

Título: Planejamento turístico.

Autor: Doris van de Meene Ruschmann e Gloria Maria Widmer.

Este material foi adaptado pelo Laboratório de Acessibilidade da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, em conformidade com a Lei 9.610 de 19/02/1998, não podendo ser reproduzido, modificado e utilizado com fins comerciais.

Adaptado por: Renan Almeida.

Revisado por: Francisca Maria.

Adaptado em: novembro de 2025.

Padrão vigente a partir de março de 2022.

Referência: RUSCHMANN, Doris van de Meene; WIDMER, Gloria Maria. Planejamento turístico. *In*: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. 3. ed. São Paulo: Editora Senac, 2004. p. 65-86.

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Doris van de Meene Ruschmann e Gloria Maria Widmer

Introdução

O presente capítulo visa abordar questões referentes ao planejamento do turismo enquanto disciplina, bem como área profissional.

Para tanto, é ressaltada a necessidade do planejamento sistemático para o desenvolvimento turístico em localidades receptoras, primeiramente através da discussão de conceitos básicos acerca do tema.

A seguir, expõe-se breve abordagem sobre a importância do planejamento para o turismo. O planejamento é então discutido enquanto disciplina acadêmica, atentando-se, ainda, para sua inter-relação com outros campos e disciplinas.

O perfil e o campo de atuação do planejador em turismo são abordados na sequência, apresentando-se, posteriormente, sugestões de roteiros para um planejamento turístico eficiente, bem como desafios e tendências da área.

Ao final, encontra-se a bibliografia sugerida para aqueles que desejam se aprofundar na área

Planejamento turístico: conceitos básicos

Definição

O planejamento, de forma geral, consiste em um conjunto de atividades que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos.

Muitas são as definições encontradas para o conceito de planejamento, tanto em razão de seu caráter humano e dinâmico, como por sua amplitude e diversidade, que tornam a atividade difícil de definir com exatidão, de forma precisa ou única.

Assim, enquanto Baptista define o planejamento como "um processo permanente e metódico de abordagem racional e científica de problemas", [\[nota 1\]](#) Newman afirma que "planejar é decidir antecipadamente o que deve ser feito" e que "o planejamento é uma linha de ação preestabelecida". [\[nota 2\]](#)

Outros autores definem planejamento com conceitos equivalentes e/ou complementares:

- sistema de ideias organizado racionalmente para determinar mentalmente o que fazer na realidade depois de examinadas as circunstâncias concorrentes;
- processo de determinação de objetivos e dos meios para consecução destes;
- mecanismo orientado para o futuro;
- projeto de um futuro desejado e dos meios efetivos de torná-lo realidade;
- processo contínuo de pensamento sobre o futuro, de determinação de estados futuros desejados e dos cursos de ação para que tais estados sejam alcançados.

Importante é notar que todas as definições têm em comum duas ideias: a de complexidade (quando se fala em sistema, processo, mecanismo) e a de ação voltada para o futuro. [\[nota 3\]](#)

Uma das definições que melhor abrange o conceito de planejamento é aquela que o entende como

[...] um processo que consiste em determinar os objetivos de trabalho, ordenar os recursos materiais e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, es-

tabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos. [\[nota 4\]](#)

O planejamento é fundamental e indispensável para o desenvolvimento de um turismo equilibrado, também chamado de turismo sustentável, ou seja, aquele que ocorre em harmonia com os recursos naturais, culturais e sociais das regiões turísticas receptoras, preservando-os para as gerações futuras. Importante instrumento contra o afluxo desordenado de turistas nessas regiões, o planejamento ajuda, ainda, a evitar danos ambientais e a manter a atratividade dos recursos turísticos naturais e culturais. Contribui, portanto, para que a atividade turística continue a se desenvolver, sem prejudicar suas próprias fontes de existência.

Assim, pode-se dizer que o planejamento turístico é o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade. Constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade turística, determinando suas dimensões ideais para que, a partir daí, se possa estimular, regular ou restringir sua evolução.

Competências/atribuições

No turismo, cabe ao Estado zelar pelo planejamento através de políticas e da legislação necessárias ao desenvolvimento da infraestrutura básica, que proporcionará o bem-estar da população residente e dos turistas. Além disso, deve cuidar da proteção e conservação do patrimônio ambiental, aí compreendidos os ambientes natural, psicossocial e cultural, bem como criar condições que facilitem e regulamentem o funcionamento dos serviços e equipamentos nas destinações, necessários ao atendimento das necessidades e anseios dos turistas, geralmente a cargo de empresas privadas.

É importante ressaltar que o planejamento turístico realizado por órgãos públicos não visa lucros diretos, mas sim o bem-estar social, e seus resultados difícil

mente podem ser medidos de modo quantitativo. Já o planejamento de uma organização comercial privada tem como objetivo principal o lucro, que pode e deve ser medido quantitativamente, a fim de se auferirem os níveis de eficiência do planejamento.

