

**Disseminação do
Conhecimento**

no Setor do Turismo



**REDE DE COOPERAÇÃO TÉCNICA
PARA ROTEIRIZAÇÃO**

**Brasília
SEBRAE
2007**

APRESENTAÇÃO:

O projeto **Disseminação do Conhecimento no Setor do Turismo** visa estimular a apropriação de metodologias e ferramentas, criadas no âmbito da parceria Sebrae/Ministério do Turismo – Embratur pelos gestores e consultores de turismo das unidades estaduais do Sebrae. Esse projeto é uma iniciativa do Sebrae Nacional que conta com a execução do Instituto Marca Brasil (IMB).

Uma das ações previstas no projeto é a elaboração de material específico sobre as metodologias disponíveis para apoiar sua disseminação entre o público de gestores e consultores. Para isso, foram produzidos quatro **guias de apoio para apropriação das metodologias**, que podem ser utilizados durante a implementação de ações similares e/ou replicação das já realizadas.

Este guia versa sobre a metodologia do **Projeto Rede de Cooperação Técnica para Roteirização**. O conteúdo aqui descrito tem como objetivos:

- ▶ Contextualizar a metodologia, apresentando em linhas gerais o projeto executado na parceria, em termos de ações previstas e resultados alcançados;
- ▶ Apresentar as 5 metodologias de roteirização e seus destaques;
- ▶ Apresentar algumas ferramentas de trabalho utilizadas no processo de roteirização;
- ▶ Estimular a reflexão sobre possibilidades de aprimoramento e adequação para uso de gestores e consultores.

Para a apresentação do conteúdo optou-se por um formato dinâmico, fazendo uso de recursos visuais com destaque para aspectos considerados importantes ao longo do texto. Assim, são destacados alguns conceitos, dicas, esclarecimentos e pontos para reflexão com o intuito de facilitar a leitura e entendimento sobre tópicos específicos da metodologia.

É importante ressaltar que o conteúdo apresentado não pretende exaurir o tema e somente se faz completo com a utilização das próprias ferramentas criadas durante a execução do projeto **Rede de Cooperação Técnica para Roteirização**. Este guia deve ser entendido e utilizado como ferramenta complementar à publicação da Rede de Cooperação – Experiência do Brasil.

Sugerimos que para complementar o conteúdo sobre as metodologias, seja realizada uma leitura da publicação: Rede de Cooperação – Experiência do Brasil e demais materiais disponibilizados pelo projeto de Disseminação do Conhecimento.

SUMÁRIO:

1.	BREVE APRESENTAÇÃO DO PROJETO	07
1.1	Contextualização	07
1.2	Aspectos principais e diferenciadores do projeto	07
2.	RESUMOS DOS RESULTADOS DO PROJETO	11
2.1	Resultados gerais dos projetos	11
3.	METODOLOGIA DE TRABALHO	13
4.	FERRAMENTAS E SUAS APLICAÇÕES	19
4.1	Proposta do Projeto	19
4.2	Metodologias Regionais	21
4.2.1	Sul	24
4.2.2	Sudeste	25
4.2.3	Centro-Oeste	25
4.2.4	Nordeste	26
4.2.5	Norte	27
4.3	Projeto de Marketing do Roteiro Integrado – Centro-Oeste	38
4.4	Catálogo de Serviços do Roteiro Integrado Estrada Real	39
4.5	Pesquisa de Mercado do Roteiro do Acre e Análise da Pesquisa	40
4.6	Metodologia da Jornada de Negócios Jericoacoara/Delta/Lençóis	41
4.7	Manual para a Roteirização – Centro-Oeste	43
4.8	Manuais de Multiplicação (Participante e Agente Multiplicador)	44
4.9	Estudo de Caso	45
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51

1: BREVE APRESENTAÇÃO DO PROJETO

1.1 Contextualização

O Projeto **Rede de Cooperação Técnica para Roteirização** teve início em janeiro de 2005 e foi idealizado a partir de um dos objetivos do Plano Nacional de Turismo que é criar novos produtos turísticos com qualidade e ampliar, diversificar e qualificar os já existentes, propiciando a inserção destes nos mercados nacional e internacional.

Sabendo que uma das principais estratégias do Programa de Regionalização do Turismo é a roteirização, capaz de organizar e integrar a oferta turística das regiões do país, o Ministério do Turismo e o Sebrae sentiram a importância de desenvolver um projeto para incentivar a produção coletiva de novos roteiros com foco para o mercado e formar uma Rede de Cooperação Técnica para a roteirização. O Projeto contou com o apoio do Senac e BRAZTOA e gestão do Instituto Marca Brasil.

A idéia da Rede de Cooperação é permitir que técnicos e consultores vivenciem processos de roteirização alinhados ao programa de regionalização, proporcionando-lhes conhecimento necessário para acompanhar, estruturar e avaliar o processo de roteirização no país.

