

# PROPOSTA DE ELABORAÇÃO DE ROTEIRO TURÍSTICO PARA O LITORAL SUL DE SANTA CATARINA

**Rafaela Carvalho Santiago<sup>1</sup>**  
**Marlene Huebes Novaes<sup>2</sup>**

**RESUMO:** Considerando que a Política Nacional do Turismo, pretende desenvolver roteiros regionais, organizando espaços e criando novos produtos turísticos o presente trabalho foi apresentado a SANTUR, em forma de TCC. Neste sentido, tem por objetivo apresentar uma Proposta de Elaboração de Roteiro Turístico para o Litoral Sul de Santa Catarina, visando o fortalecimento da atividade e a ampliação da oferta turística estadual. A ação projetada consta do estudo de metodologias de planejamento regional e roteiros turísticos e a proposta de conhecimentos técnicos para elaboração destes, com aplicação aos municípios de Garopaba, Imbituba e Laguna. O estudo poderá potencializar a elaboração de roteiros coerentes e integrados que visem o desenvolvimento sustentável da atividade turística na região. O presente projeto abrange apenas os três municípios citados, porém é adaptável a outras regiões turísticas.

**PALAVRAS-CHAVE:** planejamento; regionalização; roteiros turísticos; desenvolvimento sustentável.

## **Introdução**

As belezas naturais de nosso país, nossas riquezas histórico-culturais e nossa hospitalidade chamam a atenção em um cenário mundial que demarca o setor turístico como o<sup>1</sup> que mais crescerá nos próximos anos. A capacidade geradora de emprego e renda e a capacidade de inclusão social dessa atividade se destacam no Plano Nacional de Turismo lançado pelo Governo Federal, em abril de 2003, que aponta o setor como possível redentor das desigualdades sociais e regionais do país.

A era do turismo está forte, com empresas extremamente competentes e um mercado muito bem informado. Tem características de um setor dinâmico, que estimula pequenos negócios, mas também propicia espaço para os grandes grupos, exercendo forte influência sobre a economia e impulsionando o desenvolvimento local aos lugares onde está presente.

O processo de desenvolvimento da atividade não depende somente da existência dos recursos naturais e culturais transformados em produtos turísticos, é preciso incorporar um

---

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI Universidade do Vale do Itajaí. rafaelacsantiago@ig.com.br

<sup>2</sup> Doutoranda em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI e Mestre em Ciências da Comunicação pela – ECA-USP. marlene@novaesconsultoria.com

conjunto de fatores estruturantes que elevem o nível de atratividade e competitividade dos nossos produtos de maneira a garantir o crescimento dos fluxos turísticos.

A multidisciplinariedade do setor, os impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais gerados pelo turismo exigem um processo de planejamento e gestão que orientem, discipline e se constitua em um poderoso instrumento de aceleração do desenvolvimento nos níveis municipal, regional e nacional. (PNT, 2003).

Em geral, a principal atividade econômica nas regiões emergentes não é o turismo. Por isso, é preciso compatibilizar a atividade com as outras que, por sua vez, contribuem para ampliar a atratividade do destino. Elementos desportivos e culturais devem ser organizados para criar mais atrações, inclusive com a participação de vizinhos (PETROCCHI, 2001).

O turismo não deve ser tratado como um fenômeno isolado, pelo contrário, influencia e é influenciado pela atividade humana e o meio em que esta se desenvolve, é um sistema aberto que consegue estabelecer conexões íntimas com outros sistemas e originar relações de diversas naturezas (econômicas, sociais e culturais, entre pessoas, entre pessoas e natureza).

Para sua compreensão, é preciso observar atentamente a diversidade dos setores e fatores envolvidos em seu exercício. Assim, o planejamento turístico torna-se necessário para o<sup>2</sup> desenvolvimento da atividade, e não podemos pensar em planejamento sem o auxílio de metodologias eficientes e ágeis.

O planejamento do território turístico é a forma mais importante de se coletar informações necessárias ao desenvolvimento do potencial turístico de uma localidade, para assim obter melhores resultados e realizar uma distribuição organizada dos atrativos, com base em pesquisas.