Assim, com relação ao planejamento turístico, pode-se nomear as competências e atribuições de órgãos públicos e da iniciativa privada da seguinte forma:

Cabe ao Estado:

- estabelecer diretrizes e políticas para o desenvolvimento do setor;
- estabelecer normas e regulamentos de preservação ambiental, bem como para abertura e funcionamento de equipamentos e serviços turísticos;
- criar mecanismos de fiscalização e controle;
- promover o desenvolvimento da infraestrutura básica (vias de acesso, saúde, saneamento, etc.);
- promover o desenvolvimento turístico nos níveis nacional, estadual e municipal;
- criar condições para a captação de recursos, promover facilidades na obtenção de créditos e financiamentos e estimular o desenvolvimento da atividade na esfera privada;
- realizar pesquisas e estatísticas sobre o turismo, bem como promover e incentivar o desenvolvimento destas em esferas não-governamentais;
- incentivar a capacitação profissional, etc.

Quanto à iniciativa privada, cabe a esta:

- observar leis e regulamentos, bem como mecanismos de fiscalização e controle;
- atuar no desenvolvimento da infraestrutura turística;
- planejar cuidadosamente o funcionamento de suas atividades e equipamentos para atender com qualidade às necessidades e desejos do turista;
- utilizar-se de mão-de-obra capacitada;
- desenvolver associações, com vistas à troca de experiências e informações bem como para melhor articulação na criação e defesa de interesses perante empresariado e/ou governo;
- manter-se atualizado quanto às tendências do turismo;
- elaborar pesquisas com clientes, acompanhando a funcionalidade e a qualidade de seu estabelecimento, etc.

Objetivos

Os objetivos do planejamento relacionam-se, de modo geral, a mudanças na estrutura da realidade existente, visando, na maioria das vezes, o crescimento econômico acelerado.

No planejamento turístico, os objetivos podem estar relacionados ao desenvolvimento de localidades, regiões, países e até continentes, envolvendo tanto órgãos públicos como empresas privadas desse ramo de atividade.

Assim, o planejamento turístico tem como principais objetivos:

- definir políticas e processos de implementação de equipamentos e atividades e seus respectivos prazos;
- prover os incentivos necessários para estimular a implantação de equipamentos e os serviços turísticos, tanto para empresas públicas como para privadas;
- maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os custos (tanto os de investimentos como os de operação), visando o bem-estar da comunidade receptora e a rentabilidade dos empreendimentos do setor;
- minimizar a degradação dos locais e recursos sobre os quais o turismo se estrutura e proteger aqueles que são únicos;
- capacitar os vários serviços públicos para a atividade turística, a fim de que se organizem e correspondam favoravelmente quando solicitados;
- garantir a introdução e o cumprimento dos padrões reguladores exigidos da iniciativa privada;
- garantir que a imagem da destinação se relacione com a proteção ambiental e a qualidade dos serviços prestados.

Abrangência e níveis

O planejamento turístico deve abranger não apenas um determinado recurso, ou uma única localidade, mas também o seu entorno. Para tanto, é importante considerar as regiões geograficamente homogêneas, bem como as coincidências culturais e econômicas que unificam os espaços, em vez de basear estudos apenas em limites políticos e administrativos.

No que diz respeito às competências ou responsabilidades governamentais, a abrangência do planejamento turístico pode-se situar nos seguintes níveis:

- nível internacional: planejamento baseado em recursos comuns a dois ou mais

países. Pressupõe a união de esforços entre órgãos federais dos países envolvidos, para o estabelecimento conjunto de políticas e formas de aproveitamento dos recursos motivadores do planejamento. É o caso das cataratas do Iguaçu, que exigem esforços conjuntos entre Brasil e Argentina para seu aproveitamento turístico;

- nível nacional: planejamento de ordem federal, que visa a elaboração de políticas nacionais para incentivar e organizar a atividade turística no país; estabelecimento de leis que norteiam e regulem a atividade, bem como mecanismos fiscalizadores; criação de formas de proteção e conservação dos recursos turísticos; além da promoção da distribuição da atividade turística por todo o território nacional, objetivando tanto integração como desenvolvimento regional;
- nível regional: engloba o planejamento de recursos comuns a regiões do país, envolvendo esforços para o desenvolvimento de polos, corredores e pontos turísticos, melhorias de infraestrutura, bem como estímulo à cultura regional, entre outros;
- nível local: neste nível de planejamento visa legitimar os recursos locais que apresentem alto potencial para o desenvolvimento turístico da localidade, tais como bairros típicos, zonas de comércio, regiões costeiras; respeitar as características naturais e culturais da localidade; avaliar e estabelecer mecanismos de redução quanto aos impactos turísticos sobre a localidade, etc.

Prazos

O planejamento turístico exige uma série de ações e decisões que só serão bem-sucedidas se empreendidas dentro de um processo metodológico. As decisões e propostas para o desenvolvimento têm impactos, importância e necessidades diferentes quanto a períodos de tempo presentes ou futuros, convencionando-se, por isso, distinguir sua aplicabilidade em diferentes prazos: longo, médio e curto.

O planejamento turístico a longo prazo estende-se desde a atualidade até o final da capacidade potencial de um empreendimento ou ação, visando o desenvolvimento de novos produtos. Geralmente, sua duração é estipulada em vinte anos, podendo esse prazo ser estendido ou abreviado, de acordo com os objetivos propostos.

O de médio prazo tem por objetivo implantar as ações propostas a longo prazo, relacionadas com equipamentos destinados ao atendimento dos desejos e necessidades da demanda. Está subordinado ao de longo prazo, devendo essa hierarquia

ser observada, a fim de evitar que uma destinação turística ultrapasse sua capacidade de carga (carrying capacity), acabando por se degradar. Dura em torno de cinco anos.