1.2 Aspectos principais e diferenciadores do projeto

Um dos grandes desafios do projeto foi estruturar uma Rede de Cooperação e Conhecimento sobre o processo de roteirização a partir de uma capacitação vivencial envolvendo, de forma articulada, a participação de técnicos e consultores.

Rede de Execução

Grupo formado por representantes do órgão oficial de turismo, Sebrae, Senac do roteiro em estudo no qual apoiou diretamente o processo de implementação das ações de roteirização.

Outro aspecto relevante foi a “produção de roteiros turísticos nos territórios de forma articulada e integrada por meio da formação das Redes: **Rede de Execução e Rede de Gestão**”. (Rede de Cooperação Técnica para Roteirização, Isabel de Castro, 2006, pág. 207)

Rede de Gestão

Atores que contribuíram com a gestão do processo de roteirização (MTur/Sebrae).

As cinco experiências metodológicas são diferentes, trabalhadas na condição de pilotos. Consequentemente, embora

tenham sido trabalhados objetivos comuns, as realidades dos 5 roteiros e os diferentes estágios de desenvolvimento em que se encontravam, apresentaram desafios e resultados distintos para o projeto.

Vale destacar que a Rede de Cooperação propôs a capacitação de técnicos ao mesmo tempo em que roteiros eram implementados, ou seja, etapas do processo de roteirização foram repassadas de forma vivencial e simultaneamente ao processo de estruturação nas 5 macrorregiões do país.

É interessante destacar que os roteiros foram estruturados com foco para o mercado. Neste sentido, houve grande esforço coletivo no que se refere ao envolvimento dos agentes de mercado local e estudos para a obtenção de resultados positivos.

ANOTAÇÕES

2: RESUMO DOS RESULTADOS DO PROJETO

2.1 Resultados gerais dos projetos

A capacitação envolveu 130 técnicos que acompanharam a implementação de 5 metodologias de roteirização, resultando na estruturação de 5 roteiros com foco para o mercado e na consolidação de uma grande rede nacional de conhecimento sobre o processo de roteirização turística.

Os resultados deste trabalho foram consolidados a partir de um estudo de caso que apresenta as ações implementadas, desafios e destaques do processo de estruturação dos roteiros a partir da formação da Rede de Cooperação.

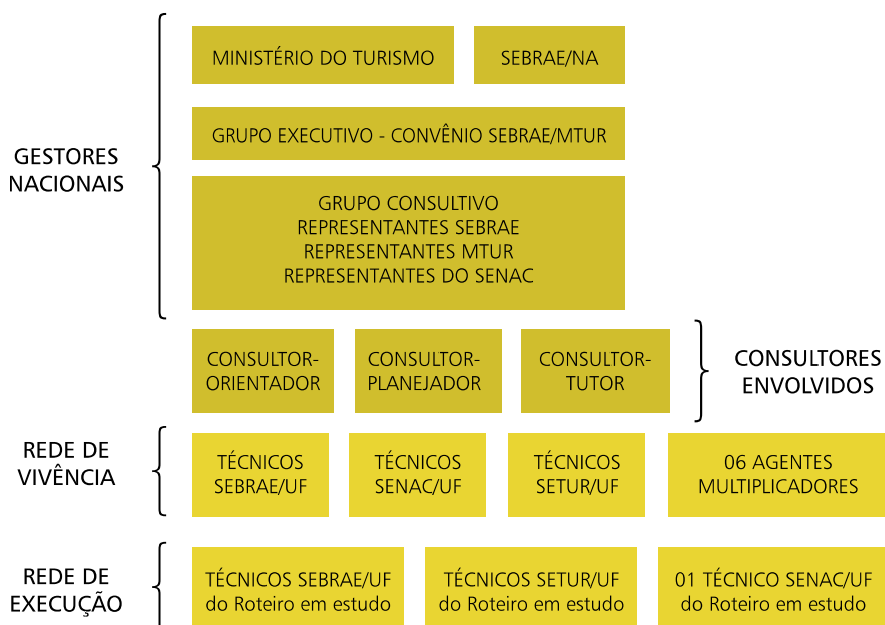
Vale ressaltar que cada região encontrava-se em estágio diferente de desenvolvimento e, por isso, apresentaram resultados significativos.

Acreditamos que com o projeto Rede de Cooperação, uma semente foi plantada: a da cooperação e troca de informações. Após esse trabalho, verifica-se que as macro regiões estão mais fortalecidas, continuam desenvolvendo projetos integrados que ultrapassam as fronteiras estaduais e o efeito irradiador dessa conscientização já pode ser visto nos diversos destinos turísticos.

3: METODOLOGIA DE TRABALHO

A metodologia de trabalho esteve focada na capacitação de técnicos dos órgãos oficiais de turismo, Sebrae, Senac além de consultores selecionados das 27 Unidades Federativas (UF), que acompanharam de forma vivencial 5 processos de roteirização, contribuindo assim para a formação de competências em gestão, metodologias e avaliação do processo de roteirização no país.