Os órgãos públicos, tanto federais quanto estaduais e municipais têm demonstrado interesse no desenvolvimento da atividade, estimulando o fomento e a organização do turismo regional. Estas ações devem beneficiar a população brasileira para que a mesma tenha condições objetivas para usufruir seu lazer em todo o território nacional, buscando a redução das desigualdades regionais.

O planejamento, quando realizado de forma colaborativa pode contribuir substancialmente na construção de localidades sustentáveis. As ações podem ser planejadas no contexto global. No entanto será em nível regional que sua implantação deve-se iniciar e promover sua manutenção. Com a finalidade de educar e ordenar as ações do homem sobre o território turístico, além de ocupar-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades

de forma adequada, evitando dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade.

A SANTUR –Órgão Oficial do Turismo de Santa Catarina - está direcionando a atividade turística estadual baseada na política de descentralização do Governo do Estado. Juntamente com esta descentralização a empresa visa firmar suas ações no macro-programa de desenvolvimento regional do Ministério do Turismo, com a implementação do Programa de Regionalização do Turismo -Roteiros do Brasil-, cujo modelo de gestão adotado, está voltado para as regiões dos Estados, para suas riquezas ambientais, materiais e patrimoniais e, principalmente, para suas populações.

Para Barretto (1991): “O turismo é o fenômeno de interação entre o turista e o núcleo receptor e de todas as atividades decorrentes desta interação”.

Ruschmann (2002) ressalta que o Estado é responsável pelo planejamento de espaços com potencial turístico e que, para desenvolvê-los, se vê diante do conflito de promover a oportunidade e o acesso a esses locais para o maior número de pessoas possível, evitando a descaracterização dos locais privilegiados pela natureza e cultura original da população receptora.

3

Para minimizar os impactos negativos da atividade, é preciso que se ordene a ação do Estado, comunidades, municípios e trade turístico no sentido de garantir, para fins de planejamento, gestão, promoção, comercialização integrada e compartilhada da atividade, o desenvolvimento turístico regional ordenado, bem como o aproveitamento enquanto patrimônio natural, cultural e turístico dos atrativos.

É fundamental destacarmos que estamos vivendo tempos de transformação, isto é, passando de um modelo burocrático, prestador e concessionário de serviços, para um modelo empreendedor, de co-responsabilização social solidária, a que o Estado deve prestar decisiva colaboração em conjunto com as empresas privadas e as organizações sociais. (BENI, 2002).

O Estado deve estimular o aumento da competitividade do setor, seu impacto na melhoria das condições de vida da população, a descentralização na tomada de decisões e o respeito ao meio ambiente, como essenciais para a construção de um novo padrão de desenvolvimento, no qual todas as regiões possam crescer de forma integrada.

A carência de um planejamento turístico racional e integrado nas áreas de natureza, de acordo com Beni(1998), faz com que sejam apenas de utilização estética, enquanto poderiam se

tornar meio de educação ambiental para toda a humanidade. Além disso, a ação do homem sobre o meio ambiente tem provocado a perda de qualidade dos recursos naturais e ecossistemas. Conseqüências enormes e, em muitos casos, irreversíveis.

Para Boullón (1995) o espaço turístico natural é conseqüência da presença e da distribuição territorial das atrações turísticas - a matéria-prima do turismo. O autor afirma que a melhor forma de determinar o espaço turístico consiste em observar a distribuição territorial das atrações, a fim de detectar os agrupamentos mais marcantes.

Ablas (1991), reforça que a atividade turística significa uma exportação da região para o restante do país, havendo em contrapartida, um fluxo de pagamentos oriundos de outras regiões.

De acordo com Embratur (1992), é preciso sempre verificar os itens existentes na oferta da região e procurar trabalhar sobre este dado, complementando a atratividade do município vizinho, o que resultará em benefícios regionais, uma vez que os turistas, geralmente, desejam atrativos diversificados.

As possibilidades de aparecimento de atrações turísticas são praticamente inesgotáveis, dependendo, em grande parte, da criatividade dos planejadores e das comunidades locais: a natureza está presente em todas as partes; eventos históricos deixam os traços nos locais onde<sup>4</sup> ocorreram; a cultura local, por si só, já significa um atrativo para os visitantes de outras regiões; a arte popular desenvolve-se espontaneamente em muitos locais (...) Portanto parece inquestionável que o turismo possa assumir papel importante na geração dos efeitos iniciais para o desenvolvimento regional. (ABLAS, 1991).]

