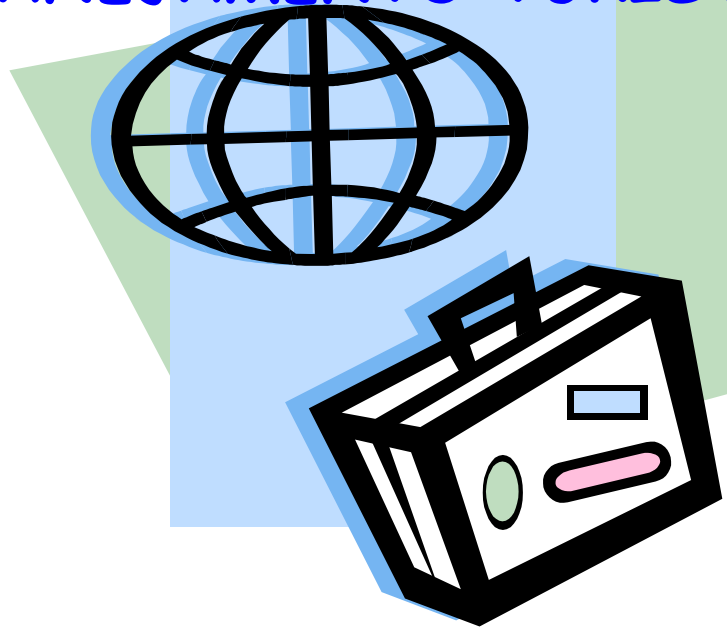




**APRESENTAR SOLUÇÕES
É O NOSSO SERVIÇO**

PLANEJAMENTO TURÍSTICO



“O **Setor do Turismo** é bastante complexo, necessitando assim de um planejamento sólido e eficaz para não causar prejuízos ao meio ambiente, a sociedade e tornar a atividade turística duradoura”.

Águida da Veiga Feitosa

O TURISMO

Como todos sabem o turismo atualmente é uma das grandes atividades que colaboram com o desenvolvimento mundial, o qual vem crescendo de forma equiparada a setores como: informatização e telecomunicação, por ser inegável a enorme receita gerada por esta atividade, que se converte em divisas e renda para todos os países e regiões, que bem sabem aproveitar o potencial existente, pois há de convir, que um serviço só se sustenta com uma condição básica: A QUALIDADE, e o mercado tão forte e promissor quanto o TURISMO, necessita hoje, de profissionais competentes e bem preparados, entretanto quem almeja trabalhar neste setor, deve saber que não só de belas viagens se faz o turismo, é preciso muita seriedade, organização e dedicação para criar e principalmente sustentar um pólo ou núcleo turístico.

ATRATIVOS E PRODUTOS TURÍSTICOS

- Recurso Turístico: rios, praias, locais históricos, tradições etc.
- Atrativo Turístico: quando o recurso turístico é descoberto por pessoas que desejam e decidem conhecer;
- Produto Turístico: quando surge em torno do atrativo conjunto de atividades (transporte, acesso, hospedagem etc.).

PRODUTO TURÍSTICO

=

RECURSOS TURÍSTICOS

Base onde se desenvolve a
Atividade turística

PREÇO, DISTRIBUIÇÃO E DIVULGAÇÃO

+ +

INFRA-ESTRUTURA, SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS

LINHAS DE AÇÃO

Quando um município toma a decisão política de organizar turisticamente sua localidade, 03 linhas de ação devem acompanhar o desenrolar das atividades implantadas no local, essas 03 linhas referem-se aos 03 campos de ação:

- De Decisões:

Que reúne todas as decisões provenientes dos setores público e privado sobre as ações que deverão ser tomadas para criar atrativos turísticos no local.

A linha das decisões trata de:

- Estabelecer os tipos de turismo que podem ser praticados na região;
- Estabelecer a legislação básica para controlar e estimular a exploração dos recursos turísticos;
- Converter o turismo numa atividade empresarial como qualquer outra;
- Adaptar o produto turístico local às exigências do turista atual;
- Formar profissionais para trabalhar no setor.

- De Recursos Financeiros e Técnicos:

É que mantém o setor dotado dos recursos financeiros e técnicos, suficientes para continuar investindo nos projetos já existentes e nos futuros, onde a obtenção dos recursos financeiros e técnicos são utilizados na implantação e manutenção das atividades turísticas na localidade. É parte do ciclo que mantém contatos com sistemas financeiros nacionais e internacionais dispostos a investir na região.

- De Planejamento:

É a linha de ação de maior importância na sustentabilidade do turismo, sendo também a linha central que deverá manter o equilíbrio entre as duas linhas externas.

Pois o planejamento turístico é um processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação, mediante o estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes elaboradas por profissionais da

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

área – Bacharel em Turismo – pretendendo impulsionar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido.

Ao utilizar o processo de planejamento em uma localidade, tem que haver a integração dos órgãos público e privado e a comunidade.

O PLANEJAMENTO – CONCEITOS

- “PLANEJAR É DECIDIR NO PRESENTE O QUE SERÁ FEITO NO FUTURO.”
- “Planejamento é um conjunto de ação coordenadas e integradas entre si, visando a obtenção de resultados.”
- “Planejar é um processo contínuo que visa produzir um estado futuro desejado, que somente acontecerá se determinadas ações forem executadas.”

Outros Conceitos de Planejamento Turístico

- É organizar, coordenar, controlar, estruturar o ambiente físico e natural para atender as necessidades dos turistas.

Juliana e Camila

- É a organização de algum “projeto” a ser realizado

Fabiana e Elysandra

- É o conhecimento e conseqüentemente a organização dos recursos turísticos transformando-os em atrativos e produtos turísticos, de forma sustentável (valorizando a mão-de-obra local, atraindo investimento qualificado etc.)

Poliana e Érica

- Desenvolver ações que visem incrementar o turismo.