O planejamento turístico a curto prazo constitui a fase inicial da hierarquia na implantação de equipamentos e no desenvolvimento de atividades em núcleos receptores. Corresponde a ajustes e soluções para necessidades imediatas, normalmente utilizando-se do período de tempo de um ano.

IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO PARA O TURISMO

O planejamento é importante dentro de qualquer ação humana da qual se esperam resultados.

Assim, qualquer ação ou conjunto de ações que visem o alcance de metas devem ser cuidadosamente planejados a fim de maximizar a probabilidade de sucesso.

A atividade turística não é exceção a essa regra. Ao contrário, exatamente por sua complexidade, baseada nos diversos tipos de serviços e equipamentos que envolve, necessita de um planejamento igualmente complexo, a fim de que efetivamente beneficie empresários, núcleos receptores, comunidades locais e turistas.

Essa necessidade de planejamento complexo e bem-organizado diz respeito à existência de uma verdadeira estrutura de subdivisões, de planejamentos dentro do planejamento, de subnecessidades de organização, direção e controle, para o desenvolvimento da atividade turística.

Assim, é necessário planejar a estruturação dos serviços e equipamentos oferecidos, prever as necessidades e desejos do turista, estudar a capacidade de carga turística (carrying capacity) de recursos e/ou localidades, integrar a população local à nova realidade, antever as necessidades de preservação ambiental e exercê-la, determinar estratégias de treinamento de pessoal, estimar lucros e despesas, observar a adequação de todos esses procedimentos às leis vigentes, etc. Só depois de todas essas atividades de pré-planejamento é que se constitui o verdadeiro planejamento requerido para o bom desempenho da atividade turística.

O PLANEJAMENTO DO TURISMO COMO DISCIPLINA

Enquanto disciplina, dentro do âmbito de uma universidade, o planejamento do turismo deve focar aspectos que podem ser resumidos da seguinte forma:

- primeiramente, é preciso abordar os conceitos de planejamento, observando sua importância e necessidade para o eficiente desempenho e desenvolvimento de atividades humanas, através de seus objetivos, formas, níveis e instrumentos constituintes;
- a seguir, através de um breve histórico, demonstram-se os antecedentes e a evolução do planejamento no mundo, afunilando-se em direção ao Brasil, com exemplos de sua contribuição para o progresso da humanidade.

Constitui-se, em seguida, o elo de ligação entre planejamento e turismo, por meio de conceitos e exemplos específicos, análise de políticas de turismo e apresentação de planos de desenvolvimento turístico. Útil seria apresentar tanto planos de sucesso como de fracasso.

Posteriormente, descrevem-se modelos e métodos de planejamento turístico, apresentando as fases de elaboração de um plano de desenvolvimento turístico, bem como demonstrando as relações da atividade turística bem-sucedida com as necessidades de preservação ambiental e sociocultural.

Dando continuidade ao trabalho, pode-se, no âmbito de uma determinada localidade turística, também chamada de núcleo receptor, propiciar a elaboração do inventário de seus recursos turísticos, observando-se tanto os recursos naturais como os culturais, bem como a infraestrutura existente.

Realizado o inventário, o próximo passo diz respeito à análise metodológica do núcleo receptor: neste momento deve-se levar em conta a oferta técnica e diferencial do núcleo em estudo, sua demanda real e a potencial, assim como os pontos fortes e fracos de núcleos receptores concorrentes.

Feita a análise, cabe a elaboração de um diagnóstico, referente à situação do núcleo receptor estudado, bem como um prognóstico com propostas para seu desenvolvimento a curto, médio e longo prazos.

Esse prognóstico deve ser acompanhado da definição de objetivos, metas e estratégias, assim como da avaliação e estudos que determinarão a viabilidade do plano elaborado.

Por fim, deve-se demonstrar que o processo de planejamento não tem seu término estabelecido pela redação e entrega, aos órgãos competentes, do plano de desenvolvimento turístico. O trabalho vai além, uma vez que, como todo planejamento, não é estático, necessitando de acompanhamento depois de sua implantação, a fim de se efetuarem possíveis correções ou ajustes, em virtude da dinâmica dos acontecimentos.

Em um curso de graduação em turismo, a disciplina intitulada Planejamento tem como objetivo capacitar alunos para a utilização adequada de técnicas e instrumen-

tos pertinentes ao planejamento, considerando todos os fatores intervenientes na elaboração de planos de desenvolvimento turístico, em seus diferentes níveis.

Para tanto, devem-se utilizar desde os métodos mais comuns, como aulas expositivas e leituras programadas, até práticas de trabalhos de campo reais para o desenvolvimento de planos turísticos, mediante o estabelecimento de parcerias entre núcleos turísticos e a instituição de ensino.

RELAÇÕES ENTRE PLANEJAMENTO TURÍSTICO E OUTROS CAMPOS DO TURISMO

Para estabelecer as relações entre o planejamento e outros campos do turismo, é necessário, primeiramente, o levantamento de alguns aspectos conceituais sobre o turismo.