Os roteiros turísticos fundamentados nas características regionais de história, gastronomia, cultura e aspectos geográficos mostram boa oportunidade de desenvolvimento e promoção do turismo em uma região. A formatação de novos roteiros coerentes e integrados que visem o desenvolvimento sustentável da atividade turística é um desafio e requer compromisso permanente e coletivo.

O roteiro turístico regional consiste no somatório de produtos e serviços turísticos que se complementam, visando otimizar as receitas e ampliar a permanência do turista no lugar por meio do aumento na oferta de atrativos.

Desta maneira, as regiões têm a possibilidade de promover o desenvolvimento do turismo, aproveitando suas características próprias, que determinam, na grande maioria, a capacidade para

criar novas formas de atividade econômica e fortalecer as existentes. Visando ampliar a oferta de atrativos e evitando grandes variações na demanda durante um período.

### **A Proposta metodológica e análise**

A Proposta de Elaboração de Roteiro Turístico para o Litoral Sul de Santa Catarina envolve o estudo das metodologias de planejamento regional e de roteiros turísticos propostas pelo Ministério do Turismo (2003), por Beni (apud Petrocchi, 2001), Petrocchi (1998), Vaz (1999) e a proposição de conhecimentos técnicos para elaboração de roteiros turísticos com aplicação aos municípios de Garopaba, Imbituba e Laguna.

A SANTUR dividiu o estado em oito regiões turísticas de municípios agrupados conforme a figura 1 (anexo), para realizar sua roteirização.

Entre as regiões estabelecidas para roteirização, a SANTUR delimitou a região dos Encantos do Sul, um total de treze municípios dos quais foram selecionados três, Garopaba, Imbituba e Laguna, representadas respectivamente pelos números 1, 2 e 3 na figura 2 (anexo), para compor a presente proposta de elaboração de roteiro. Sugere-se a posterior aplicação da proposta nos demais municípios.

Um produto já divulgado pela SANTUR em eventos nacionais e internacionais é o<sup>5</sup> turismo de observação de Baleias Francas, que ocorre no período de julho a novembro, em território denominado como Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca, visando à redução da sazonalidade e enfatizando o processo de promoção turística do Estado, “Santa Catarina, Turismo o ano Inteiro”.

As Áreas de Proteção Ambiental, por definição da legislação brasileira, são espaços com existência de atributos naturais ímpares convivendo com atividades humanas diversas que merecem atenção especial para sua conservação e uso adequado. A APA da Baleia Franca, além da extensão do mar, protege ilhas, costões, vegetação de restinga e variadas espécies de aves. Na região da APA estão localizados os municípios de Garopaba, Imbituba e Laguna, conforme a figura 3 (anexo).

Os municípios citados trabalham com o turismo espontâneo, com pouca participação no mercado das agências de viagens. Possuem boa infra-estrutura para receber os turistas de verão, que permanece ociosa durante o inverno. Este quadro de dramática variação da demanda causa instabilidade e fragilidade às empresas de turismo da região, provocando o desemprego e a diminuição de receitas.

Um fator importante para o presente projeto é a futura duplicação da Rodovia Federal BR-101 no trecho de Palhoça-Osório, agilizando o desenvolvimento da região para os próximos anos, diminuindo o tempo de deslocamento entre os municípios e aumentando o fluxo de viajantes que transitam pela região. Podendo estes, utilizar-se da infra-estrutura de serviços, comércio, lazer e entretenimento disponível. O deslocamento entre os três municípios tem aproximadamente 75 km, porém a atual condição da estrada é um fator limitante.

Garopaba tem como maior destaque suas belezas naturais, com paisagens que inspiram a contemplação e observação das espécies de aves que complementam o visual. No setor fabril destaca-se a Mormaii, internacionalmente conhecida como fabricante de roupas de neoprene para a prática de surfe e mergulho. A pesca costuma ser mantida durante todo o ano. De dezembro a janeiro é o tempo de captura do bagre, em março a garoupa, de junho a setembro a tainha.