Figura 1. Atores envolvidos na Rede de Cooperação



Fonte: Elaboração própria

A Gestão da Rede de Cooperação Técnica foi estruturada da seguinte forma:

Participantes da Rede em âmbito Nacional	Papéis dos envolvidos
Gestores Nacionais: Representantes do Ministério do Turismo (MTur) e Sebrae.	Apoiar e acompanhar o processo de roteirização no país.
Coordenação Executiva.	Gerenciar o processo de roteirização no país.
Grupo consultivo: Outros representantes do Ministério do Turismo, Sebrae, e alguns técnicos dos Sebrae UF.	<ul style="list-style-type: none">- Acompanhar todo o processo de repasse de metodologia de roteirização;- Participar na seleção dos agentes multiplicadores.
Consultor-orientador: Profissional contratado.	<ul style="list-style-type: none">- Apoiar o grupo de consultores-tutores na realização dos trabalhos por meio de orientações a distância e/ou in loco;- Analisar o resultado das oficinas de planejamento e visitas técnicas;- Apoiar na orientação dos consultores para o desenho de produtos e processo de comercialização de roteiros turísticos.
Consultor-planejador: Profissional contratado.	<ul style="list-style-type: none">- Apoiar no planejamento do processo de roteirização;- Realizar encontros de nivelamento sobre o processo de roteirização com consultores-tutores;- Contribuir para animação da Rede de Cooperação Técnica;- Identificar possíveis dificuldades ou problemas que venham a surgir durante o processo de vivência do processo de roteirização.

Participantes da Rede em âmbito Local	Papéis dos envolvidos
Consultor-tutor: profissional do mercado.	<ul style="list-style-type: none"> - Construir e implementar uma metodologia de roteirização adequada às realidades do território em estudo; - Realizar a oficina de planejamento em conjunto com o consultor-planejador e coordenar as visitas técnicas; - Repassar de forma prática a metodologia de roteirização utilizada; - Capacitar os agentes envolvidos no processo de roteirização (técnicos Sebrae, órgãos oficiais de Turismo, Senac e Agentes Multiplicadores); - Orientar e animar a rede de execução para a implementação de ações.
Rede de execução: grupo formado por representante do Órgão Oficial de Turismo, Sebrae, Senac e da Governança local.	<ul style="list-style-type: none"> - Apoiar a implementação das ações de roteirização; - Participar de reuniões do grupo quando necessário; - Apoiar na articulação dos atores da cadeia produtiva do turismo do território do roteiro; - Ter compromisso com o processo de roteirização, ajudando na viabilização de ações e captação de recursos quando necessário.

Em seguida, foi formada a chamada Rede de Vivência que integrou os representantes institucionais das Unidades Federativas (Sebrae, Órgãos Oficiais de Turismo e Senac) e seis consultores de cada macrorregião selecionados pelo Grupo Consultivo, sendo chamados de **Agentes Multiplicadores**.

Agentes Multiplicadores

consultores indicados pelo órgão oficial de turismo, Sebrae das Unidades Federativas e selecionados pelo Grupo Consultivo do Projeto.

Os agentes multiplicadores foram selecionados a partir de alguns critérios pré-estabelecidos pela gestão nacional:

- ▶ Conhecimento sobre processos de roteirização turística no país;
- ▶ Habilidades no desenvolvimento de projetos turísticos;
- ▶ Articulação e boa interlocução entre a comunidade e trade turístico;
- ▶ Flexibilidade e liderança.

Capacitação Vivencial

O repasse das metodologias de roteirização foi realizado de forma participativa através de uma oficina de planejamento e até 05 visitas técnicas para acompanhamento in loco da implementação do processo de roteirização.

Os representantes institucionais e agentes multiplicadores selecionados passaram a participar da **capacitação vivencial**.

Num segundo momento foram selecionados pelo Ministério do Turismo e Sebrae 5 roteiros que seriam a base para o estudo em roteirização no país. Para esta seleção levaram-se em consideração destinos onde:

- ▶ A atividade turística já estivesse sendo desenvolvida;
- ▶ Houvesse, prioritariamente, parcerias estabelecidas entre destinos complementares, comunidade e empresários locais

Desta forma, foram selecionados os roteiros:

- ▶ **Norte** – Vale do Acre;
- ▶ **Nordeste** – Roteiro Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses;
- ▶ **Centro-Oeste** – Brasília, Chapada dos Veadeiros;
- ▶ **Sudeste** – Estrada Real;
- ▶ **Sul** – Foz do Iguaçu, Missões.

Os técnicos e agentes multiplicadores foram capacitados por meio do conhecimento prático sobre a operacionalização de um roteiro turístico, tornando-se aptos a disseminar o conhecimento em todo o território nacional.