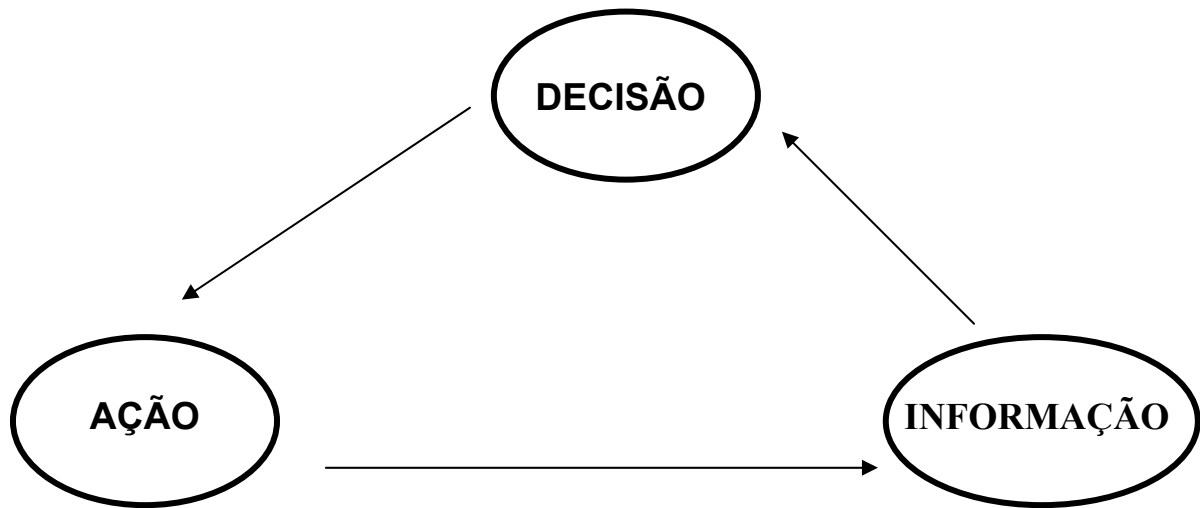
Francisca e Aline

BENEFÍCIOS DA ELABORAÇÃO DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO

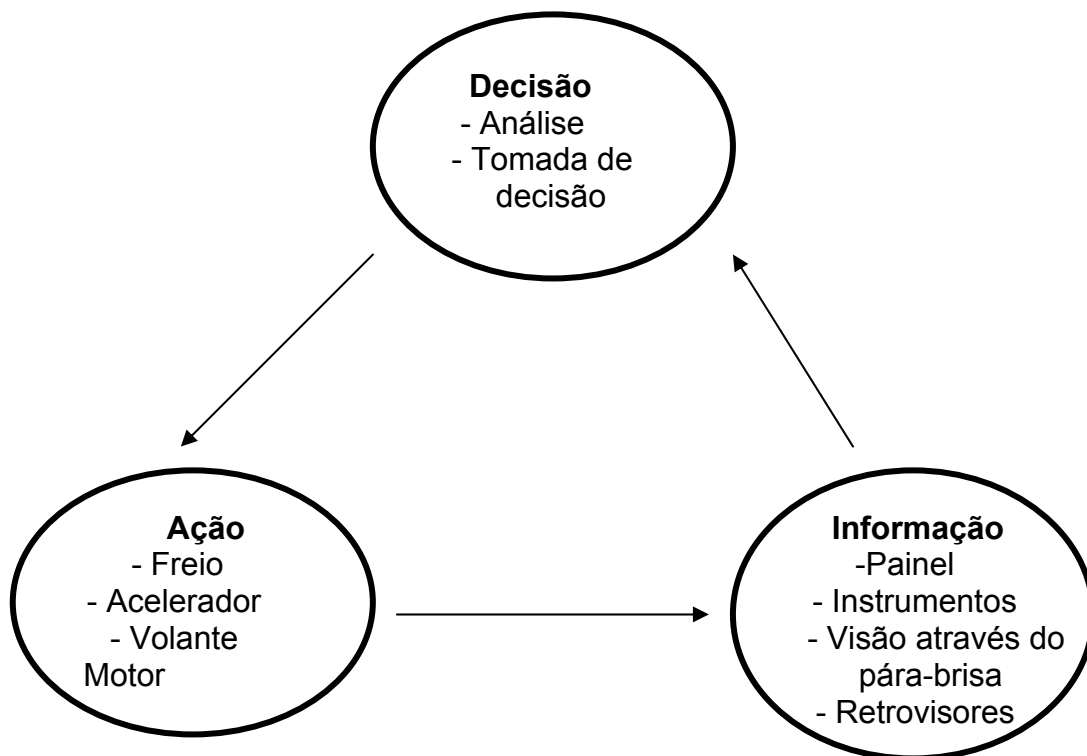
- Formas de desenvolver os recursos naturais e culturais, mantendo-os indefinidamente conservados para o futuro, e no presente;
- Fornecimento de uma base racional, para tomada de decisão para os setores público e privado em relação ao desenvolvimento turístico;
- Otimização e equilíbrio dos benefícios econômicos, ambientais e sociais do turismo, com distribuição eqüitativa desses benefícios para a sociedade, minimizando possíveis problemas no setor;
- Provisão de uma estrutura física que oriente o desenvolvimento da atividade turística;
- Implementação efetiva da política de desenvolvimento do turismo e do plano de administração contínua do setor de turismo;
- Oferta de um monitoramento contínuo do desenvolvimento do turismo.

ENFOQUE SISTÊMICO DO PLANEJAMENTO

Quando olha as condições do tempo, o indivíduo está colhendo INFORMAÇÃO. Colhida a informação ela analisada e sobre ela o indivíduo toma uma DECISÃO: escolhe a roupa que vai usar. Agora, ele está em condições de realizar a AÇÃO: no armário, pega a roupa e se veste. Em seguida o sistema é realimentado por nova INFORMAÇÃO: resultante de suas ações. E assim por diante...