Conhecida por seu porto, Imbituba também ficou célebre pela Praia do Rosa, reconhecida como uma das praias mais charmosas do país. A cidade tem sua economia baseada nas atividades portuárias e no turismo. Nos últimos anos, o comércio tem se desenvolvido, especialmente com a criação de dezenas de malharias de pequeno e médio porte.

Em Imbituba está sendo implementada uma Agenda 21 Local, que visa o <sup>6</sup> desenvolvimento sustentável do município, sendo esta uma ótima oportunidade para o turismo sustentável. O município onde se localiza a sede do Ibama, órgão responsável pelo gerenciamento da Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca, quer se apresentar ao mercado como Capital Nacional da Baleia Franca, e promove, no mês de setembro, a Semana Nacional da Baleia Franca, um evento técnico-científico com especialistas em cetáceos para ministrar palestras. Neste período são realizadas gincanas, apresentações culturais, caminhadas ecológicas, shows de bandas regionais e nacionais.

Laguna destaca-se por ser pioneira no segmento de turismo cultural, e no turismo de verão. Sua aparição na mini-série A Casa das Setes Mulheres e no programa O Jogo, da rede Globo, fez com que as pessoas se interessassem em conhecer a cidade pelo seu histórico, sua arquitetura e tradições.

A cidade é uma das mais antigas de Santa Catarina, guardando o estilo da época imperial e berço forte da cultura açoriana, seu centro, de ruas estreitas, é tombado pelo Patrimônio Histórico Nacional. Casarões antigos fazem parte do cenário repleto de passagens que marcaram

a história do país com seus heróis e mitos. A beleza natural também é motivo de exaltação, seu litoral recortado é bem servido de praias e lagoas.

Após a apresentação dos municípios, segue as ações definidas em etapas para serem elaboradas junto a cada município: Mobilização, Estudo Preliminar e Roteirização.

A fase de Mobilização objetiva aproximar a população receptora da realidade turística, para que assumam o papel de sujeitos, pois a cidade é o meio onde vive e assim deve ser objeto de suas reflexões e ações. As ações de organização e incentivo a conscientização compreendem atingir os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais, organizações da sociedade civil, e nas manifestações culturais, valorizando as formas de possibilidade pedagógica.

Esta etapa de mobilização deve ser desenvolvida em conjunto com instituições que tem missão e consciência educacional buscando envolver a percepção construída a partir dos valores, crenças e cotidiano envolvido.

A consciência turística torna-se uma possibilidade pedagógica requerida como apoio à integração da comunidade ao novo perfil da localidade turística. Segundo Rebelo, (1998), a<sup>7</sup> possibilidade pedagógica pode acontecer de três maneiras: como educação formal, educação não formal e educação informal.

A educação formal manifesta-se pelo desejo intencional da educação municipal e de outras instituições educacionais através de disciplinas, cursos, palestras e seminários, como fortalecimento da consciência de educação turística, compreendendo pensamentos de aproximação da educação da comunidade à vocação turística do município.

Nos três municípios a educação turística formal pode ser trabalhada nas escolas juntamente com ações de conscientização ambiental, através de eventos como semana do meio ambiente e realização de semana da atividade turística, visando estimular a participação social e transmitir aos moradores a importância que estes fatores exercem tanto na atratividade turística quanto no bem estar humano.

É importante também desenvolver em Garopaba, Imbituba e principalmente em Laguna a manutenção e valorização do aspecto histórico-cultural dos municípios como fator de atratividade turística na disciplina escolar de história, onde é estudada a história municipal e nacional. A atividade turística pode ser experienciada nos três municípios através de passeios e excursões aos

atrativos regionais, campanhas, gincanas e ações que visam abranger professores, alunos, autoridades, sindicatos, organizações da sociedade civil. Devem-se estimular professores e comunidades a organizarem festas escolares com danças, brincadeiras e comidas típicas, assim como programar feiras do artesanato regional.

A educação não-formal ocorre pelo desejo intencional das instituições sociais em criar nas pessoas atitudes coerentes de pensar, sentir e agir favoráveis ao turismo, bem como melhorar seus conhecimentos e habilidades no trato desta atividade. Esta ação tem como ferramentas à utilização de selos, adesivos de participação, palestras e reuniões de grupos objetivando a conscientização para o *trade* regional (hospedagem, alimentos, receptivos, turismo público), assim como gerar o sentimento de orgulho das potencialidades turísticas e o ato de bem receber aos turistas.