ANOTAÇÕES

4: FERRAMENTAS E SUAS APLICAÇÕES

Neste capítulo, apresentaremos as principais ferramentas utilizadas pela equipe técnica e gestora do projeto no processo de roteirização além dos **principais destaques** identificados nas 5 metodologias de roteirização.

Relembramos que a leitura da publicação da Rede de Cooperação é imprescindível para o entendimento sobre o processo de roteirização implementado pelos consultores tutores, e a leitura de ambos faz-se necessária para a apropriação das metodologias pelos gestores das unidades estaduais. As ferramentas estão disponíveis para download no endereço: www.marcabrasil.org.br/disseminacao.

4.1 Proposta do projeto

A proposta que norteia o Projeto **Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização** possui quatro vertentes não seqüenciais, mas concomitantes. São elas:

Vivência – Roteirização – Comercialização – Formação de Redes.

O **processo de vivência** refere-se ao aprendizado “In Loco”, onde técnicos e consultores são convidados a participar da capacitação tendo como foco a estruturação de roteiros integrados de forma prática durante o período de 12 meses. O modelo apresentado nesta proposta pode ser utilizado para capacitações vivenciais

Aprendizado vivencial

Aprendizado estimulado pela experiência da situação e/ou objeto estudado. Ocorre normalmente, fora da sala de aula, com métodos menos convencionais de apresentação e absorção das informações.

relacionadas a outros temas, além da roteirização, adaptando-o conforme a atividade.

No **processo de roteirização**, são contempladas metodologias de trabalho estruturadas a partir das Diretrizes do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo e de acordo com as características de cada destino trabalhado. No item seguinte (4.2) detalharemos as metodologias de roteirização e repassaremos orientações sobre suas utilidades.

Ao iniciar o processo de roteirização procura-se dar enfoque à terceira vertente aqui mencionada - a **comercialização**. Os consultores-tutores devem trabalhar o processo sempre focando nas ações de comercialização, embora alguns roteiros estejam executando ações de desenvolvimento.

No caso da Rede de Cooperação, as ações de roteirização foram trabalhadas em curto espaço de tempo, (12 meses), no qual obtivemos ao final a apresentação e a comercialização dos roteiros no Salão do Turismo de 2006. Além da integração e competitividade, a comercialização deve ser o foco principal da roteirização.

E finalmente, a vertente da **formação de redes**, que é um grande desafio pelo fato de trabalhar em territórios diversos, envolvendo agentes com interesses distintos.

Descrição da ferramenta

Descrição A proposta apresenta o conceito e as características do Projeto Rede de Cooperação Técnica, o modelo de atuação, os envolvidos no processo e a forma de execução do mesmo em território nacional.

Informações principais A principal característica do projeto é que apresenta quatro vertentes não seqüenciais, mas concomitantes (vivência, roteirização, comercialização e formação de redes).

A proposta é flexível e possibilita adequações conforme a região de atuação, apresenta fácil assimilação do aprendizado, contribui para o comprometimento dos atores envolvidos e estimula o processo de integração comercial.

Usuário principal	Equipe técnica do projeto.
Quando usar	A proposta de trabalho, apesar de ser bastante utilizada no início do processo de formação de agentes, é capaz de nortear todas as etapas de execução do projeto.
Potenciais usos	A proposta pode ser utilizada em projetos estruturantes possibilitando: a organização do processo de roteirização, estímulo ao trabalho em rede e definição de papéis dos envolvidos; Poderá ser utilizada também nos projetos em que se deseja estabelecer processos integrados de comunicação e de definição de responsabilidades e iniciativas que exijam fixação do aprendizado visando a multiplicação – apoio à organização metodológica e ao acompanhamento da execução.
Possibilidades de adequação	Sugerimos que para o uso de gestores em suas unidades estaduais, possam adequar a ferramenta para estruturar processos de envolvimento de parceiros e atores locais, definindo suas responsabilidades em determinada ação/projeto de roteirização. É importante destacar que o objetivo da proposta deve ser reestruturado e focado em ações práticas de formatação e estruturação de roteiros e não de capacitação de atores em roteirização.
Onde encontrar	. CD do projeto Disseminação do Conhecimento. . CD do projeto Rede de Cooperação – anexo à publicação. . Website do projeto de Disseminação.

4.2 Metodologias Regionais

É fundamental para maior detalhamento sobre as 5 metodologias de trabalho utilizadas pelos consultores-tutores, uma leitura prévia da publicação do projeto. Na publicação, os gestores poderão visualizar o *passo a passo* metodológico dos processos de roteirização implementados nas Regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, além dos aspectos operacionais de cada etapa.