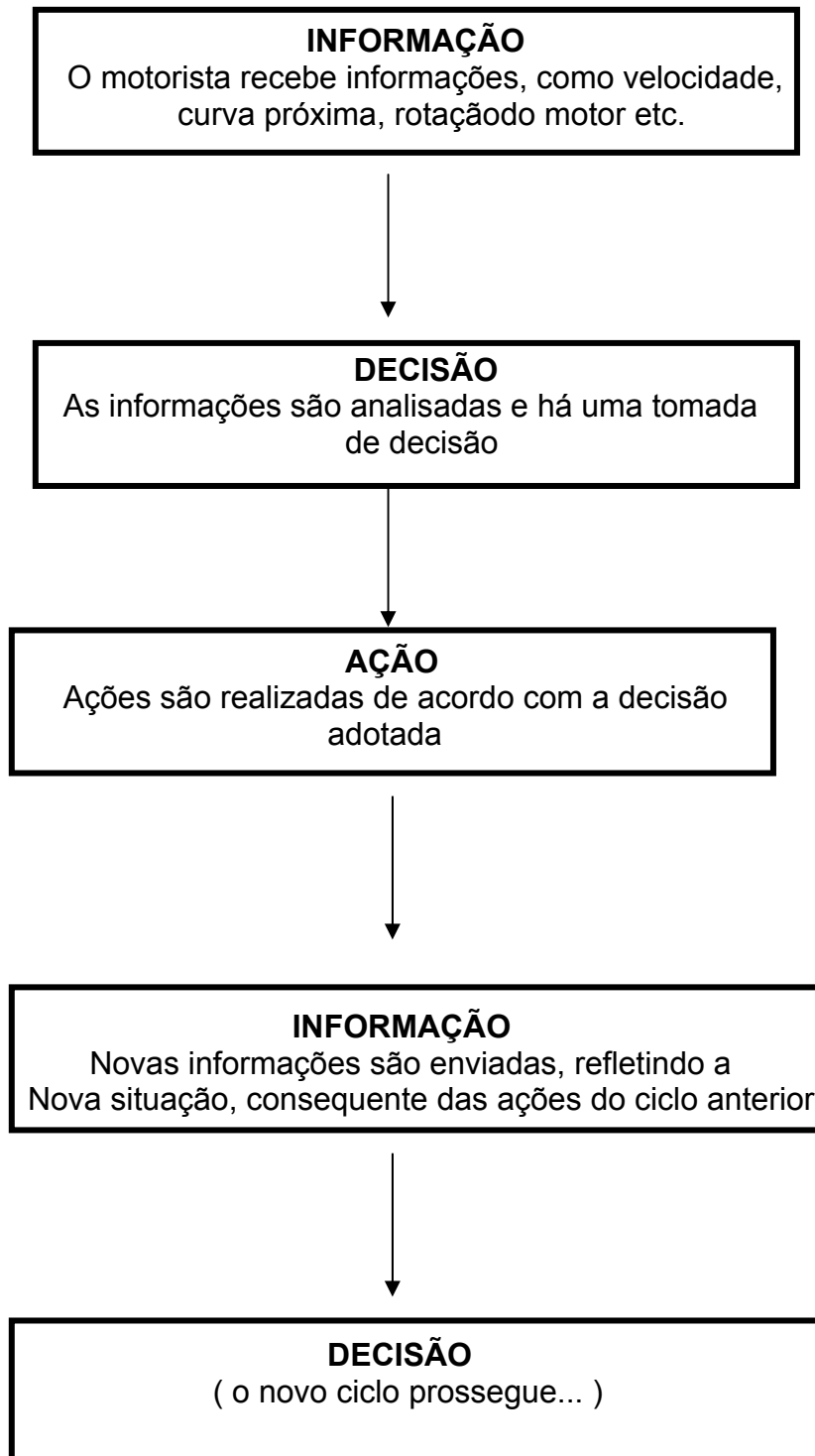


Outro exemplo do enfoque sistêmico do planejamento, : um motorista dirigindo um carro:



PLANEJAMENTO TURÍSTICO

O exemplo do carro evidencia o enfoque sistêmico do planejamento:





TIPOS DE PLANEJAMENTO

Muitos aspectos podem orientar o planejamento. Segundo o tempo, a amplitude geográfica e tantos outros, conforme o quadro abaixo.

A escolha dos critérios vai depender de cada caso. Face as características do empreendimento, dos objetivos ou – no ambiente empresarial – das peculiaridades do negócio.

ASPECTOS	CLASSIFICAÇÃO	SUBCLASSIFICAÇÃO
Temporal	curto prazo médio prazo longo prazo	
Geográfico	mundial, continental nacional, estadual, multiregional regional, microregional	rural urbano
Econômico	macroeconômico microeconômico	
Administrativo	público privado	centralizado descentralizado
Intencional	estratégico tático operacional	
Agregativo	global setorial local	

CARACTERÍSTICA DO PLANEJAMENTO:

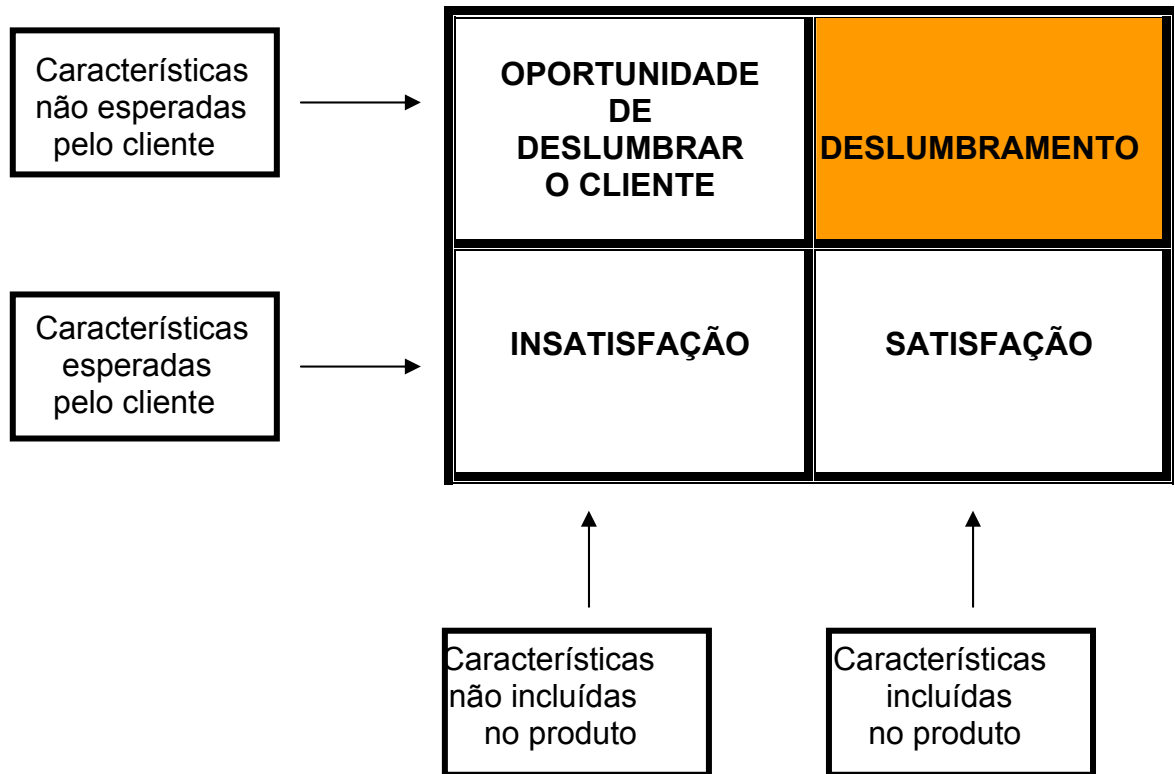
- **Planejamento Estratégico:** o nível estratégico se refere ao direcionamento da organização como um todo, sendo considerado um planejamento de longo prazo e com grande número de atividades por analisar o ambiente externo.
- **Planejamento Tático:** no nível tático, sua abrangência dar-se a um departamento ou seto, podendo ser considerado um planejamento a médio prazo, com pequeno número de atividades onde se tem a análise de um ambiente interno.
- **Planejamento Operacional:** o nível operacional, cuida dos procedimentos, das tarefas mais simples, podendo ser realizado a curto prazo, tendo também, pequeno número de atividades e análise do ambiente interno.

O PLANEJAMENTO E A SOBREVIVÊNCIA DO SISTEMA

O sistema, composto de suas três partes – entrada, processo e saída – somente se torna viável se a saída for valiosa para o cliente.

O planejamento objetiva tornar positiva a avaliação da saída pelo cliente. Em outras palavras: fazer com que os produtos ou serviços atendam às expectativas do mercado, ou superem-nas, deslumbrando o cliente, conforme o esquema abaixo:

PLANEJAMENTO TURÍSTICO



Na interação com o cliente, o sistema deve procurar obter a melhor avaliação possível. O cliente, permanentemente, julga a qualidade de serviços ou produtos, e seu julgamento é determinante para o futuro da organização

O desafio dos sistemas é garantir a aceitação de suas saídas pelos clientes. Os mecanismos do planejamento devem então ser direcionados para esse fim.

MERCADO TURÍSTICO

De acordo com dados do Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR), o Mercado Turístico é hoje considerado a maior fonte de geração de empregos no mundo e pesquisas revelam que “Um” em cada, “Dez” trabalhadores do Brasil atua no turismo, sendo ele o setor responsável por cerca de 8,2% das exportações mundiais e 10% do Produto Interno Bruto – PIB

Todos esses aspectos fazem do turismo um mercado altamente competitivo, o que vem mobilizando governos e o empresariado em torno de

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

estratégias de planejamento capazes de garantir o equilíbrio entre a oferta e a demanda, condição indispensável ao desenvolvimento de qualquer um dos setores da economia. Pois o mercado turístico é o local onde a oferta e demanda encontram-se para as trocas comerciais.

- **O mercado turístico pode ser classificado em:**

- **Mercado Turístico Direto:** no qual se oferecem e consomem bens e serviços plenamente relacionados ao turismo.
Ex: vôos charters, excursões de turismo e tours pela cidade.
- **Mercado Turístico Indireto:** no qual se oferecem e consomem bens e serviços parcialmente ao turismo
Ex: transportes, alojamentos e restaurantes.

OFERTA OU INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA

Quando falamos de oferta ou infra-estrutura turística, referimo-nos ao conjunto de bens e serviços que estão à disposição do turista, como parte integrante, fundamental ou acessória, do fenômeno turístico.

- **Equipamentos Turísticos:** são as instalações básicas para o turismo, sem as quais ele não existe.
 - Alojamentos;
 - Agências de viagem;
 - Bares e restaurantes;
 - Entretenimento.
- **Serviços Turísticos:** são os serviços que justificam a sua existência quase que exclusivamente em virtude do turismo.
 - Guias de turismo;
 - Shows folclóricos;
 - Transporte (receptivo).

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

▪ **Equipamentos de Apoio:** são as instalações que existem para atender a outras necessidades da comunidade, mas que são de muita utilidade para o turismo.

- Hospitais e clínicas;
- Postos de gasolina;
- Farmácias;
- Bancos;
- Casas de câmbio;
- Artesanato;
- Lojas de souvenirs;
- Shopping centers;
- Feiras e outros.

▪ **Serviços de Apoio:** são os que atende a outros segmentos da sociedade, mas também são usados pelo turista.

- Serviços mecânicos e de socorro;
- Expedição de documentos;
- Bombeiro;
- Segurança.

▪ **Infra-estrutura de Acesso:** são as principais vias de acesso e portões de entrada que permitem o acesso ao núcleo.

- Estradas;
- Aeroportos ou portos.

▪ **Infra-estrutura Urbana Básica:**

- Transportes (táxis, lotação, ônibus municipais / intermunicipais);
- Comunicações (orelhões, redes de rádio e tv, jornais e Internet);
- Saneamento;
- Limpeza pública;
- Abastecimento de água e energia elétrica.

