


 Apoio ao Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur Nacional

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Conclusões e propostas

Setembro de 2014



Estruturação





Em relação a quê?





Em relação ao desempenho competitivo do sistema turístico da Rota



Competitividade: a capacidade de produzir valor para o turista de forma eficiente, rentável e sustentável.



As principais conclusões do diagnóstico

Fraquezas operacionais e estruturantes

- O diagnóstico tem identificadas diversas fraquezas ou vulnerabilidades no sistema turístico da Rota das Emoções.
- Algumas das fraquezas são operacionais e outras são estruturantes.
- As **fraquezas operacionais** podem ser resolvidas com tempo, trabalho e paciência.
- Mas, para isso, é preciso resolver as **fraquezas estruturantes**.



As principais conclusões do diagnóstico

Quais são as fraquezas estruturantes?

- Complexidade do território, que repercute sobre a sua articulação e coesão
- Ausência ou inatividade de um órgão de gestão centralizada
- Ausência de indicadores de atividade e desempenho
- Uma marca baseada num conceito difícil de ser concretizado
- Ausência de elementos fortes de diferenciação

As principais conclusões do diagnóstico

Prioridade:

resolver primeiramente as fraquezas estruturantes para assim poder trabalhar eficazmente na resolução das fraquezas operacionais.





Opção 1

Em 2020, a Rota das Emoções será conhecida e reconhecida como o destino do nordeste do Brasil que oferece a mais completa e atrativa diversidade de experiências de lazer, com alto padrão de eficiência e qualidade de serviço, num cenário de grande e singular beleza natural, de hospitalidade, de autenticidade e de respeito ao meio ambiente.



Opção 2

Em 2020, o turismo será a principal atividade econômica da Rota das Emoções, que será percebida como um destino turístico diferenciado, com personalidade própria, que oferece a mais ampla oferta de experiências de lazer baseadas num desenvolvimento turístico equilibrado e sustentável do ponto de vista ambiental, econômico e social.

A Rota das Emoções será reconhecida como um exemplo de destino eficiente e competitivo, com alto padrão de qualidade e com um alto grau de cooperação, de colaboração e parceria entre os diversos agentes do setor público, do setor privado e da comunidade.



Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico | Objetivos

Crescimento quantitativo | **Desenvolvimento qualitativo**

Esta decisão não é mais um problema conceitual ou técnico. É uma questão de valores e vontade política.

THR | 4 | acciona | acciona | 13

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico | Objetivos

Objetivos de desenvolvimento qualitativo

- 1) Atingir uma maior articulação, integração, equilíbrio e coesão territorial
- 2) Fortalecer a organização e a gestão do destino
- 3) Consolidar o posicionamento da Rota das Emoções como um destino multiproduto e multisegmento, diferenciado e de qualidade
- 4) Aumentar e fortalecer a eficiência e a produtividade do sistema turístico do destino
- 5) Assegurar um modelo de desenvolvimento turístico sustentável

THR | 4 | acciona | acciona | 14

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico | Objetivos

Metas de crescimento quantitativo

Situação atual (estimativa)

Indicadores	Valor
N° de leitos	10.000
Taxa média de ocupação anual	50%
N° de turistas	260.000
Estadia média (noites)	7
Gasto médio por pessoa/dia (US\$)	140
Gasto total (em milhões US\$)	255,5

THR | 4 | acciona | acciona | 15

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Metas de crescimento – 2020 | **Três Cenários**

Indicadores	Atual	Cen 1	Cen 2	Cen 3
N° turistas	260.000	300.000	280.000	270.000
Permanência média (noites)	7	9	8	7
Total pernoites/ano (000)	1.820	2.700	2.240	1.890
Taxa ocupação média anual	50%	54%	52%	51%
N° leitos necessários/ano (000)	3.640	5.000	4.308	3.706
Dias operação/ano	365	365	365	365
N° leitos necessários/dia	10.000	13.700	11.800	10.153
Gasto médio pax/dia (US\$)	140	175	165	160
Gasto médio pax/viagem (US\$)	980	1.575	1.320	1.120
Total gasto (milhões US\$)	254,8	472,5	369,6	302,4