Por fim tem-se a educação informal, que visa incentivar a comunidade na convivência com a atividade através da participação e observação. Desta maneira destaca-se a comunicação informal entre pessoas que trabalham com a atividade e pessoas que querem participar/observar o funcionamento do sistema turístico local. O Estado deve dar assistência e suporte às comunidades que quiserem mais informações sobre o turismo local e tiverem interesse no seu desenvolvimento.<sup>8</sup>

Para Rebelo (1998) a consciência, a solidariedade e esperança são ingredientes educativos que se aprende pela pedagogia de participação, e que é importante para a felicidade de uma comunidade que convive e tem sua fonte de renda relacionada com o sonho dos turistas durante sua permanência nas localidades.

A etapa de estudo dirigido consiste em registrar e apresentar a situação atual da atividade nos municípios. Para realização desta etapa adaptaram-se as ações de planejamento propostas por Beni (2001), Boullon (1999), e Ministério do Turismo (2003) conforme a seguir:

- Ordenação geopolítica e administrativa da região.
- Realização do inventário dos principais recursos naturais (praias, formas de relevo, ilhas, fontes, cachoeiras, lagos, reservas ecológicas, espécies em extinção), bens culturais (monumentos tombados, arqueologia, museus, sítios arquitetônico e históricos), recursos culturais (folclore, artesanato, gastronomia e feiras livres) do território. Incluem-se aqui como atrativos os eventos ou concentração de pessoas na forma de realizações técnicas, científicas e artísticas, capazes de motivar o interesse do turista.



- Dimensionamento da oferta existente de transportes, equipamentos, instalações e serviços que proporcionam condições de vida para a comunidade e dá base para o desenvolvimento da ocupação turístico-recreativa do território.
- Levantamento da economia regional para identificação de arranjos produtivos locais (setores de produção, agricultura, pecuária/pesca, indústria, comércio e serviços). Registro das atividades produtivas capazes de motivar a visitação turística e provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos.
- Pré-mapeamento das regiões de destaques com seus atrativos, instalações e atividades econômicas. Por ter parte dos territórios em uma Área de Proteção Ambiental é preciso realizar um pré-zoneamento dos recursos naturais para a exploração racional da atividade de turismo e recreação.
- Observação das tendências do tráfego turístico;

Após o levantamento destas informações o próximo passo é realizar análise da oferta regional e a situação atual da atividade, onde os pontos fortes devem ser reforçados enquanto que os pontos fracos devem ser minimizados.

Deve-se realizar também a análise externa ao local, ou seja, estudar as ameaças e oportunidades através da participação das partes externas interessadas, envolvidas direta ou indiretamente com o turismo, tais como: operadoras de viagens, entidades do turismo (ABIH, ABAV, ABRASEL, ABEOC) estaduais e nacionais, política do turismo federal e estadual, política econômica.

Sugere-se que após a etapa de estudo preliminar todas as informações coletadas e análises, sejam sintetizadas e dispostas em um documento que servirá como orientador na tomada de decisões relativas à atividade na região.

Na etapa de roteirização, observa-se o pré-mapeamento dos atrativos de destaque e o pré-zoneamento realizado no estudo preliminar, selecionando os que devem ser avaliados em relação ao fator de atratividade.

Os atrativos turísticos ora selecionados para ser realizada análise da situação e potencialidade mercadológica são a Baleia Franca e o aspecto histórico cultural dos municípios, com destaque para Laguna. A metodologia para análise do fatores de atratividade de Vaz (2000) é composta pelas seguintes etapas:

- No levantamento da posição da localidade em roteiro de viagem que podemos classificar como: destinação principal, destinação secundária ou de roteiro, escala, portão de entrada, satélite e passagem. A posição será tanto mais estratégica quanto mais a localização for favorecida por aspectos topográficos e pelo traçado das vias de acesso.

Para o atrativo Baleia Franca, pode-se classificar a posição da localidade dos três municípios em roteiro de viagem como destinação de roteiro, ou seja, o roteiro não possui uma destinação principal e todas as localidades apresentam expressividade equivalente. Pode-se também direcionar ações para consolidar o município de Imbituba como destinação principal para este atrativo denominando assim, Garopaba e Laguna como destinação secundária.