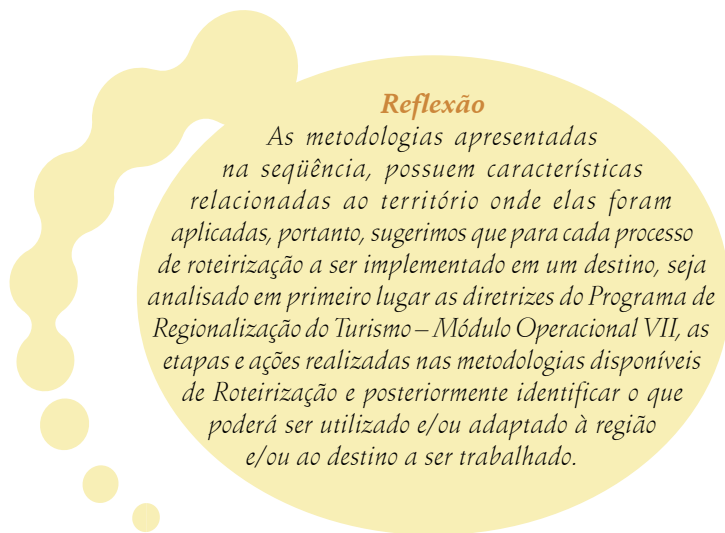
Conforme já mencionado, o projeto **Rede de Cooperação Técnica para Roteirização** contempla 05 metodologias de trabalho diferentes, estruturadas a partir das Diretrizes do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo e de acordo com as características de cada destino trabalhado.

Cada consultor contratado, mesmo tendo experiência comprovada em processos de roteirização, recebe orientações sobre o programa de Regionalização do Turismo – Módulo Operacional VII – e em seguida propõe uma metodologia adaptada às condições de cada território em estudo, respeitando as características locais, recursos e tempo disponíveis.

Autores das Metodologias Regionais:

- ▶ **Sul e Nordeste** – Karin Goidanich;
- ▶ **Norte** – Adonis Zimmermann e José Ornellas;
- ▶ **Sudeste** – Flávio Vitarelli;
- ▶ **Centro-Oeste** – Livia Santos.

Principal desafio: estruturar os roteiros em prazo determinado, tendo como base o Programa de Regionalização do Turismo e, ao mesmo tempo, capacitar técnicos convidados no processo de roteirização vivencial.



Importante

Sugere-se que para cada destino seja elaborada uma metodologia específica, que leve em consideração as peculiaridades locais e baseada nas diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo.

Descrição da ferramenta

Descrição As metodologias Regionais apresentam as etapas de trabalho executadas pelos consultores-tutores para a implementação do processo de roteirização em 5 regiões.

A finalidade das metodologias é nortear o processo de estruturação de roteiros com foco para o mercado.

Informações principais As metodologias foram criadas por consultores contratados pelo projeto Rede de Cooperação e estruturadas a partir das Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização do Turismo (MTur). Dentre as informações contempladas nas metodologias, estão as etapas do processo de roteirização e as principais ações executadas nos territórios em estudo (Vale do Acre – Norte; Roteiro Integrado Jericoacoara/Delta/Lençóis – Nordeste; Roteiro Integrado Brasília/Chapada dos Veadeiros – Centro-Oeste; Roteiro Estrada Real – Sudeste e Roteiro Integrado Iguaçu/Missões – Sul).

Usuário principal Técnicos e Gestores de Turismo.

Quando usar Durante todas as etapas da Rede de Cooperação.

Potenciais usos As metodologias apresentadas podem ser utilizadas, como subsídio em territórios que estejam iniciando processos de roteirização.

Possibilidades de adequação As 5 metodologias apresentadas possuem características relacionadas aos territórios onde elas foram aplicadas. Portanto, sugerimos que para cada processo de roteirização a ser implementado em um destino, seja analisado em primeiro lugar as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo (Módulo Operacional VII), as etapas e ações realizadas nas metodologias disponíveis de roteirização e posteriormente identificar o que poderá ser utilizado e/ou adaptado à região e/ou ao destino a ser trabalhado.

Onde encontrar

- . Publicação Rede de Cooperação.
- . CD do projeto Rede de Cooperação – anexo a publicação.
- . CD do projeto Disseminação do Conhecimento.
- . Website do projeto de Disseminação.

Vale reforçar que as metodologias não devem ser utilizadas como “receitas”, pois cada destino/região possui sua dinâmica de trabalho e suas características. Desta forma, colocamos à disposição as metodologias de roteirização que podem ser utilizadas, em parte, como subsídio em processos de roteirização.

4.2.1 Sul

A metodologia de trabalho da região Sul pode ser utilizada como subsídio em ações que tenham por objetivo a integração de atores, intervenções táticas visando o processo de integração comercial e criação de instância de governança. Dentre os principais aspectos trabalhados na Região Sul, destacamos:

A. Criação e fortalecimento de um núcleo multirepresentativo

Refere-se ao reconhecimento de instituições representativas de um roteiro, para que possam cooperar entre si, permitindo a quebra de barreiras territoriais e busca de soluções práticas e otimizadas para a consolidação de um roteiro integrado.