THR | 4 | acciona | acciona | 16

Metas de crescimento – 2020 Três Cenários
(% de variação)

Indicadores	Atual	Cen 1	Cen 2	Cen 3
Nº turistas	260.000	+ 15,4%	+ 7,7%	+ 3,8%
Permanência média (noites)	7	9	8	7
Total pernoites/ano (000)	1.820	+ 48,4%	+ 23,1%	+ 3,8%
Taxa ocupação média anual	50%	+ 4 pontos	+ 2 pontos	+ 1 ponto
Nº leitos necessários/ano (000)	3.640	+ 37,4%	+ 18,3%	+ 1,8%
Dias operação/ano	365			
Nº leitos necessários/dia	10.000	+ 37,0%	+ 18,0%	+ 1,5%
Gasto médio pax/dia (US\$)	140	+ 25,0%	+ 17,9%	+ 14,3%
Gasto médio pax/viagem (US\$)	980	+ 60,7%	+ 34,7%	+ 14,3%
Total gasto (milhões US\$)	254,8	+ 85,4%	+ 45,1%	+ 18,7%

O ciclo virtuoso





Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Fortalecimento institucional

Objetivos

Incrementar e melhorar a organização e as capacidades e competências dos órgãos de gestão da Rota das Emoções, em termos de:

- Definição de políticas e instrumentos para o desenvolvimento ordenado de atividades turísticas
- Normatização, regulação, controle e fiscalização das atividades turísticas
- Fomento, orientação e apoio à iniciativa privada para o desenvolvimento do setor turístico
- Desenvolvimento e divulgação de tecnologia de gestão dos negócios turísticos
- Capacidade de influir sobre as políticas públicas com impacto sobre as atividades turísticas

Fazer diretamente Ajudar os outros a fazer Influir sobre os tomadores de decisão

THR 4 acciona acciona 22

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico

Eixos estratégicos

Fortalecimento institucional

4 dimensões de fortalecimento

Dimensão institucional / administrativa

- Aspectos legais
- Aspectos organizacionais e administrativos
- Procedimentos e processos de trabalho
- Aspectos físicos, instalações e equipamento

Dimensão econômica / financeira

- Fontes de recursos
- Gestão orçamentária

Dimensão sociopolítica

- Valores e princípios da gestão
- Participação na gestão.

Dimensão técnica

- Perfil, capacitação e funções dos recursos humanos
- Recursos técnicos e tecnológicos

THR 4 acciona acciona 23

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico

Eixos estratégicos

A Rota das Emoções

- Um território envolvendo 3 Estados, 14 municípios e os Órgãos de gestão de Parques Nacionais
- Uma grande quantidade e diversidade de agentes privados

= Complexidade

THR 4 acciona acciona 24

Fortalecimento institucional**Necessidade de uma gestão unificada e centralizada da Rota das Emoções**

- Para fortalecer a estruturação e a coesão do território
- Para desenvolver e concretizar o conceito de Rota como destino integrado
- Para coordenar e incrementar a eficácia das ações individuais ou locais
- Para otimizar e rentabilizar os recursos disponíveis
- Para assegurar um desenvolvimento turístico ordenado, equilibrado e sustentável.
- Para incrementar e fortalecer a capacidade de influência do setor turístico da Rota das Emoções.

Fortalecimento institucional**Linhas de atuação**

1. Fortalecer a organização e gestão do desenvolvimento turístico da Rota das Emoções através da criação de um sistema global e comum de governança.
2. Estabelecer uma estrutura de gestão profissional, especializada e plenamente voltada ao gerenciamento da Rota das Emoções.
3. Promover e facilitar a cooperação entre os agentes turísticos públicos e privados.
4. Criar os mecanismos para estimular a participação e o compromisso da população no desenvolvimento turístico.
5. Colocar a eficiência como o principal vetor do desenvolvimento competitivo e sustentável do destino Rota das Emoções.