Genericamente, pode-se dizer que o turismo é o deslocamento temporário de pessoas, com intenção de retorno ao ponto de origem. Para atender a esse deslocamento, faz-se necessária a utilização de toda uma infraestrutura, em geral diferente daquela cotidiana, que visará suprir os anseios e as necessidades dessas pessoas durante o período de viagem.

Dessa forma, turismo é visto como um fenômeno que envolve tanto a interação entre o turista e o núcleo receptor, como todas as atividades proporcionantes ou decorrentes dessa interação.

Aprofundando-se um pouco mais ainda, pode-se observar o turismo como atividade trans, inter e multidisciplinar que, "em sua globalidade, não está formada só por pessoas que viajam e pelos bens e serviços que se lhes oferecem e utilizam, mas que entre uns e outros surge uma série de relações e situações de fato, de caráter econômico, sociológico e até político".[\[nota 5\]](#)

Assim, "o seu estudo (a turismologia) e o seu planejamento requerem a utilização de critérios e métodos de uma série de ciências".[\[nota 6\]](#) "Investigando a fundo, o turismo tem que reconhecer que nada lhe é próprio e exclusivo, mas que abarca amplas parcelas de outros setores e utiliza técnicas criadas com fins mais gerais."[\[nota 7\]](#)

Exclusivamente com relação ao planejamento turístico, utiliza-se de outros campos e ciências do conhecimento, como se verá a seguir.

HISTÓRIA E GEOGRAFIA

Necessários para a caracterização histórica e física de determinado recurso ou localidade turística a planejar. A história fornecerá dados acerca da evolução e costumes de um lugar e seu respectivo povo, familiarizando-se com seus conceitos de vida e realidade, bem como entendendo as circunstâncias, os acontecimentos, que tornaram esse lugar e seu povo o que são hoje.

Quanto à geografia, é fundamental seu conhecimento para as bases de um planejamento sólido e eficaz. Afinal, através do estudo de características como clima, relevo, hidrografia, vegetação, entre outros, pode-se determinar a vocação turística de uma cidade, bem como direcioná-la para este ou aquele tipo de turismo. Por exemplo, turismo de sol e praia, em localidades costeiras; turismo de saúde, em estâncias climáticas e hidrominerais; ecoturismo, em localidades de aspectos naturais singulares.

Além disso, cabe ressaltar que muitos dos atrativos ou recursos turísticos naturais nada mais são do que os chamados "acidentes geográficos".

FILOSOFIA E METODOLOGIA CIENTÍFICA

Palavra de origem grega, a filosofia, ou "amizade ao saber", é prática própria de adeptos e simpatizantes da ciência, do pensamento e suas formas de manifestação. Assim, tanto a filosofia como a metodologia científica (esta entendida como formas ou métodos de se propor a ciência) constituem instrumentos indispensáveis, aos quais o planejamento deve socorrer-se para que possa atingir, de modo científico e não intuitivo, suas finalidades de determinação e desenvolvimento turístico de uma localidade.

ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E ESTATÍSTICA

Trazem enormes subsídios para o planejamento do turismo, demonstrados no estudo de aspectos referentes à oferta e à demanda turística de uma localidade; na análise dos equipamentos e da infraestrutura turística existentes e necessários; na definição de pontos fortes e fracos locais; na avaliação de oportunidade e riscos para o desenvolvimento do turismo; no diagnóstico e prognóstico do turismo em uma localidade; na definição dos tipos de planos a ser seguidos; na correção, ajuste e/ou redefinição de objetivos e metas de planos em andamento; entre outros.

POLÍTICA E MARKETING

Com relação à política, sua importância reside na análise dos sistemas de governo, bem como à importância que esses sistemas dão ao desenvolvimento do turismo. As políticas públicas de fomento ao turismo, a existência de incentivos, sejam eles fiscais, por meio de financiamentos, etc., bem como a realidade política de uma localidade e a forma de agir e se posicionar dos agentes estatais diante do turismo devem ser observadas para a realização de um planejamento eficiente.

Quanto ao marketing, esse é influenciado, entre outros fatores, tanto por políticas públicas como por comportamentos da iniciativa privada. Sua relação com o planejamento diz respeito ao auxílio na análise das flutuações da oferta e da demanda, associadas com o turismo de uma localidade, e à identificação de suas respectivas causas. O planejamento deve, ainda, utilizar-se das estratégias de marketing referentes à oportunidade, promoção, etc., para o desenvolvimento do turismo. Cabe lembrar que o próprio plano de desenvolvimento turístico, um dos produtos finais do planejamento, pode ser utilizado como instrumento de marketing no desenvolvimento de uma destinação.

CULTURA E MEIO AMBIENTE

Devem ser entendidos como matéria-prima do turismo. Assim, o planejamento turístico só terá sentido quando da existência de recursos culturais e/ou naturais em uma determinada localidade, os quais deverão ser levantados por meio do inventário, uma das etapas do planejamento. Cabe lembrar que, quanto mais recursos existirem em uma dada localidade, maior será sua atratividade e, por consequência, maior será a necessidade de planejamento, visando-se o desenvolvimento turístico sustentável.

