevistados.

Material de Promoção	Regular 28,6% dos entrevistados em uma escala de 1 a 5, avaliou este item como 1 e 2, enquanto 71,5% avaliaram como 3 e 5.

Foi elaborado recentemente um material promocional impresso das cidades do Projeto e da cidade de Araruna no Estado da Paraíba com uma proposta de roteiro turístico, chamado de Roteiro do Charme e da Aventura. Esse material tem sido distribuído nos eventos especializados de turismo.

b) Banco de imagens

As cidades possuem um banco de imagens de qualidade que contemplam os principais atrativos turísticos naturais e culturais, assim como os principais equipamentos das 03 cidades.

c) Eventos geradores de fluxo turístico

Os eventos de interesse turístico é uma estratégia de promoção da gestão pública das cidades a exemplo do Festival Cultural e Gastronômico de Serra de São Bento e Monte das Gameleiras.

d) Estratégia Online

A estratégia online para promoção institucional do destino não é utilizada atualmente pela gestão pública municipal, seja através de site próprio ou de página nas redes sociais. Considerando como ação de gestão pública apenas o portal de promoção da Secretaria de Turismo do Estado do Rio grande do Norte divulga as cidades que pertencem ao Polo Agreste Trairi do Estado (http://natalbrasil.tur.br/polo-agreste-trairi)

Existem páginas das cidades em redes sociais, mas o conteúdo não é direcionado a promoção dos recursos, atrativos e equipamentos da atividade turística de uma forma organizada, constante e de cunho institucional.

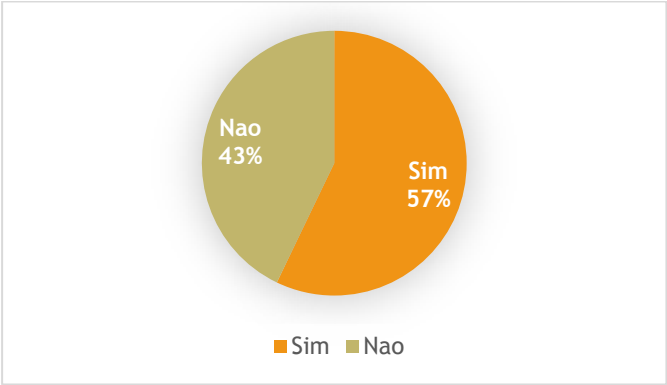
4.4.2 EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Os equipamentos turísticos do destino possuem um bom posicionamento online, com presença em diversas plataformas de promoção disponíveis no mercado a exemplo de site próprio, blogs, redes sociais, plataformas de promoção e apoio a comercialização.

4.4.2.1MEIOS DE HOSPEDAGEM

Dos meios de hospedagem pesquisados aproximadamente 60% possuem site próprio, com conteúdo atualizado, imagens de qualidade e funcionalidades que permitem a interação do usuário com a plataforma.

Gráfico 5: Quantidade de empresas que possuem site próprio

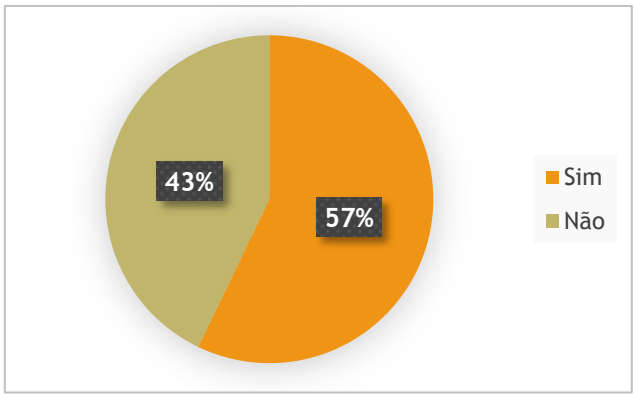


Fonte: IABS, 2017

Em relação a análise quantitativa das avaliações realizadas pelos viajantes no Trip Advisor a nota média de é 4.5, tendo como escala de 0 a 5. Analisando as notas pontuadas pelos usuários na Booking a nota média de avaliação dos equipamentos de hospedagem é 8.5.

Já em relação ao uso das redes sociais como instrumento de promoção, 57% dos equipamentos de hospedagem realizam comunicação de seus equipamentos no Facebook e/ou Instagram, sendo 130 o menor número de seguidores de um equipamento específico e 42.500 o número de seguidores do estabelecimento com maior engajamento.