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

▪ **Recursos Turísticos:** matéria-prima com qual podemos planejar atividades turísticas.

- Recursos Naturais (montanhas, litoral, reservas de flora e fauna);

- Recursos Culturais (monumentos, folclore, museus).

- DEMANDA TURÍSTICA

Constituí-se nos próprios turistas, que se deslocam em busca de locais e produtos a serem consumidores.

- Demanda Turística é formada:

- Consumidores Regionais;
- Consumidores Nacionais;
- Consumidores Internacionais.

NÍVEIS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICOS

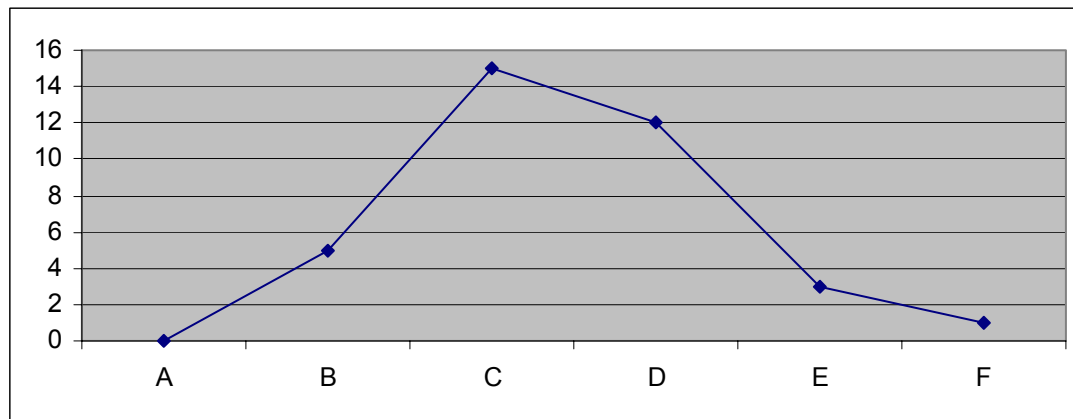
O planejamento turístico pode dividir-se em vários níveis, obedecendo a um critério de complexidade crescente:

- **Planejamento de primeiro nível** - Trata-se de um esquema relativamente simples, em que há poucas variáveis. Requer pouco pessoal e, às vezes, pouca infra-estrutura e pouco tempo de preparação, (eventos, excursões, viagens);
- **Planejamento de segundo nível** – O planejamento de segundo nível apresenta um maior grau de complexidade, envolve mais tempo e mais recursos, e tem também, resultados mais duradouros. (transformação de cidades em núcleos turísticos, ativação de núcleos turísticos preexistentes);
- **Planejamento de terceiro nível** – políticas nacionais para incentivar a atividade turística no país e organizá-la, abrangendo os outros dois níveis.

Águida Maria da Veiga Feitosa - aguida@projetur.com.br

www.projetur.com.br

CICLO TURÍSTICO



A = Sem turismo C = Equilíbrio E = Dissolução
B = Em crescimento D = Saturação F = Morte

ROTEIRO PARA O PLANEJAMENTO TURÍSTICO

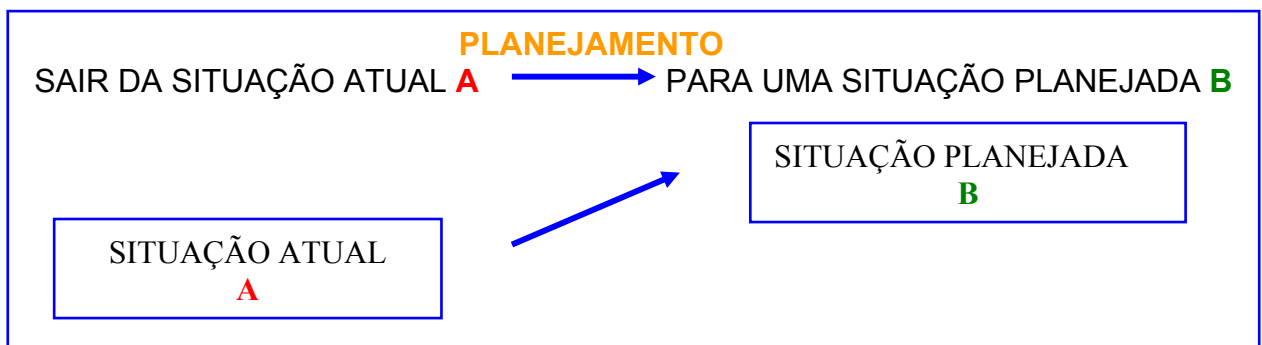
PREMISSAS:

- O roteiro visa ao planejamento do turismo em uma cidade, município ou estado;
- O planejamento pretende ser indutor do desenvolvimento do turismo; a realidade da maioria dos municípios com potencial turístico no Brasil reflete um quadro de carências; há, então, muito espaço para o turismo crescer;
- A proposta do planejamento é tornar os núcleos turísticos mais bonitos, com espaços urbanos bem cuidados, com pessoas hospitaleiras e capacitadas a prestar bons serviços e com o meio ambiente protegido, e de que tais núcleos sejam dotados de uma eficiente estrutura de comercialização de seus produtos turísticos.