DIREITO E ÉTICA PROFISSIONAL

Fator importante em qualquer atividade humana, no planejamento turístico o direito deve ser observado em sentido amplo, como o conjunto de normas que constituem o ordenamento jurídico de um país, região ou localidade. No sentido específico, devem ser observadas as leis reguladoras da atividade turística, tanto as que tratam de equipamentos e serviços como as que têm relação com os elementos constituintes do produto turístico (legislação ambiental, do patrimônio cultural, etc.).

Quanto à ética profissional, essa fornece ensinamentos que deverão nortear atitudes e procedimentos do indivíduo, enquanto planejador da atividade turística.

Com relação a campos específicos do turismo, como o estudo dos meios de transporte, agências de viagem, eventos, hotelaria, lazer e entretenimento, gastronomia, etc., cabe ressaltar que todos se referem a equipamentos e serviços oferecidos pela atividade turística, devendo, portanto, ser estudados dentro do planejamento como componentes da infraestrutura e da oferta turística de determinada localidade.

O PLANEJADOR DO TURISMO: PERFIL E CAMPO DE ATUAÇÃO

PERFIL

Quanto às características pessoais, o planejador em turismo deve ser uma pessoa dinâmica, criativa, de atitudes e pensamentos rápidos, de fácil relacionamento, possuir ampla visão de mundo, estando constantemente informada sobre os acontecimentos e as tendências globais gerais, além, especificamente, daquelas relacionadas ao turismo.

No que diz respeito às características profissionais, são várias as carreiras que podem tomar parte no planejamento turístico, em razão do caráter multidisciplinar da atividade. Assim, tanto biólogos como geógrafos, engenheiros, arquitetos, educadores, ecologistas, administradores, entre outros, podem trabalhar como integrantes dos projetos de planejamento turístico. É recomendável, entretanto, que sejam coordenados por alguém com capacitação/formação específica na área de turismo, capaz de melhor compreender as necessidades inerentes ao setor.

CAMPO DE ATUAÇÃO

É vasto o campo para o planejador em turismo. Ele pode atuar no planejamento de empresas privadas, desde a elaboração de produtos turísticos, como pacotes de viagem, até o funcionamento e a gestão de agências, hotéis, restaurantes, companhias de transporte, etc.

Na esfera pública pode atuar no planejamento de localidades e regiões turísticas, bem como na elaboração de políticas públicas e diretrizes para o turismo.

Pode, ainda, trabalhar como consultor, voltando seus trabalhos tanto para o atendimento da área privada como para o da pública.

Outra possibilidade é a de trabalhar com pesquisas na área de planejamento. Nessa alternativa, o trabalho do pesquisador-planejador contribui para o aprimoramento das técnicas de planejamento, para a criação de bibliografia sobre o tema e também para a descoberta de novos caminhos, a fim de tratar questões importantes e inerentes ao turismo, como: formas de minimização de impactos turísticos sobre ambientes e localidades; formas de promover a integração e a interação das comunidades locais ao turismo; novos mecanismos de gestão e qualidade de empresas turísticas; aumento da quantidade de inventários de localidades turísticas; criação de possibilidades para a preservação ativa de patrimônios culturais; realização de estudos temporais comparativos de demanda; estabelecimento de propostas para o incremento da capacitação profissional no setor; elaboração de planos de conscientização e educação ambiental; apresentação de propostas de ação para o desenvolvimento turístico sustentável...

As possibilidades não se esgotam por aqui. O turismo, em razão de seu dinamismo, traz sempre novas oportunidades àqueles que estiverem prontos e aptos para observá-las.

ROTEIROS DE ESTUDO

A seguir, a título de sugestão, são apresentados roteiros para diagnóstico, para avaliação da demanda e para planejamento turístico de um recurso ou localidade, que podem servir de apoio ao planejamento do turismo, enquanto disciplina e prática profissional.

Apesar da amplitude dos dados a considerar, a relação não se esgota nesse esquema, que também não tem a pretensão de exigir que todos os itens sejam cobertos para a elaboração de um diagnóstico turístico confiável.

As limitações na qualidade, na quantidade e na atualidade dos dados necessários, a escassez de tempo para a realização dos levantamentos, a falta de recursos financeiros e de equipes técnicas especializadas exigem a adequação da amplitude dos estudos às condições de cada localidade.

Por isso, recomendam-se às equipes envolvidas ações e posturas coerentes e realistas, a fim de que os empecilhos, inevitáveis, não inviabilizem a confiabilidade do trabalho final.

ROTEIRO PARA DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EM LOCALIDADES RECEPTORAS — ESQUEMA DE TRABALHO

- Apresentação
- Introdução
- Objetivos
- Metodologia

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 (formal/informal)

3. Aspectos socioeconômicos

3.1 Sociais

3.1.1 Demografia

3.1.2 Condições de vida

3.2 Economia

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

3.3 Impostos

3.4 Ocupação e uso do solo — urbano e rural

3.5 Legislação

3.6 Infra-estrutura básica (instalada e prevista)

3.6.1 De acesso

3.6.2 Urbana

3.6.3 Equipamentos e serviços

3.7 Planejamento

3.7.1 Plano diretor — diretrizes/ fase atual/ previsão

3.7.2 Plano regional

3.7.3 Plano nacional

Parte II — Aspectos turísticos (inventário turístico)