Gráfico 6: Quantidade de empresas que possuem redes sociais – Facebook e Instagram



Fonte: IABS, 2017

Na análise qualitativa das opiniões que expressam a experiência vivida nos equipamentos de hospedagem, os atributos utilizados são diversificados, mas

possuem uma conotação positiva. Destacamos abaixo a análise realizada de alguns equipamentos pesquisados:

Figura 48: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Fulô da Pedra

Fonte: IABS, 2017

Figura 49: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Villas da Serra

Fonte: IABS, 2017

Figura 50: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Chalés da Serra

Fonte: IABS, 2017

Figura 51: Nuvem de palavras – Avaliação Qualitativa Pousada Pedra Grande

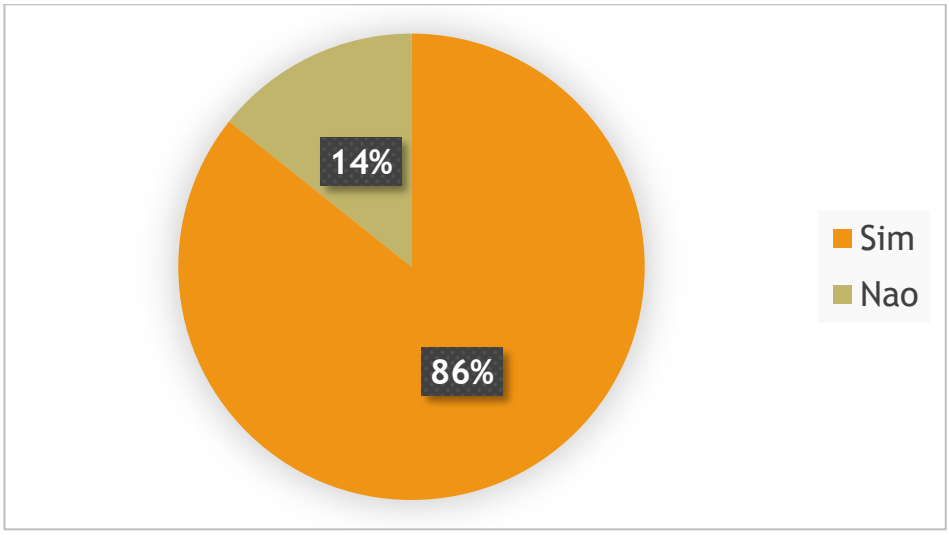
Fonte: IABS, 2017

Para avaliar a velocidade de resposta dos equipamentos de hospedagem sobre consultas realizadas através de e-mail sobre tarifas praticadas e disponibilidade para um determinado período, foi realizado contato com todas as empresas no dia 15 de junho. Dos 14 meios de hospedagem, 11 trabalham com atendimento por e-mail, destas 07 deram retorno no mesmo dia da consulta e apenas 02 empresas não responderam as informações solicitadas. Dessa forma conclui-se que o as empresas se apropriaram do meio online como forma de relacionamento com o consumidor final.

4.4.2.2 RESTAURANTES

Em relação aos equipamentos de bares e restaurante 86% dos pesquisados possuem algum tipo de presença online, seja através de redes sociais próprias, matérias em blogs de turismo ou sites especializados. Apesar de ter posicionamento online, apenas 08 equipamentos dos 14 pesquisados possuem página própria na rede social e a maioria com baixo engajamento, a página que possui maior número tem 3040 seguidores.

Gráfico 7: Quantidade de empresas que possuem posicionamento online



Fonte: IABS, 2017

5 - MATRIZ DE EQUIPAMENTOS SELECIONADOS

A partir dos levantamentos preliminares foi estabelecida uma lista de equipamentos característicos da atividade turística, ou seja, que dependem da existência de atividade turística e constituem a base para futuras intervenções do projeto como o mapa de carências, por meio do cliente oculto e consequentes consultorias técnicas.