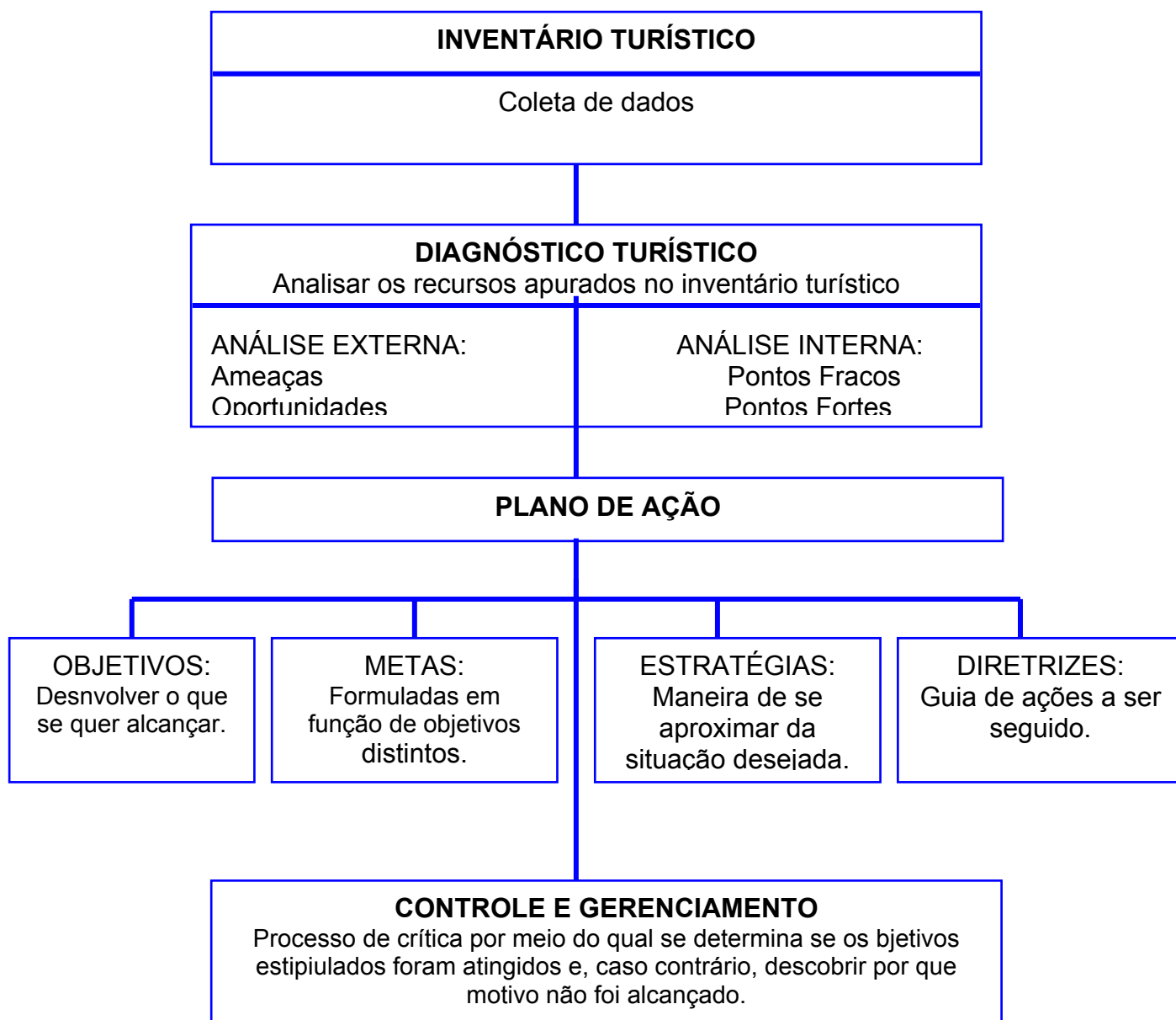
ETAPAS DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO

- Inventário Turístico (coleta de dados);
- Diagnóstico Turístico (análise dos dados);
- Plano de Ação (objetivos, metas, estratégias e diretrizes);
- Controle e Gerenciamento (avaliação).

ESQUEMATIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO



ROTEIRO PARA O PLANEJAMENTO TURÍSTICO:



PLANEJAMENTO PARA O TURISMO SUSTENTÁVEL

Promoção:

- **Definição do produto turístico que se deve vender;**
Estudar tecnicamente a oferta turística que se colocará no mercado
- **Quantificação dos mercados e possibilidades de venda;**
Conhecer os mercados e estudar as demandas possíveis, estabelecendo estratégias de marketing lastreada em dados reais de mercado.
- **Metodologia para vender os produtos turísticos;**
Utilizar técnicas de promoção e elaboração dos materiais e ações complementares para a colocação dos produtos no mercado.
- **Identificação dos pontos de estrangulamento que impedem o desenvolvimento turístico;**
Conhecer as deficiências em serviços, infra-estruturas, etc., que são obstáculos ao crescimento da atividade turística.
- **Estabelecimento de métodos de gestão do turismo;**
Dar, condições ao aparecimento de métodos adequados à gestão do turismo, de forma participativa e que permita o desenvolvimento das potencialidades.
- **Conscientização dos impactos sociais e econômicos.**
Levar à população da região estudada a conscientização sobre a importância dos impactos socioeconômicos do turismo, como forma de obter sua participação no desenvolvimento dessa atividade.

Preservação:

- **Preservação e fiscalização do uso do solo e padrões de construção;**
Estancar o crescimento desordenado de áreas urbanas, especialmente aquelas com potencial turístico, e promover o zoneamento adequado ao crescimento do turismo.
- **Identificação das áreas protegidas e das áreas turísticas;**
Delimitar com absoluta clareza a preocupação com o meio ambiente e seus entornos protegidos.
- **Proteção e potencialização dos recursos arquitetônicos, históricos e culturais;**
Resguardar a memória e potencializar os monumentos como atrativos turísticos.
- **Criação de normas para fiscalização e exploração dos recursos turísticos;**
O poder público deve preservar o respeito ao visitante, como forma de resguardar a imagem do núcleo turístico no mercado.
- **Estabelecimento de programa de trabalho para promoção do desenvolvimento do turismo.**
Determinar o que precisa ser feito, por quem, quando, como, enfim ações para o desenvolvimento do turismo, em seus vários compartimentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARQUES, Maria Ângela. Planejamento turístico municipal com suporte em sistema de informação, São Paulo, 2ª ed. Futura, 2001.

PETROCCHI, Mário. Turismo: planejamento e gestão, São Paulo, Futura, 1998.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente, Campinas, SP: Papirus, 1997.