Fortalecimento institucional**Ações**

1. Criação e/ou ativação dos órgãos de gestão da Rota das Emoções nos níveis estratégico e operacional
2. Organização e realização de um programa de capacitação para fortalecer a capacidade de gestão institucional através de seminários especializados
3. Organização do "Encontro Profissional da Rota das Emoções" com periodicidade anual

Fortalecimento institucional**Ações**

1. Criação e/ou ativação dos órgãos de gestão da Rota das Emoções nos níveis estratégico e operacional





Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Fortalecimento institucional

ADRS
Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável

Conselho Consultivo

Gerência Executiva

Funções

- Organiza e conduz as atividades operacionais
- Executa e gerencia os programas aprovados pela ADRS
- Fornece dados, informações e outros inputs necessários para a ADRS
- Mantém um relacionamento estreito com as empresas, organizações e instituições que operam no território da Rota das Emoções
- Estabelece parcerias para favorecer o desenvolvimento turístico
- Elabora relatórios de atividades e a Memória anual da Rota das Emoções

THR | 4 | acciona | acciona | 33

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Fortalecimento institucional



2. Programa de capacitação para fortalecer as capacidades de gestão institucional

- Voltado aos municípios e aos órgãos de gestão da Rota;
- Conteúdo temático especializado para cada uma das quatro dimensões do fortalecimento institucional;
- Seminários conduzidos por especialistas;
- Duração de três dias para cada seminário.

THR | 4 | acciona | acciona | 34

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Fortalecimento institucional



3. Organização do "Encontro Profissional da Rota das Emoções"

- Fortalecer os relacionamentos pessoais e profissionais entre os agentes (*stakeholders*) da Rota;
- Trocar conhecimentos e experiências;
- Fortalecer a identidade e a coesão do setor turístico da Rota;
- Refletir conjuntamente, discutir e buscar soluções convergentes;
- Periodicidade semestral ou anual;
- Sede variável.

THR | 4 | acciona | acciona | 35

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico → Eixos estratégicos

Gestão

Estruturação

Promoção

Monitoramento

Empreendedorismo e Atração de Investimentos

Infraestrutura

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo

Maneio e Posicionamento de Mercado

Promoção e Apoio à Comercialização

Informações ao Turista

THR | 4 | acciona | acciona | 36

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Monitoramento

Objetivos

- Fortalecer a capacidade de gestão da Rota das Emoções
- Coletar, produzir, sistematizar e fornecer informação rigorosa, relevante e atualizada sobre o setor turístico
- Auxiliar a tomada de decisão sobre planejamento e gestão
- Facilitar a avaliação e controle de projetos, programas e ações
- Conhecer a evolução dos indicadores de desempenho do destino
- Identificar e avaliar os resultados e os impactos do desenvolvimento turístico
- Identificar riscos e problemas

THR    37

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Monitoramento

Linhas de atuação

1. Conceber e desenvolver um sistema eficaz e contínuo de monitoramento da atividade turística da Rota das Emoções
2. Disseminar periodicamente os resultados obtidos
3. Estimular o envolvimento dos setores público e privado na geração dos dados

THR    38

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Monitoramento



1. Implantação do Observatório de Turismo da Rota das Emoções

- Definição de uma série de indicadores;
- Formação de um comitê de monitoramento com representação de todos os municípios;
- Coleta, organização e divulgação periódica dos dados;
- Formalização de parcerias (MTur, Sebrae, Care Brasil, IES).

THR    39

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Gestão Estruturação Promoção

Tratamento Institucional
 Investimentos
Empreendedorismo e Atração de Investimentos
 Infraestrutura
 Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo
 Planejamento e Posicionamento de Mercado
 Promoção e Apoio à Comercialização
 Monitoramento e Avaliação

THR    40

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico

Eixos estratégicos

Empreendedorismo e Atração de Investimentos

Objetivos

- Atrair novos empreendedores e captar novos investimentos para o setor turístico da Rota das Emoções
- Fomentar a criação de novos produtos e serviços turísticos
- Estimular a modernização dos equipamentos turísticos existentes
- Incrementar a competitividade global da Rota das Emoções
- Dinamizar a economia dos municípios da Rota das Emoções