No caso do aspecto histórico, Laguna se classifica como destinação principal, por estar em destaque na atividade de turismo histórico-cultural, sendo os municípios de Garopaba e Imbituba classificados para este atrativo como destinação secundária.

- Na avaliação da posição da localidade, estuda-se o estabelecimento ou não de alianças entre localidades, no sentido de unir fatores positivos e complementares, oferecendo diversidade ao turista. São três os graus de importância estratégica: independência, interdependência, e dependência.

10

No caso dos dois atrativos, tanto a Baleia Franca quanto os aspectos histórico-culturais, permitem classificar os três municípios como interdependentes, para assim, estabelecerem ações conjuntas na divulgação dos atrativos, expandindo a oferta de local para regional.

Realizada a análise da posição estratégica de uma localidade em roteiros de viagem e uma avaliação preliminar do seu grau de dependência em relação às outras localidades, é preciso aprofundar-se no conhecimento do Fator de Atratividade Turística. Estes fatores podem apresentar natureza abstrata ou física. É importante considerar como fator de atratividade apenas elementos que exercem influência na decisão de viagem.

- Nas avaliações do desempenho do fator de atratividade deve ser averiguada a situação mercadológica de Vaz (2001) na figura 4 (anexo). Sendo esta medida pela projeção da expressividade que um determinado fator possui no mercado e pelo estado/desempenho de conservação, presença e vitalidade dos fatores. O cruzamento destas informações resultará na classificação como aproveitável, viável e descartável. A aproveitável para exploração turística é apresentada pelas conjunções a seguir: expressividade alta e desempenho ótimo/bom, expressividade alta e desempenho regular e expressividade média e desempenho ótimo/bom. A

viável é representada por expressividade média e desempenho regular, expressividade alta e desempenho mau/péssimo, expressividade média e desempenho mau/péssimo e expressividade baixa e desempenho ótimo/bom. A descartável se apresenta como expressividade baixa e desempenho regular e expressividade baixa e desempenho mau/ péssimo.

Após o estudo dirigido, podem-se buscar outras variáveis para o modelo de estrutura e avaliação da situação mercadológica.

O fator de atratividade Baleia Franca possui uma projeção de expressividade alta no mercado regional e nacional. No mercado internacional (América do Sul) o atrativo pode ser considerado com expressividade média. Em relação ao estado, é considerado como ótimo/bom, visto que a espécie de cetáceo é protegida por lei federal e declarada Patrimônio Natural do Estado de Santa Catarina (Decreto Estadual nº 171 de 6 junho 1995).

O cruzamento das informações de expressividade e estado demonstra na figura 5 (anexo) a situação mercadológica do atrativo Baleia Franca como aproveitável para o mercado regional e nacional e viável para o mercado internacional, ou seja, situação em que o fator é favorável para o desenvolvimento da atividade turística regional.

Para o atrativo histórico-cultural regional a projeção de expressividade foi considerada<sup>11</sup> média no mercado nacional e regional, e baixa para o mercado internacional. O estado dos atrativos foi considerado como regular, devido ao tombamento de bens históricos apenas no município de Laguna, demonstrando a situação mercadológica na figura 6 (anexo) como viável para o mercado regional e nacional e descartável para o mercado internacional.

No potencial competitivo são analisados os impactos, caracterizados pelo grau de mudança que um fator de atratividade pode atribuir a uma região e a extensão, que visa medir a distribuição geográfica que o fator poderá alcançar. Cruzando as duas informações, se obtém a importância estratégica do fator para a região, podendo esta ser: prioritária, relevante e modesta.

A prioritária é identificada pela conjugação: impacto forte e extensão internacional, impacto forte e extensão nacional, e impacto médio e extensão internacional. A relevante é caracterizada pela conjugação de impacto médio e extensão nacional, impacto forte e extensão regional, impacto médio e extensão regional e impacto fraco e extensão internacional. A modesta se define por impacto fraco e extensão nacional e impacto fraco e extensão regional.

Na potencialidade mercadológica o atrativo Baleia Franca foi apontado o impacto forte, com a extensão de abrangência geográfica que foi medida e classificada como internacional, nacional e regional.