Considerando a limitação desse universo, todos compõem a matriz e serão contemplados na etapa seguinte:

Tabela 24: Matriz de Equipamentos Turísticos selecionados

Nome do Equipamento	Responsável	Telefone
Restaurante Pedra do Sapo	Flávio Mousinho	(84) 3289-0248
Restaurante Dois Irmãos	José Hilton	(84) 9 8833-3432 (84) 98633-6646
Restaurante e Pousada Por do Sol	Valmir	(84) 98725-4891
Delícia da Josy	Josélia Bezerra de Melo	(84) 98864-0641 (84) 98760-7992
Restaurante Galinha da Serra	Francisca Aparecida Azevedo (Cida)	(84) 98738-4818
La na Roça	Maria Lúcia de Melo Rodrigues	(84) 98821-0618
Chalés Lajedo da Serra	Gerônimo Gomes Crisanto	
Café Serrano	Adriana Crisanto	(84) 98742-3481
Chalé da Serra	José Carlos Albino	(84) 98828-8840
Encanto da Serra	Fernando Albino	(84) 98857-8025
Lá no Sítio	Edite Jorge	(84) 98895-9905
Lanchonete Bom Sabor	Erivaldo	(84) 98731-5884
Pousada e Restaurante Manaím	Leonice Miguel	(84) 98830-1345
Pousada e Restaurante Pedra da Boca	Cecília Diniz	(84) 988149643 (84) 3288-2188
Panificadora Paris	Jacira Soares de Oliveira França	(84) 98724-3448 (84) 98751-2920 (84) 3288-2220
Pousada Princesa do Agreste	Maria dos Prazeres da Silva Santos	(84) 98859-1360 (84) 98785-5300
Pousada Pedra Grande	Junior e Lorena	
Pousada Mato Grosso	Ana Suely Rodrigues	(84) 98717-3707 (84) 3289-0032
Restaurante, lanchonete e pizzaria Sabor da Serra	Domingos Carmo de Lima Dias/ Gorette Neusa do Nascimento	(84) 98835-0519 (84) 98858-7540
Pizzaria Moema	Francisco Rosa de Oliveira	(84) 98752-8559
Pousada Recanto do Nordeste	Antônio Faustino da Silva	(84) 3288-2058 (84) 987415908
Pousada Villas da Serra	Flávio Mousinho	(84) 3289-0248
Pousada Vale Encantado	Severino Albino de Souza	(84) 98816-2911 (84) 98838-6240
Viveiro do Alemão	Alex	(84) 98745-9996
Pousada Fulô da Pedra	Gil Macedo	(84) 98875-1279

Fonte: IABS/2017

6 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARTURI, C. S. **Os desafios para a instauração de uma governança mundial democrática na atual conjuntura internacional: síntese de um debate**. Revista Indicadores Econômicos, v. 31, n. 1, p. 75–93, 2003.

BRASIL, **Projeto Inventário da Oferta Turística. Brasília**, 2006

BUTLER, Richard. **The concept of a tourist area life cycle of evolution implications for management of resources**. Canadian Geographer, v. 24. 1980.

DENCKER, A.F.M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. Futura. 2003.

KOTLER, Philip, et al, **Marketing Turístico**, Pearson Educación S.A, Madrid, 2011.

KOTLER, Phillip. **Marketing para o Século 21**. Ed, Futura. São Paulo, 1999.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007

GOI, Chai Lee. **A Review of Marketing Mix: 4Ps or More?** International Journal of Marketing Studies, Canada, vol. 1, No 1, may, 2009.

HESS Jr. Ronald L. **Tourism Competitive Analysis Study.** The Mason School of Business. June, 2010.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. UNWTO. Madrid, 2001.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Recomendaciones sobre estadísticas en turismo. UNWTO. Madrid, 1998.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Report of the Committee on Tourism and Competitiveness. UNWTO, Madrid, 2016.

PASSA E FICA. Prefeitura Municipal de Passa e Fica. Secretaria de Turismo; UFRN. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. **INVTUR - Inventário da oferta Turística de Passa e Fica - RN**. Natal, 2015

Psicologia: Teoria e Prática, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 43-59, jul./dez. 2000.

SETUR/RN. Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Secretaria de Turismo. Relatório da empresa consultora Solimar International. **Produto 3 - Diagnóstico. Planejamento Estratégico e Marketing para o Turismo do Rio Grande do Norte.** 2016.

SETUR/RN. Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Secretaria de Turismo. **Estratégia de Desenvolvimento Turístico do Rio Grande do Norte - 2017-2027.** Natal, 2017.

SILVA, Yolanda Flores e. A estrutura hoteleira de Balneário Camboriú para Turistas Portadores de Necessidades Especiais. Turismo Visão e Ação – Vol. 8, n. 1 p. 9-29, jan/abr, 2006.

TOMAZZONI, E. L. A **Gestão Participativa na Inovação e no Desenvolvimento do Turismo Brasileiro.** In: ZANIRATO, S. (Ed.) . Participação Política: atores e demandas. São Paulo: Annablume, 2015. p. 155–170.