41

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico

Eixos estratégicos

Empreendedorismo e Atração de Investimentos

Linhas de atuação

1. Identificar, avaliar, priorizar e divulgar as necessidades e oportunidades de negócio existentes na Rota das Emoções.
2. Fornecer informação, orientação, assessoria técnica e acompanhamento aos empreendedores locais
3. Fomentar o desenvolvimento de empreendimentos conjuntos ("joint-ventures")
4. Favorecer a articulação de cadeias produtivas com atividades complementares e conexas



42

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional

Ações para implementar o eixo

Empreendedorismo e Atração de Investimentos

Ações

1. Elaboração de um catálogo de oportunidades de negócio do setor turístico na Rota das Emoções
2. Organização de eventos de informação e captação de investidores e estímulo ao empreendedorismo
3. Criação de um serviço de orientação e apoio a potenciais investidores
4. Formalização de convênios com Instituições financeiras para estimular e facilitar o empreendedorismo e investimentos na Rota das Emoções



43

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional

Ações para implementar o eixo

Empreendedorismo e Atração de Investimentos



1. Catálogo de oportunidades de negócio no setor turístico

- Caracterizar a cadeia de valor turística da Rota das Emoções;
- Identificar oportunidades em cada componente da cadeia de valor;
- Classificar as oportunidades por setor de atividade, localização geográfica, volume de investimento requerido, etc.;
- Fornecer informação sobre indicadores econômicos, sociais, demográficos, etc., da região;
- Produzir um documento de alta qualidade.



44

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Empreendedorismo e Atração de Investimentos



2. Eventos de informação e captação de investidores e estímulo ao empreendedorismo

- Em Câmaras de Comércio, Associações e fóruns empresariais, Universidades, etc.;
- Apresentação de alta qualidade;
- Fornecimento de informação completa e relevante;
- Elaboração de uma base de dados de contatos;
- Acompanhamento dos relacionamentos estabelecidos.

THR    45

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Empreendedorismo e Atração de Investimentos



3. Criação de um serviço de orientação e apoio a potenciais investidores

- Apoio e assistência técnica;
- Acompanhamento a visitas de inspeção;
- Acompanhamento a visitas institucionais;
- Fornecimento de informação;
- Etc.

THR    46

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Empreendedorismo e Atração de Investimentos



4. Formalização de convênios com Instituições financeiras

- Apoio aos esforços das empresas de pequeno porte;
- Facilitar a receptividade das instituições financeiras.

THR    47



Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Infraestrutura

Objetivos

- Estruturar, integrar e dar coesão ao território
- Facilitar a acessibilidade a todos os atrativos turísticos
- Atingir um uso turístico mais equilibrado do território
- Estender os benefícios do desenvolvimento turístico
- Aumentar o conforto e segurança dos visitantes
- Agregar valor à experiência turística
- Melhorar a qualidade e competitividade global do destino Rota das Emoções

THR    49

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Infraestrutura

Linhas de atuação

1. Identificar e priorizar as necessidades de infraestrutura existentes na Rota das Emoções, adequadas ao modelo de desenvolvimento turístico desejado.
2. Exercer uma ação permanente de informação e persuasão sobre os tomadores de decisão em nível local, estadual e federal.
3. Fomentar e apoiar a criação de nova infraestrutura e a melhora da infraestrutura existente.
4. Apoiar as soluções sustentáveis do ponto de vista econômico, social e ambiental.

THR    50

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Infraestrutura

Ações

1. Elaboração de um inventário de necessidades de criação de novas infraestruturas, equipamentos e serviços públicos e de melhora dos existentes
 - **Acessibilidade e mobilidade**
 - Estradas, trilhas e caminhos
 - Conectividade aérea
 - Aeroportos
 - Transporte público
 - **Serviços básicos**
 - Coleta e tratamento do lixo
 - Rede elétrica
 - Água potável
 - Esgotamento sanitário
 - Assistência de saúde



THR    51

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Infraestrutura

Ações

1. Elaboração de um inventário de necessidades de criação de novas infraestruturas, equipamentos e serviços públicos e de melhora dos existentes
 - **Telecomunicações**
 - Telefonia
 - Internet
 - **Serviços complementares**
 - Agências bancárias
 - Equipamentos culturais
 - Equipamentos esportivos
 - Equipamentos de lazer
 - Equipamentos comerciais



THR    52

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Infraestrutura

(cont.)