1. Condições naturais

- 1.1 Geologia
- 1.2 Geomorfologia
- 1.3 Solos
- 1.4 Clima
- 1.5 Vegetação
- 1.6 Fauna silvestre
- 1.7 Recursos hídricos
- 1.8 Paisagem
 - 1.8.1 Tipificação
 - 1.8.2 Qualificação visual da paisagem
 - 1.8.3 Intrusões visuais (sinalização)
- 2. Recursos culturais
 - 2.1 Arqueologia
 - 2.2 Monumentos históricos
 - 2.3 Folclore/tradição/hábito de vida
 - 2.4 Manifestações artísticas do local/artistas de destaque/estilos/principais obras
 - 2.5 Ciência e tecnologia — centros de estudos/pesquisas/destaques tecnológicos e científicos
 - 2.6 Eventos/festas
- 3. Infra-estrutura turística
 - 3.1 Meios de hospedagem
 - 3.2 Alimentos e bebidas
 - 3.3 Entretenimentos
 - 3.4 Condicionamento físico/saúde
 - 3.5 Agenciamento
 - 3.6 Outros serviços
- 4. Recursos humanos para o turismo
- 5. Turismo receptivo
 - 5.1 Caracterização da demanda (estatísticas dos últimos cinco anos)
 - 5.2 Caracterização do turismo receptivo
 - 5.3 Marketing
- 6. Turismo emissivo

Parte III — Análise/avaliação

- 1. Consideração/avaliação turística:
 - 1.1 Pontos fortes e fracos

- 1.2 Oportunidades e riscos
2. Diagnóstico
3. Prognóstico
4. Diretrizes básicas para o desenvolvimento do turismo

ROTEIRO PARA AVALIAÇÃO DA DEMANDA TURÍSTICA

- Local de origem
- Idade
- Sexo
- Educação
- Ocupação
- Renda
- Composição familiar
- Composição do grupo
- Época da viagem
- Época da realização do plano de viagem
- Duração da viagem
- Distância percorrida
- Motivação da viagem
- Tipo de transporte
- Despesas de viagem
- Tipo de alojamento
- Fator ou meio que influenciou a viagem/visita
- Nível de satisfação com os equipamentos/serviços

ROTEIRO PARA PLANEJAMENTO DE UM RECURSO TURÍSTICO

I – O PLANEJAMENTO

Considerar:

- A facilidade de acesso:
 - ao local/cidade/região;
 - com relação à demanda
 - regional/nacional/internacional.

- O contexto regional/nacional no qual o recurso se situa:
 - de acordo com as políticas do desenvolvimento e de turismo;
 - considerando a localização de recursos próximos (similares ou não).
- O nível local:
 - relacionamento com a comunidade receptora;
 - condições da infraestrutura;
 - outros recursos turísticos potenciais.
- A opção pelo desenvolvimento do recurso para o turismo:
 - adequação do tipo e tamanho das facilidades;
 - distância de outros atrativos;
 - disponibilidade de terrenos para expansão;
 - acessos; – mercado (pesquisa de demanda).
- A circulação dentro do recurso:
 - uso e ocupação adequado do solo;
 - sistema de circulação interno
 - caminhos, trilhas, trens, monorail, carros elétricos, charretes, transporte público;
 - áreas de circulação, áreas com acesso restrito, intrusão em assentamentos de comunidades;
 - participação das comunidades no planejamento;
 - trabalho com equipes especializadas.
- Os estudos de viabilidade mercadológica/ambiental e financeira.
- Os estudos de impactos econômicos/ambientais e socioculturais (se forem intensos, o projeto não pode ser implantado).
- O planejamento do grau de desenvolvimento
 - capacidade de carga.
- O planejamento das entradas financeiras que custeiem os esforços na proteção ambiental.
- O planejamento do desenvolvimento em etapas
 - priorizando as mais fáceis de implementar e que proporcionem o uso, enquanto se constroem/organizam as próximas.
- O planejamento de esforços promocionais de marketing.
- A infraestrutura:
 - planejar um sistema adequado de suprimento de água potável, energia elétrica, dispositivos e tratamento do lixo e águas servidas, telecomunicações;
 - todos implantados de acordo com os padrões internacionais e ambientais, além de, quando necessário, servir também para as comunidades receptoras.

- O desenvolvimento dos padrões arquitetônicos:
 - considerar a capacidade de carga, altura das construções, percentagem de áreas livres, a paisagem, estacionamentos, estilo arquitetônico — de acordo com o tema do recurso.

De acordo com as exigências da demanda, incorporar atividades recreativas/culturais ao recurso, passeios pela região, e outras atividades correlatas ao tema, considerando a integração e as características regionais.

Programar alojamentos/transporte para os empregados, se o recurso estiver distante de alguma comunidade constituída; às vezes é preciso constituir uma "vila" somente para funcionários.