B. Definição de ações estratégicas

Para a identificação de ações estratégicas, é necessária uma boa análise de informações relacionadas ao destino em estudo (oferta, demanda, mercados prioritários e segmentos âncoras). As ações estratégicas devem ser acordadas e definidas pela rede de execução em conjunto com o consultor-tutor, podendo ser estruturada a partir de um plano de ação, objetivando detalhamento de atividades prioritárias e definição de responsabilidades, que contribuirão para agilidade na execução das ações.

C. Estabelecimento das relações de confiança

Relaciona-se com o estreitamento de relações entre os atores participantes do processo a partir de identificação de objetivos e interesses coletivos.

D. Integração internacional

Refere-se ao envolvimento efetivo entre países no processo de construção da governança regional para consolidar o processo de roteirização integrada.

Na página 28 apresentamos uma tabela que resume as etapas metodológicas executadas do processo de roteirização da região Sul e que encontram-se detalhadas na publicação da Rede de Cooperação.

4.2.2 Sudeste

A metodologia de trabalho da Região Sudeste pode servir como base para dar visibilidade a roteiros interestaduais em processo de consolidação. Dentre os principais aspectos trabalhados na Região Sudeste, destacamos:

A. Integração de outras rotas de diferentes destinos

Refere-se à identificação de outros caminhos/rotas capazes de agregar valor ao roteiro principal e atender novos mercados. Para esta ação é interessante identificar, através de pesquisas, o público que se deseja atingir, além do perfil do turista que irá consumir o produto.

B. Análise sistematizada das informações

Refere-se à identificação de informações estratégicas no território e realização de pesquisa de mercado capaz de nortear a criação de um catálogo de serviços turísticos.

Na página 30 apresentamos uma tabela que resume as etapas metodológicas executadas do processo de roteirização da região Sudeste e que encontram-se detalhadas na publicação da Rede de Cooperação.

4.2.3 Centro-Oeste

A metodologia de trabalho do Centro-Oeste poderá subsidiar projetos de estruturação de roteiros e integração comercial da cadeia produtiva. Dentre os principais aspectos trabalhados na Região Centro-Oeste, destacamos:

A. Mudança de postura dos empresários quanto ao trabalho cooperado

Refere-se à realização de ações (reuniões, encontros, missões técnicas) que estimulem o processo de conhecimento mútuo, estabelecimento de laços de confiança e construção participativa, ou seja, "mudança de postura dos empresários para transformar concorrentes de um mesmo cliente para parceiros de um mesmo produto". (Lívia Santos, Rede de Cooperação Técnica para Roteirização – Experiência do Brasil.)

B. Ampliação da Rede de Serviços ou Rede Gestora

Refere-se à integração de vários setores da cadeia produtiva do turismo a partir da compreensão sobre suas relações comerciais, formas de distribuição e principalmente sobre as formas de se trabalhar em rede de forma ética, profissional e sustentável.

C. Assimilação da necessidade de integração comercial do roteiro por parte dos agentes de receptivos locais

Conscientização dos agentes de mercado local que pode se dar através de reuniões e encontros, objetivando a importância de se trabalhar de forma integrada para a competitividade de um roteiro.

Na página 32 apresentamos uma tabela que resume as etapas metodológicas executadas do processo de roteirização da região Centro-Oeste e que encontram-se detalhadas na publicação da Rede de Cooperação.

4.2.4 Nordeste

A metodologia da Região Nordeste, pode subsidiar intervenções com foco no fortalecimento da governança local, integração de produtos e em projetos turísticos que tenham como foco o processo de comercialização. Dentre os principais aspectos trabalhados na Região Nordeste, destacamos:

A. Estabelecimento de segmentos âncoras

Refere-se à análise de informações sobre os produtos de um território e seleção criteriosa de bens e serviços ofertados ao mercado de primeira grandeza. Tais produtos possuem características peculiares, podendo ser agrupados por segmentos turísticos, aqui denominados de segmentos-âncora.

B. Construção da Rede Gestora

A construção da Rede Gestora só é possível quando se tem o comprometimento dos agentes participantes a partir de definição de interesses comuns. A partir deste trabalho é possível identificar o fortalecimento do grupo que será capaz de cooperar entre si, permitindo a quebra de barreiras territoriais e buscando

soluções práticas e otimizadas para a consolidação de um roteiro integrado. Para a construção da rede gestora, é fundamental a realização de encontros presenciais e a distância (internet), reuniões periódicas para compartilhar avanços, desafios, dificuldades e definições de estratégias de resultado.

C. Ações diferenciadas visando a integração e a comercialização

Refere-se à realização de encontro entre lideranças empresariais, jornada de negócios, definição de produtos âncoras, objetivando a integração de um roteiro e a comercialização.