- Influenciar a tomada de decisões dos responsáveis públicos em favor dos interesses da Rota das Emoções;
- Descrição e justificativa das necessidades;
- Argumentação dos benefícios esperados;
- Proposição de soluções técnicas e financeiras.



THR    53

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico → Eixos estratégicos

Gestão Estruturação Promoção

Investimento Institucional
 Melhoramento
 Empreendedorismo e Atração de Investimentos
 Infraestrutura
Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo
 Planejamento e Posicionamento de Mercado
 Formação e Apoio à Comercialização
 Inovações do Turismo

THR    54

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico → Eixos estratégicos

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo

Objetivos

Na qualificação profissional:

- Facilitar às empresas a disponibilidade de mão-de-obra qualificada
- Capacitar os pequenos empresários a fim de promover o crescimento sustentável de seus negócios

Na qualificação dos serviços:

- Elevar a competitividade dos produtos e serviços turísticos da Rota das Emoções por meio da adoção de padrões de qualidade, amplamente difundidos no território e reconhecidos pelos turistas.

THR    55

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico → Eixos estratégicos

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo

Objetivos

Na qualificação da produção associada ao turismo:

- Estender os benefícios econômicos do turismo às comunidades locais, por meio de sua inserção na atividade turística.
- Reduzir a dependência dos negócios turísticos da Rota, especialmente alojamentos e restaurantes, de obter insumos alimentícios fora dos municípios onde estão instalados.

Incrementar os níveis de inovação, qualidade e competitividade dos serviços e produtos turísticos da Rota das Emoções

THR    56

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo

Linhas de atuação:

1. Diversificar a oferta pelo aproveitamento da produção associada ao turismo.
2. Qualificar a mão-de-obra empregada e formar mão-de-obra complementar.
3. Aprimorar a qualidade dos serviços turísticos na Rota.
4. Aprimorar a gestão do turismo no setor público.

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo

Ações:

1. Mapeamento e estímulo à produção associada ao turismo
2. Dimensionamento da demanda do setor turístico por itens que podem ser produzidos localmente
3. Oferta de cursos de qualificação profissional nos níveis gerencial e operacional, em seis polos de formação
4. Aprimoramento do Sistema de Qualidade Turística da Rota das Emoções
5. Realização de programa de informação e sensibilização sobre os benefícios da formalização.

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo



1. Mapeamento e estímulo à produção associada ao turismo

- Identificação dos produtos rurais, artesanais ou manifestações culturais com valor turístico;
- Realização de oficinas para conscientizar os produtores sobre as oportunidades do turismo;
- Pode incluir benchmarking de experiências no território da Rota;
- Organização e disseminação da informação aos públicos consumidores (setor privado e turistas).

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo



2. Dimensionamento da demanda do setor turístico por itens que podem ser produzidos localmente

- Quantificação da demanda dos meios de hospedagem e restaurantes por itens alimentícios, utensílios ou objetos de decoração que possam ser produzidos no território da Rota;
- Organização das informações e divulgação aos produtores para que identifiquem seu potencial de mercado.

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo



3. Oferta de cursos de qualificação profissional nos níveis gerencial e operacional

- Aproximação entre a oferta de cursos de qualificação e a demanda dos municípios;
- Criação de polos de formação em Santo Amaro, Tutóia e Camocim, somando-se aos existentes;
- Ampliação da oferta de cursos, preferencialmente no formato Pronatec (média duração, bolsa);
- Oferta de cursos nos níveis gerencial e operacional.

THR    61

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo



4. Aprimoramento do Sistema de Qualidade Turística da Rota das Emoções

- A Rota já deu os primeiros passos com os selos de qualidade SEBRAE e ABETA;
- Propõem-se que os empreendimentos sejam certificados por uma organização reconhecida pelos turistas;
- Um Sistema de Qualidade abrange: critérios de participação, normas de qualidade, graus de certificação.

THR    62

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo



5. Realização de programa de informação e sensibilização sobre os benefícios da formalização

- A intenção é fazer com que os empresários reconheçam que há vantagens em legalizar seus negócios e, assim, romper a resistência à formalização das empresas.
- Produção de material informativo e realização de palestras voltadas à pequenos empreendedores.