II - IMPLEMENTAÇÃO E GESTÃO

- Estabelecer um cronograma para as atividades/desenvolvimento previstos:
 - priorizar os acessos e a infraestrutura;
 - atrasos no cronograma são imprevisíveis e elevam os custos da implantação.
- Estabelecer a estrutura organizacional:
 - lideranças/subordinados (organograma/fluxograma);
 - cronograma flexível para alta e baixa estação;
 - em casos de recursos turísticos públicos, evitar ações políticas;
 - no caso de o recurso exigir investimentos privados altos, às vezes é preciso "apostar" no primeiro equipamento para atrair outros investimentos.
- Intensificar observação às leis de uso e ocupação do solo — observar zoneamento para uso turístico:
 - no caso de venda ou arrendamento da área, impor as condições no contrato.
- Capacitar os recursos humanos:
 - quadro de tarefas/funções — treinamento adequado;
 - aspectos da gestão e da operação do recurso;
 - idiomas e sensibilização cultural;
 - programa de ascensão na carreira/trabalho;
 - treinamento interno (on the job)/externo (escolas);
 - dar prioridade aos recursos humanos da comunidade.
- Conduzir um planejamento regional:
 - zoneamento das áreas do entorno do recurso;
 - planejar/proteger os recursos do entorno (similares ou diversificados) para propiciar alternativas de recreação e tours de um dia.

- Realizar gestão efetiva e continuada do recurso/equipamentos/infraestrutura para garantir o alto nível de operação e atratividade.
- Desenvolver um plano de marketing para o recurso — tanto para os usuários atuais como para os operadores turísticos dos núcleos emissores.

III - ASPECTOS FINANCEIROS

- Identificar as fontes de financiamento:
 - o desenvolvimento adequado de um recurso é dispendioso;
 - para infraestrutura — bancos de desenvolvimento — regional/nacional/internacional;
 - se a infraestrutura favorecer a comunidade local, será fácil justificar a solicitação de fundos;
 - utilizar fundos de bancos de desenvolvimento — gerais ou específicos para o turismo (condições melhores que as dos bancos privados);
 - bancos que financiam o desenvolvimento (no Terceiro Mundo) exigem planos de proteção ambiental e a aplicação de técnicas sadias.
- Retorno do investimento:
 - retorno na valorização do recurso para venda ou arrendamento;
 - a cobrança de taxas (água/tratamento de lixo/energia, etc.) dos empreendimentos comerciais correlatos ao recurso pode cobrir os custos operacionais de investimentos;
 - o investimento inicial é alto — prazo para viabilizar o retorno —; é preciso, então, programar os custos da implantação;
 - investimentos em portos, aeroportos, estradas — do governo (desenvolvimento regional).
- Conquistar os investidores privados:
 - isenção de impostos e taxas (durante certo tempo);
 - redução gradativa das isenções;
 - isenções apenas para os investidores que seguirem os padrões do empreendimento;
 - às vezes o governo precisa ser o pioneiro no desenvolvimento para provar a viabilidade comercial — vendendo o equipamento para investidores privados mais tarde, quando o recurso provou ser economicamente viável.
- Investimentos de longo prazo.

- considerar desenvolvimento a longo prazo
- a curto prazo (para retornar investimento) — compromete sua capacidade e características ambientais, resultando em problemas de qualidade e mercadológicos.

TENDÊNCIAS E DESAFIOS

Em termos econômicos, o turismo é tido, na atualidade, como a "indústria" que mais cresce no mundo. Empregando cerca de 10% da população economicamente ativa mundial e movimentando cerca de US\$ 4 trilhões, encontra-se entre os três maiores negócios do globo.

O futuro promete inúmeras oportunidades, mas também muitos desafios. Algumas áreas certamente crescerão, enquanto outras entrarão em declínio.

As previsões indicam tendências, nunca certezas. Atingi-las ou não depende das empresas e da força de competitividade entre as atrações.

Assim, a Organização Mundial do Turismo (OMT) prevê um crescimento favorável do turismo internacional nos países em desenvolvimento, motivado pelo interesse em determinados tipos de turismo, como o ecológico, o rural, ou de aventura.

Esses tipos de turismo propiciam maior contato com o meio ambiente natural, alimentando desejos antigos de retorno à mãe natureza, por turistas provenientes de países desenvolvidos, que chegaram a essa posição exatamente à custa de sua natureza.

Em uma análise mais profunda com relação ao meio ambiente e turismo, cabe lembrar os prognósticos de Markus Schwaninger, até 2010:

Uma conscientização do estreito relacionamento do homem com seu meio natural ampliará a importância dos aspectos ambientais, estimulando os movimentos conservacionistas. Haverá uma rejeição aos projetos de implantação de equipamentos que excedam os limites da agressão ao meio, não apenas por parte dos especialistas como também por parte dos turistas.

As autoridades públicas e as instituições políticas, diante das pressões da opinião pública, contribuirão para o desenvolvimento dos interesses das comunidades e do seu ambiente original, definindo um planejamento adequado para cada caso e zelando para que as proposições sejam seguidas.

Uma sensibilidade ambiental crescente estimulará os esforços no sentido de proteger,

conservar e valorizar tanto o meio natural como sociocultural, criando a expectativa de que os empresários do turismo abandonem a visão estreita que têm dos seus negócios e o imediatismo do lucro e assumam uma mentalidade de planejamento a longo prazo, conscientizando-se de que uma estratégia ecológica viável será pré-requisito para o sucesso empresarial. [\[nota 8\]](#)

Para que tais tendências sejam alcançadas, é necessário que certas dificuldades atuais sejam vencidas por meio do planejamento.

Por enquanto, o comportamento do turista em espaços naturais ainda é, em sua maioria, contrastante: ele deseja ver uma natureza intocada, entretanto quer tocar os animais; quer viver a natureza, porém com conforto e segurança; quer a natureza “pura”, porém acessível.