Na página 34 apresentamos uma tabela que resume as etapas metodológicas executadas do processo de roteirização da região Nordeste e que encontram-se detalhadas na publicação da Rede de Cooperação.

4.2.5 Norte

A metodologia da Região Norte pode nortear processos de fortalecimento de segmentos da cadeia produtiva e projetos de estruturação de novos produtos turísticos para o mercado. Dentre os principais aspectos trabalhados na Região Norte, destacamos:

A. Diversificação da Oferta

Está relacionado à capacidade de identificação de novos atrativos capazes de dinamizar e agregar valor ao roteiro turístico. A identificação dos atrativos pode ser feita através de visitas técnicas realizadas por um profissional da área de mercado.

B. Conhecimento e Posicionamento do produto

Está relacionada à realização de pesquisa para análise da oferta e demanda capaz de nortear ações para o posicionamento de mercado. A finalidade da pesquisa é conhecer os produtos ofertados atualmente e direcionar o trabalho de reestruturação da oferta de acordo com o público que se deseja atingir.

Na página 36 apresentamos uma tabela que resume as etapas metodológicas executadas do processo de roteirização da região Norte e que encontram-se detalhadas na publicação da Rede de Cooperação.

Tabela resumo da Metodologia - Região Sul

	Etapa I	Etapa II	Etapa III	Etapa IV	Etapa V
Etapa	Organização e estruturação do grupo executor	Análise sistêmica do processo de integração	Construção de um plano de integração e definição de ações de operacionalização de mercado	Implantação das ações planejadas	Acompanhamento e monitoramento das ações previstas no plano
Ações previstas nesta etapa	Reuniões para envolvimento dos atores.	1 - Levantamento de dados; 2 - Análise das informações.	Realização de Oficina de trabalho.	Articulação local e envolvimento dos parceiros.	Reuniões e encontros de trabalho.
Objetivo da ação	Formar o grupo de pessoas responsáveis pelo desenvolvimento do processo.	1.a - Elaborar diagnóstico preliminar do produto turístico regional com base em fontes primárias e secundárias; 2.a - Sistematizar as informações colhidas na fase de levantamento de dados, de modo a possibilitar a identificação dos pontos fracos e pontos fortes, das ameaças e das oportunidades.	Definição de ações integradas visando o processo de comercialização do Roteiro Integrado Iguassu-Misiones.	Implementação das ações estabelecidas no plano de integração.	Acompanhamento e monitoramento das ações de comercialização do Roteiro Integrado Iguassu-Misiones.

<p>Produto da ação</p>	<p>Formação do grupo executor.</p> <p>Construção de um plano de trabalho conjunto.</p>	<p>1.b - Diagnóstico preliminar do produto (através de turísticos, equipamentos e serviços disponíveis e infraestrutura básica de apoio), do mercado, da concorrência e a sistematização das macro-tendências;</p> <p>2.b - Análise dos dados de forma integrada.</p>	<p>Definição dos componentes do produto integrado, de seu posicionamento no mercado a partir de um processo de segmentação, dos objetivos estratégicos e das ações programadas para o alcance dos objetivos coletivos.</p>	<p>Inserção efetiva do Roteiro Integrado Iguassu-Misiones no mercado de turismo com delimitação geográfica a ser definida com base nos estudos da Rede de Execução.</p>	<p>Alinhamento dos processos de planejamento com a execução das ações.</p>
<p>Como foi feito</p>	<p>Foram identificadas as entidades e/ou instituições públicas e privadas envolvidas com o processo de governança na atividade turística da região.</p> <p>* Essa ação se caracterizou como um processo complexo, tendo em vista o vasto território envolvido e o grande número de instituições participantes.</p>	<p>1.c - Aplicação de formulários e instrumentos de pesquisas de campo;</p> <p>2.c - Aplicação da matriz PFOA (Potencialidades, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), no qual foram analisados, no primeiro momento, pelos consultores-tutores e posteriormente, com a participação da Rede de Execução.</p>	<p>Realização de oficina de trabalho com a Rede de Execução e consultores-tutores.</p>	<p>Por meio da articulação e fortalecimento do processo de governança local em convergência com os objetivos do roteiro Integrado.</p>	<p>Por meio dos encontros de trabalho com a Rede de Execução, consultores-tutores, Agentes Multiplicadores e observadores.</p> <p>Para dar andamento nas ações planejadas, a Rede de Execução participou de uma série de reuniões presenciais, gerando documentos com as deliberações do grupo.</p>