THR    63

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico → Eixos estratégicos

Gestão **Estruturação** **Promoção**

- Planejamento Institucional
- Marketing
- Empreendedorismo e Atração de Investimentos
- Infraestrutura
- Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo
- **Planejamento e Posicionamento de Mercado**
- Fomento e Apoio à Comercialização
- Formação de Turistas

THR    64

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Objetivos:

- Definir e priorizar os tipos de turismo a serem desenvolvidos
- Definir o sistema de valor para cada tipo de turismo prioritário
- Identificar e selecionar os mercados e os públicos-alvo
- Estabelecer a estratégia competitiva da Rota das Emoções
- Definir o posicionamento da Rota das Emoções

THR 4 acciona acciona 65

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

THR 4 acciona acciona 66

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Principais razões a viagem dos Europeus

Sol e praia	46%
Visitar a família e amigos	34%
Natureza (montanhas, lagos, paisagens,...	30%
Cultura (religião, comida, arte, etc.)	25%
Viagens de cidade	23%
As actividades desportivas (mergulho,...	14%
outros	13%
Saúde e Bem-Estar	13%
Eventos específicos (eventos esportivos,...	8%
Eu não sei	1%

Fonte: "Preferences of Europeans towards tourism", Eurobarometer, 2014

THR 4 acciona acciona 67

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Os motivos da viagem dos brasileiros

Visita a amigos e parentes	54,4%
Sol e praia	33,8%
Compras pessoais	10,3%
Turismo cultural	7,9%
Religião	3,8%
Ecoturismo	3,4%
Turismo rural	2,2%
Praticar esportes	1,6%

- 59 milhões de turistas
- Sol e praia = 19,9 milhões
- Cultural = 4,6 milhões
- Ecoturismo = 2,0 milhões
- Esportes = 944 mil

Fonte: Caracterização e Dimensionamento do turismo doméstico (BRASIL, 2007)

THR 4 acciona acciona 68

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Linhas de atuação:

1. Identificar os fatores chaves de sucesso para um desenvolvimento competitivo de cada tipo de turismo prioritário .
2. Avaliar a capacidade competitiva da Rota das Emoções
3. Desenvolver e consolidar as vantagens competitivas da Rota das Emoções
4. Construir um posicionamento sólido, claro, atrativo e confiável.

THR 4 acciona acciona 69

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Rota das Emoções: um conceito charmoso e atrativo, mas etéreo, difuso e intangível... que dificulta a diferenciação




THR 4 acciona acciona 70

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

A Rota das Emoções: um destino em busca de um posicionamento diferenciado

PRODUTOS

	Todos	Específicos
MERCADO	Destino generalista não diferenciado	Destino multissegmento diferenciado
Todo		
Específico	Destino multiproducto diferenciado	Destino especializado

THR 4 acciona acciona 71

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Tipologias de experiências turísticas em função do grau de sofisticação e do grau de enfoque



Fonte: elaboração própria.

THR 4 acciona acciona 72

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Evolução necessária do conteúdo das experiências turísticas na Rota das Emoções

Alto

Grau de sofisticação

Baixo

Baixo

Grau de enfoque

Alto

THR 73

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Cada elemento da cadeia de valor da experiência turística é potencialmente uma fonte de diferenciação

Preparação

Chegada

Permanência

Vivência

Pós viagem

THR 74

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Planejamento e Posicionamento de Mercado

Ações:

1. Elaboração do menu de experiências turísticas da Rota das Emoções
2. Realização de um programa de seminários sobre técnicas de trabalho em cooperação
3. Elaboração de um Plano de Marketing para a Rota das Emoções
4. Articulação e divulgação de um programa de eventos musicais, religiosos, culturais, gastronômicos e esportivos

THR 75

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Planejamento e Posicionamento de Mercado

1. Elaboração do menu de experiências turísticas da Rota das Emoções

- Fortalecimento e melhoria das experiências / emoções que o turista pode viver na Rota;
- Menu com diferentes tipos de emoções (aventura, esportes, etc.) e para diferentes públicos-alvo (casais, famílias, amigos...);
- Segmentação, focalização e diferenciação das experiências e emoções.