A ausência de planejamento em casos como esse acaba por gerar crescimento descontrolado na localidade, que leva à descaracterização e perda de originalidade dos recursos que motiva o fluxo de turistas. E assim começa a decadência da localidade como destinação turística.

É difícil determinar o futuro com precisão. Um processo de previsão não elimina as incertezas do futuro, apenas as reduz. Ressalta-se, no entanto, que quanto maior a confiabilidade das previsões maior será a eficácia do planejamento.

Por fim, cabe notar que, apesar da abrangência dos temas apresentados neste capítulo, a amplitude do fenômeno turístico torna seu estudo quase inesgotável. A consciência desse fato induz à recomendação de novas abordagens sobre o planejamento, que, além de propiciarem debate sadio, vão colaborar para a ampliação dos conhecimentos no futuro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, José Vicente de. Turismo: fundamentos e dimensões. 8. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- BAPTISTA, Myriam V. Planejamento: introdução à metodologia do planejamento social. São Paulo: Ed. Moraes, 1981.
- BARRETO, Margarita. Planejamento e organização em turismo. 6. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- BENI, Mário C. Análise estrutural do turismo. 4. ed. rev. ampl. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.
- BISSOLI, Maria Angela M. Ambrizi. Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação. São Paulo: Futura, 2001 (1ª reimpressão).
- BOULLÓN, Roberto C. Planificación del espacio turístico. 3. ed. México: Trillas, 2001 (2ª reimpressão).
- _____. Los municipios turísticos. México: Trillas, 1997 (2ª reimpressão).
- DÍAZ, Edgar A. H. R. “La planificación del sector de turismo en Latinoamérica”, em Estudios y perspectivas en turismo, (1) 3. Buenos Aires: Ciet, 1992, pp. 226-233.
- DRAGICEVIC, Miroslav. “Towards Sustainable Tourism”, em Congrès de l’Aiest, 41ª Atas, v. 33. St. Gallen: Aiest, 1991.
- ESTOL, Eduardo & ALBUQUERQUE, Stella. Planejamento turístico. Buenos Aires: Ciet, s/d.
- GOELDNER, Charles R., RITCHIE, J. R. Brent & McINTOSH, Robert W. Tourism: principles, practices, philosophies. 8. ed. Nova York: John Wiley & Sons, 2000.
- HENRY, Jan & SAINK, John. Management and Planning in the Leisure Industries. Londres: MacMillan, 1990.
- HOLANDA, Nilson. Planejamento e elaboração de projetos. Rio de Janeiro: MEC/Fename, 1985.
- IGNARRA, Luís R. Planejamento turístico municipal: um modelo brasileiro. São Paulo: CTI, 1991.
- LINDBERG, Kreg & HAWKINS, Donald E. (orgs.). Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1999.
- MEDLIK, S. Managing tourism. 3. ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1995.
- MILL, Robert Christie & MORRISON, Alastair M. The tourism system: an introductory text. 3. ed. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing, 1998.
- MOWFORTH, Martin & MUNT, Ian. Tourism and sustainability: new tourism in the third world. Nova York: Routledge, 1998.
- OMT. International tourism: a global perspective. 2. ed. Madri: OMT, 1999.
- PETROCCHI, Mário. Gestão de pólos turísticos. São Paulo: Futura, 2001.
- RUSCHMANN, Doris van Meene. Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. 6. ed. Campinas: Papirus, 2000.
- TYLER, Duncan, GUERRIER, Yvonne & ROBERTSON, Martin (orgs.). Gestão de turismo municipal, trad. Gleice R. Guerra. São Paulo: Futura, 2001.

Página notas de rodapé

Nota 1, página 66: Myriam V. Baptista, Planejamento. Introdução à metodologia do planejamento social (São Paulo: Moraes, 1981).

[RETORNO NOTA 1, PÁGINA 66.](#)

Nota 2, página 66: Apud Nilson Holanda, Planejamento e elaboração de projetos (Rio de Janeiro: MEC/Fename, 1985).

[RETORNO NOTA 2, PÁGINA 66.](#)

Nota 3, página 66: Margarida Barreto, Planejamento e organização do turismo (Campinas: Papirus, 1991).

[RETORNO NOTA 3, PÁGINA 66.](#)

Nota 4, página 67: Eduardo Estol e Stella Albuquerque, Planejamento turístico (Buenos Aires: Ciet, s.d.).

[RETORNO NOTA 4, PÁGINA 67.](#)

Nota 5, página 73: José Ignacio de Arrillaga, Introdução ao estudo do turismo (Rio de Janeiro: Ed. Rio, 1976).

[RETORNO NOTA 5, PÁGINA 73.](#)

Nota 6, página 73: Margarita Barretto, Planejamento e organização do turismo (5. ed. Campinas: Papirus, 2000).

[RETORNO NOTA 6, PÁGINA 73.](#)

Nota 7, página 73: José Ignacio de Arrillaga, op. cit.

[RETORNO NOTA 7, PÁGINA 73.](#)

Nota 8, página 85: Markus Schwaninger, "Travel and Tourisme Trends", em Revue de Tourisme, nº 3, Berna, 1992, p. 18.

[RETORNO NOTA 8, PÁGINA 85.](#)