ANEXO I ROTEIRO DE PRÉ-INVENTÁRIO DE LOCALIDADES RECEPTORAS

ESQUEMA DE TRABALHO

Parte I – Caracterização Geral:

1- Delimitação da Área (mapa)

- 1.1 Localização e Limites
- 1.2 Delimitação da Área – objeto de Estudo

2- Aspectos Históricos e Administração Geral

- 2.1 Histórico
- 2.2 Organização Política e Social

3- Aspectos Sócio-Econômicos

3.1 Sociais

- 3.1.1 Demografia
 - Estrutura Atual – por sexo/idade
 - Natalidade/Mortalidade – expectativa de vida
 - Distribuição Urbana/Rural
- 3.1.2 Condições de Vida
 - Educação – níveis/taxas
 - Salários/taxa de Desemprego
 - Dependência do turismo

3.2 Economia

3.2.1 Setores de produção – tipos/ mão-de-obra/ êxodo rural/ % na importância econômica.

- Agricultura
- Pecuária
- Pesca etc
- Indústria

Águida Maria da Veiga Feitosa – aguida@projetur.com.br

www.projetur.com.br

- Comércio e serviços (inclusive turismo)

3.3 Impostos

- Municipais – arrecadação anual
- Estaduais
- Federais

3.4 Legislação

- Zoneamento urbano – restrição construções/ocupação
- Proteção Ambiental – em vigor/projetos
- Proteção fauna/flora
- Poluição industrial/ agrícola/ urbana

3.5 Infra-estrutura básica (instalada e prevista)

3.5.1 De acesso

- Distâncias – a partir dos pólos econômicos regionais e núcleos emissores
- Tipologia dos transportes terrestres/rodovias
- Marítimo/fluviais – portos/ancoradouros
- Aéreas - aeroportos
- Ferrovias
- Freqüências/horários/preços
- Estado de conservação

3.5.2 Urbana

- Abastecimento de água – origem/ tratamento/ % atendimento
- Rede de esgoto - %da população/ tratamento
- Limpeza pública – meios/freqüência/tratamento
- Energia elétrica –tipo/origem/voltagem/% atendimento
- Transporte urbano – tipos/freqüência/%atendimento
- Circulação interna –sinalização/mapa

3.5.3 Equipamentos e Serviços

- De saúde (público/privado) – quantidade/qualidade/especialização/convênios/pronto socorro
- Comunicação/informação – correios/rádio/tv/telefones/fax/jornais/revistas/internet
- Assistência Mecânica/ serviços complementares – oficinas autorizadas/postos de abastecimento/borracheiros/oficinas em geral
- Segurança – policiamento/corpo de bombeiros
- Estabelecimentos de Crédito/Câmbio

3.6 Planejamento

- Plano Diretor – diretrizes/ fase atual/ previsão

Parte II – Aspectos Turísticos

1- Condições Naturais

1.1 Geologia

- Geologia regional (estrutura da terra)
- Litologia (tipos de rochas)

- Recursos minerais (para utilização humana)

1.2 Solos

- Profundidade
- Classe de uso do solo

1.3 Clima

- Classificação climática
- Temperaturas – mínima/máxima
- Média anual - mês mais quente/mais frio
- Pluviosidade – meses mais chuvoso/mais seco/média anual

1.4 Vegetação

- Florística representativa (espécies mais abundantes por formação)
- Nível de preservação e/ou alteração
- Importância social
- Importância Biológica

1.5 Fauna Silvestre

- Espécies mais comuns/em extinção/raras

1.6 Recursos Hídricos

- Principais cursos d'água/lagos/açudes etc
- Dimensões/Navegabilidade/Perenidade

2- Recursos culturais

2.1 Arqueologia

- Sítios/acessibilidade/conservação/proteção
- Aproveitamento Turístico

2.2 Monumentos Históricos

- Arquitetura – civil/militar/religiosa/agrícola
- Monumentos – esculturas/painéis/estátuas
- Obras de Valor Técnico–Científico – grandes portos/pontes/rodovias/torres/túneis
- Avaliar características – estilo/conservação/proteção/uso atual/aproveitamento turístico

2.3 Folclore/Tradição/Hábito de Vida

- Manifestações Folclóricas – religiosas/festas/profanas
- Avaliar atratividade – época/duração/local/aproveitamento turístico
- Artesanato – tipo/materiais/utilidade/artesãos/aproveitamento turístico
- Hábitos de vida – tradições/costumes familiares/usos e costumes
- Gastronomia Típica
- Relacionamento população local x turistas

2.4 Eventos e Festas

- Culturais/científicos/técnicos/comerciais/esportivos/militares/sociais (épocas do ano/ freqüência)

- Aproveitamento turístico

3 Infra-Estrutura Turística

3.1 Meios de Hospedagem

- Hotéis/pousadas/camping etc
- Inventariar quantidade – Avaliar qualidade
- Localização/UH/categoria/preços (alta e baixa estação/grupos)

3.2 Alimentos e Bebidas

- Restaurantes/bares/lanchonetes etc
- Inventariar quantidade – Avaliar qualidade
- Localização/capacidade/cardápios/preços (alta e baixa estação/grupos)

3.3 Entretenimentos

- Jogos de salão
- Parques de diversões
- Bibliotecas
- Cinemas/teatros
- Casas de shows

3.4 Agenciamento

- Agências de Viagem e turismo – emissivo/receptivo
- City-tour/ passeios /excursões – duração /custo /equipamento
- Guias locais – nos atrativos turísticos/ museus

3.5 Outros Serviços

- Postos de Informações turísticas
- Locadoras de veículos/ lanchas/ jet ski/ pedalinhos
- Táxis

4 Recursos Humanos para o Turismo

- Cursos/ Treinamento/ Níveis

5 Turismo Receptivo

5.1 Caracterização da Demanda

- Estatísticas (últimos 5 anos)
- Perfil da demanda – regional/ nacional/ internacional
- Nível de satisfação com o produto
- Motivações/ meios de transporte/ duração

5.2 Caracterização do Turismo Receptivo

- Sazonalidade – motivos/ épocas
- Média Ocupação Hoteleira
- Qualidade da prestação dos serviços turísticos receptivos (recursos humanos)

5.3 Marketing

- Campanhas realizadas/ previstas / resultados

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

- Amplitude (internacional/ nacional /regional)
- Produtos/ Imagem divulgada/ “diferencial”
- Análise/ Avaliação/ Concorrência

ANEXO II FORMULÁRIO DEMANDA TURÍSTICA

Nome: _____

Profissão: _____

Qual local de origem?