THR 76

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Planejamento e Posicionamento de Mercado



2. Realização de um programa de seminários sobre técnicas de trabalho em cooperação

- Criação de uma oferta mais equilibrada e com mais valor agregado;
- Trabalho em conjunto entre todos empresários da Rota;
- Seminários em todo o território da Rota.

THR    77

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Planejamento e Posicionamento de Mercado



3. Elaboração de um Plano de Marketing para a Rota das Emoções

- Concepção, desenvolvimento e execução das estratégias e ações de marketing nos mercados-alvo;
- Seleção dos meios mais adequados para cada público-alvo (promoção, comunicação, comercialização);
- Acompanhamento e avaliação de resultados.

THR    78

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Planejamento e Posicionamento de Mercado



4. Articulação e divulgação de um programa de eventos

- Eventos musicais, religiosos, culturais, gastronómicos esportivos, etc.;
- Incremento da oferta;
- Divulgação do calendário ou agenda de eventos na página web da Rota;
- Mais atividade turística na baixa temporada;
- Maior capacidade de atração.

THR    79



Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Promoção e apoio a Comercialização

Objetivos:

- Aumentar a notoriedade e visibilidade da marca Rota das Emoções
- Fazer conhecer e compreender os destinos e produtos turísticos da Rota
- Estabelecer um relacionamento com o mercado e os consumidores
- Apoiar o processo de comercialização
- Incrementar as vendas de produtos e serviços
- Fortalecer a posição competitiva da Rota das Emoções nos mercados-alvo.

THR 4 acciona acciona 81

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Promoção e apoio a Comercialização

Linhas de atuação:

1. Intensificar a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação
2. Avançar para uma promoção e comercialização mais segmentada
3. Privilegiar a gestão da relação com o cliente (*Customer Relationship Management*)
4. Utilizar critérios de eficácia e rentabilidade na seleção e utilização de meios, canais e suportes à promoção e comercialização.

THR 4 acciona acciona 82

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Promoção e Apoio a Comercialização

Fontes de informação mais utilizada pelos viajantes europeus

Fonte de informação	Porcentagem
Recomendação de amigos e familiares	56%
Sites da Internet	46%
Experiência pessoal	33%
Agências de viagens	19%
Catálogos e folhetos	11%
Jornal, rádio, TV	8%
Sites de mídia social	7%
Guias de viagem e revistas	7%
Eu não sei	4%
Outro	2%

THR 4 acciona acciona 83

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano estratégico Eixos estratégicos

Promoção e apoio a Comercialização

Fatores que influenciam a escolha do destino

Grau de influência (Y-axis: Alto, Médio, Baixo) vs **Grau de controle do destino** (X-axis: Baixo, Médio, Alto)

- Alta influência, Baixo controle:** Experiência pessoal, Recomendação de amigos/familiares
- Alta influência, Médio controle:** Internet
- Média influência, Baixo controle:** Conselho profissional
- Média influência, Médio controle:** Televisão
- Média influência, Alto controle:** Livros, Radio, Jornais/revistas, Guias, Folhetos, Salões, Publicidade

THR 4 acciona acciona 84

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização

Ações:

Promoção

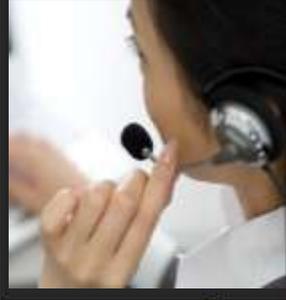
1. Criação de um sistema de *Customer Relationship Management (CRM)*
2. Desenvolvimento de publicidade em cooperação *on e off-line*
3. Extensão do programa de Relações Públicas

THR    85

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização



1. Criação de um sistema de Customer Relationship Management (CRM)

- Ferramenta de gestão do cliente atual da Rota e canal eficaz de comunicação;
- Banco de dados de clientes atuais da Rota (nacionalidade, motivo viagem, frequência visita, etc.);
- Criação de vínculos emocionais entre a Rota e os turistas;
- Estímulo ao retorno e ao consumo no destino.