A importância estratégica desse fator como mostra a figura 8 (anexo) foi definida como prioritária sendo a Baleia Franca considerada um atrativo que deve receber atenção total dos órgãos representativos do turismo nos municípios, na região e no estado para o desenvolvimento sustentável da atividade de turismo de observação de baleias, ou *whale watching*.

Na análise de importância estratégica ilustrada na figura 9 (anexo) para os atrativos histórico-culturais, obtemos um impacto forte para uma extensão geográfica nacional, e um impacto fraco para a extensão internacional, sendo determinada para estes atrativos a importância estratégica de atenção prioritária em níveis nacional e regional e relevante na extensão internacional para o desenvolvimento coordenado do turismo histórico-cultural da região.

Avaliada a situação mercadológica e o potencial mercadológico dos principais atrativos existentes na oferta, é necessário estruturar a oferta buscando coerência entre o produto e o mercado. Com base nas informações do estudo preliminar, propõe-se um estudo detalhado sobre a demanda e a concorrência dos fatores analisados, abrangendo os mercados regionais,<sup>12</sup> nacionais e internacionais.

Deve-se decidir, qual é o melhor nível de turismo para o local. O agrupamento das atividades deve refletir um balanço entre necessidades dos visitantes, recursos naturais, comunidades e governo local. Para assim, direcionar a comercialização das informações em agências de viagens, postos de informações, veículos de comunicação e folhetos. Nesta comercialização deve-se levar em conta os mercados regionais, nacionais e internacionais, e o processo de tomada de decisão do cliente na aquisição do produto, que segundo Petrocchi (1998, p.116) está subordinado ou a um período de férias, ou a um fim de semana prolongado ou ao desejo de participar de um evento.

### **Considerações Finais**

Acredita-se que o estudo de metodologias para elaboração de roteiros seja de grande importância no fornecimento de uma base racional para tomada de decisão dos setores público e privado em relação ao desenvolvimento turístico e obter um desenvolvimento adequado dos

recursos naturais e culturais, mantendo-os conservados no presente e para o futuro. Busca-se desta maneira a coerência dos roteiros comercializados com a realidade da destinação.

Através do conhecimento técnico sugerido, é possível identificar nos municípios selecionados os pontos onde será necessário fazer uma estruturação da oferta existente podendo assim, desenvolver roteiros turísticos fundamentados nas características regionais de história, gastronomia, cultura, aspectos naturais e geográficos.

A roteirização da região para fins turísticos tem por fim a otimização e o equilíbrio dos benefícios econômicos, ambientais e sociais do turismo, com distribuição equitativa desses benefícios para a sociedade, minimizando possíveis problemas da atividade. Essas ações potencializarão a apresentação dos municípios ao mercado regional, nacional e internacional.

Sem este planejamento, corre-se o risco de comprometer o desenvolvimento sustentável da atividade na região, através da descaracterização de suas potencialidades. Pode ocorrer uma perda na qualidade dos recursos naturais, culturais e sociais o que acarreta em danos irreversíveis para a atratividade regional.

## **Referências Bibliográficas**

13

- ABLAS, Luis. Efeitos do Turismo no Desenvolvimento Regional. Turismo em Análise, maio, 1991.
- BARRETTO, Margarita. Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo. Campinas, Papirus, 2001;
- BENI, Mário. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo, Senac, 1998.
- BENI, Mário. [www.estudosturisticos.com.br](http://www.estudosturisticos.com.br). Acesso em 18/05/2004.
- BOULLÓN, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas, 1999.
- EMBRATUR. Orientação às Prefeituras Municipais. Brasília: Senac, 1992.
- PETROCCHI, Mário. Gestão de Pólos Turísticos. São Paulo: Futura, 2001.
- \_\_\_\_\_, Mário. Turismo: Planejamento e Gestão. São Paulo: Futura, 1998.
- REBELLO, Salete. Programa Municipal de Educação Turística. Espanha, Salamanca, 1998.
- RUSCHMANN, Doris. Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. São Paulo: Papirus, 1997.
- \_\_\_\_\_, Doris. Turismo no Brasil: Análise e Tendências. São Paulo: Manole, 2002.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Nacional de Turismo. Brasília, 2003.
- \_\_\_\_\_. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Brasília, 2003.
- VAZ, Gil Nuno. Marketing Turístico. São Paulo, 1999