País Cidade Estado

Qual será ou foi o destino desta viagem?

- A- () (nome da cidade onde está sendo aplicada a pesquisa)
- B- () (nome de cidade que encontra-se próxima a cidade pesquisada)
- C- () (nome de cidade que encontra-se próxima a cidade pesquisada)
- D- () (nome de cidade que encontra-se próxima a cidade pesquisada)
- E- () Outras: _____

Qual o meio de transporte utilizado na viagem?

- A- () Carro de passeio próprio
- B- () Carro de passeio locado
- C- () Taxi
- D- () Ônibus fretado
- E- () Ônibus de linha regular
- F- () _____)

Outros: _____

Como viaja?

- A- () Sozinho
- B- () Em família
- C- () Com amigos
- D- Em excursão organizada pôr: 1- () Agência de viagem
2- () Entidades associativas

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

3- () Algum conhecido

4- ()

Outros: _____

Quanto tempo pretende permanecer na cidade?

A- () meio dia

B- () um dia

C- () final de semana

D- () uma semana

E- () mais de uma semana

F- () 1 mês

Costuma visitar este local?

A- () Raramente

D- () Anualmente

B- () Semanalmente

E- () Mais de 1 vez por mês

C- () Mensalmente

F- () 1ª vez

Qual o meio de hospedagem utilizado quando permanece neste município?

A- () Hotel

D- () Casa de parentes e amigos

B- () Pensão

E- () _____

Outros:

C- () Acampamento

Você costuma tomar as refeições na cidade?

A- () Sim

B- () Não

Em caso afirmativo, onde:

A- () Restaurantes

C- () Bar/Lanchonetes/Similares

B- () Refeições no próprio local onde está alojado

Que atrativo o trouxe ao município de-----?

A- () Clima

C- () Interesse cultural

E- () Parentes e amigos

B- () Natureza

D- () Tranquilidade

F- () _____

Outros: _____

Há alguma coisa em particular que poderia tornar a cidade mais atraente?

A- () Sim

B- () Não

Se

sim,

o

que

? _____

—

Quanto o Sr(a). gastou ou pretende gastar entre refeições, artesanatos, doces, e outros produtos?

Valor : R\$ _____

Classificar os preços em *Adequados, Altos, Médios ou Baixos*

LETR A	ITEM A SER QUESTIONADO	ADEQUAD OS	ALTO S	MÉDI OS	BAIXO S
A	Alojamento				
B	Alimentação (refeições)				
C	Recreação				
D	Artesanatos				

Águida Maria da Veiga Feitosa - aguída@projetur.com.br

www.projetur.com.br

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

<i>E</i>	Doces				
<i>F</i>	Salgados				

Antes de chegar, qual era a sua expectativa em relação aos atrativos da cidade?

A- () Excelente B- () Boa C- () Regular D- () Ruim

15- Agora que já passou pela cidade, qual sua opinião?

A- () Excelente B- () Boa C- () Regular D- () Ruim

16- Sexo do entrevistado: A-() Masculino B-() Feminino

17- Qual a sua idade?:

() 10 à 15 () 21 à 30 () 41 à 50
() 16 à 20 () 31 à 40 () mais de 50 anos

18- Grau de escolaridade:

A-() 1º Grau incompleto D-() 2º Grau completo
B-() 1º Grau completo E-() Superior incompleto
C-() 2º Grau incompleto F-() Superior completo

19- Qual o principal motivo destas viagem?

A-() Negócios C-() Turismo
B-() Visita a parentes/amigos D-()

Outros: _____

20- Antes desta viagem, o Sr(a) se lembra de ter visto ou ouvido alguma propaganda sobre a cidade?

A-() Sim B-() Não

21- Caso afirmativo, onde:

A-() Jornal D-() Revista
B-() Rádio E-() Agência de viagem
C-() TV F-() Outros: _____

22- Voltaria à cidade em outra oportunidade?

A-() Sim B-() Não

Entrevistador(a): _____ Data: ____/____/____

ANEXO III DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

1. ANÁLISE INTERNA – relacionar os principais pontos fortes e fracos identificados no inventário turístico.

V.C. -> Vantagem Competitiva.

PRIOR. -> Prioridade

1.1. ANÁLISE DOS PROBLEMAS PRIORIZADOS – analisar os problemas conforme as principais prioridades.

PROBLEMA:			
PONTOS FORTES	V.C.	PONTOS FRACOS	PRIOR.
CAUSAS QUE PROVOCAM O PROBLEMA			
CONSEQUÊNCIAS GERADAS PELO PROBLEMA			

2. ANÁLISE EXTERNA - TENDÊNCIAS E MUDANÇAS DO AMBIENTE EXTERNO

TENDÊNCIAS / MUDANÇAS	CLASSIFICAÇÃO

CLASS – TIPO DE FATOR (econômico, político, ambiental, cultural, tecnológico, demográfico, clientes).

2.1. ANÁLISE DAS TENDÊNCIAS PRIORIZADAS – identifique para cada uma das principais tendências as oportunidades e ameaças decorrentes da mesma.

TENDÊNCIAS / MUDANÇAS			
OPORTUNIDADES DECORRENTES	PRIORIDADE PARA O FUTURO	AMEAÇAS DECORRENTES	PRIORIDADE PARA O FUTURO

3. MATRIZ FOFA – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