THR    86

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização



2. Desenvolvimento de publicidade em cooperação on e off-line

- Cooperação com empresas que estão relacionadas com algum aspecto envolvido na prática de determinadas atividades turísticas (exemplo: fabricantes de materiais para esportes de aventura);
- Maior uso da publicidade on line e aproveitamento das novas tecnologias.

THR    87

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização



3. Extensão do programa de Relações Públicas

- Maior exposição, visibilidade e notoriedade da Rota das Emoções e seus destinos nas mídias e em outros ambientes e entornos;
- Uso de diferentes ferramentas: *publicity, press trips, blog trips, lobbying* com jornalistas ou publicações de referência mundial, etc.

THR    88

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização

Ações:

Apoio a Comercialização

4. Aproveitamento da página web da Rota das Emoções como ferramenta comercial
5. Elaboração de um Manual para a participação em feiras e salões turísticos
6. Realização de um programa de ações comerciais dirigidas ao trade

THR    89

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização



4. Aproveitamento da página web da Rota das Emoções como ferramenta comercial
 - Não apenas uma ferramenta informativa;
 - Melhora dos conteúdos atuais da página web;
 - Criação de novas seções (banco multimídia, seção especial para os profissionais do setor turístico da Rota, etc.);
 - Proposta de incluir links para operadores turísticos locais.

THR    90

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização



5. Manual para a participação em feiras e salões turísticos
 - Estabelecer critérios de participação;
 - Definir objetivos;
 - Programar atividades;
 - Avaliar resultados;
 - Rentabilizar os recursos assignados.

THR    91

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional → Ações para implementar o eixo

Promoção e Apoio a Comercialização



6. Realização de um programa de ações comerciais dirigidas ao trade
 - Fortalecimento da posição da Rota das Emoções no canal de comercialização;
 - Incremento das vendas de viagens (tours) para a Rota;
 - Ferramentas a utilizar: jornadas de negócio, fam trips, visitas comerciais a operadoras, etc.

THR    92



Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Informações ao Turista



1. Criação de um sistema integral de sinalização turística

- Sistema de códigos: formas, tamanhos, cores, materiais, etc. em função da finalidade da informação (orientação, aproximação, acesso, utilização...) e da natureza do objeto da informação (recurso ou atrativo turístico, infraestrutura, equipamento, serviço, etc.

THR 4 acciona acciona

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Informações ao Turista



2. Criação de três Centros de Interpretação

- Fazer conhecer a Rota das Emoções na sua integralidade;
- Ensinar a "consumir" a Rota;
- Valorizar os lugares e atrativos menos conhecidos;
- Provocar o desejo de percorrer toda a Rota;
- Provocar emoções;
- Uso de alta tecnologia;
- Interatividade.

THR 4 acciona acciona

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Plano operacional Ações para implementar o eixo

Informações ao Turista



3. Produção e divulgação de folhetos segmentados por linhas de produto

- Construir imagem de destino que respeita o meio ambiente;
- Fornecer informação de uma maneira rápida e eficiente;
- Suprimir ou reduzir custos de impressão de material.

THR 4 acciona acciona

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Em resumo: 30 ações

Fortalecimento institucional	4
Monitoramento	1
Empreendedorismo e Atração de Investimentos	4
Infraestrutura	1
Qualificação dos Serviços e da Produção Associada ao Turismo	5
Planejamento e Posicionamento de Mercado	6
Promoção e Apoio a Comercialização	6
Informações ao Turista	3

THR 4 acciona acciona

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

Cada uma das ações consta das seguintes seções:

- Objetivos
- Prioridade
- Descrição
- Tarefas chave para a implementação
- Agentes envolvidos
- Orçamento
- Fontes de financiamento
- Cronograma de implementação
- Produtos
- Resultados
- Indicadores de sucesso
- Considerações chave
- Ações relacionadas



Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções

The screenshot shows a detailed project plan for 'Ação 1.1.1 - Criação e desenvolvimento de produtos turísticos e culturais'. It includes a description of the action, its objectives, and a Gantt chart showing the implementation timeline from 2014 to 2016. The Gantt chart indicates that the action is planned for the first half of 2014 and the first half of 2015.