Fonte: Publicação Rede de Cooperação – Experiência do Brasil

Tabela resumo da Metodologia - Região Sudeste

	Etapa I	Etapa II	Etapa III	Etapa IV	Etapa V
Etapa	Prospecção e pesquisa	Análise da Oferta	Formatação de roteiros	Promoção e comercialização	Avaliação, manutenção e novos produtos.
Ações previstas nesta etapa	<ul style="list-style-type: none"> - Visita aos municípios; - Pesquisa com operadores; - Identificação dos receptivos e produtos locais; - Determinação das vocações; - Tematizações do Caminho Velho e Estrada Real. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visita aos municípios; - Preenchimento do checklist (formulários específicos para empresas de turismo); - Realização do banco de imagens; - Reafirmação das vocações e tematizações. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indicação de roteiros; - Estudo dos pontos fortes e fracos; - Diagnóstico da roteirização para o Caminho Velho a partir da análise dos elos da cadeia produtiva do turismo; - Análise de dados estatísticos nacionais e regionais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estruturação do Plano de comunicação; - Propostas de Fam Tour e Fampress; - Estudos de demanda; - Definições de estratégias de Marketing; - Propostas de materiais promocionais; - Criação do Catálogo de Serviços. 	<ul style="list-style-type: none"> - Avaliação de todas as etapas e processos; - Discussão sobre novos roteiros e papel de cada instituição parceira; - Validação do Catálogo de Serviços com grupo da Rede de Cooperação.
Objetivo da ação	Realizar as pesquisas preliminares e definir quais os municípios integrariam o campo de trabalho.	Organizar o banco de dados do Caminho Velho.	Apresentar os resultados dos levantamentos realizados e identificar os tipos de roteiros que poderiam ser desenvolvidos.	Estruturação de um plano de comunicação para os roteiros e descrição de seus processos de comercialização.	Avaliar os processos e sugerir novos roteiros para a Rede de Cooperação.
Produto da ação	Identificação de vocações e municípios do roteiro.	Banco de Dados.	Definição de roteiros prioritários.	<ul style="list-style-type: none"> - Definições de estratégias de Marketing; - Definição de materiais promocionais; - Catálogo de Serviços. 	Análise do processo de roteirização.

<p>Como foi feito</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa de gabinete e campo; - Visita aos municípios; - Análise de informações já existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visita aos municípios e pesquisa da oferta turística; - Reuniões com atores da Rede de Cooperação. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas aos municípios; - Elaboração de tabelas (Atratividade, Demanda Regional, Atividades Culturais/Eventos Naturais/Serviços) a partir dos dados coletados; - Análise de informações (Dados do Ministério do Turismo, Demanda Internacional, Dados Regionais, Estudos de mapas e municípios emissores conforme representatividade populacional, econômica e acessos); - Análise das atividades das agências de receptivos dos municípios do roteiro; - Análise de todos os elos da cadeia produtiva; - Definição de segmentos prioritários. <p>Os dados foram identificados pela consultoria por meio de visita aos municípios e as definições dos segmentos foram técnicas, com validação dos parceiros da Rede de Cooperação.</p>	<p>Reuniões com atores da Rede de Cooperação e envolvimento direto dos agentes de mercado local.</p>	<p>Reuniões para avaliação de todas as etapas e processos. Debate sobre os novos roteiros e definição dos papéis entre os parceiros institucionais.</p>
------------------------------	--	---	---	--	---

Fonte: Publicação Rede de Cooperação – Experiência do Brasil

Tabela resumo da Metodologia - Região Centro-Oeste

	Etapa I	Etapa II	Etapa III	Etapa IV	Etapa V
Etapa	Organizando o Território	Aprendendo e ensinando	Mãos à obra Visitas Técnicas	Vendendo o peixe	Celebrando a pesca
Ações previstas nesta etapa	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa preliminar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Oficina de Planejamento; - Envolvimento das agências de receptivo turístico local; - Pesquisa de campo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Envolvimento da comunidade empreendedora; - Criação de banco de Dados; - Formatação de roteiros; - Consolidação da formatação de roteiros; - Encontro com as agências de receptivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitação da Rede de Cooperação para as estratégias de promoção e comercialização; - Projeto de Marketing Turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Oficina de validação metodológica; - Entrega de manual técnico para roteirização (material de suporte para implementação de novos roteiros).
Objetivo da ação	<p>Conhecer o território em estudo e ações realizadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Integração inicial dos participantes da Rede e entendimento sobre o projeto; - Identificação produtos /roteiros turísticos já em operação em toda a região contemplada e ainda o entendimento das formas e instrumentos utilizados para a divulgação do destino, promoção e comercialização dos roteiros; - Registro dos potenciais e as principais vocações do destino, contextualização geográfica da região, 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitação dos seis consultores multiplicadores no processo de envolvimento da comunidade empreendedora; - Continuidade da capacitação dos seis consultores da macrorregião para o desenvolvimento e formatação dos roteiros turísticos; - Checagem in loco os produtos turísticos em operação que foram identificados na pesquisa de campo para compor o corpo do roteiro e formatar roteiros comercializáveis; - Apresentação dos roteiros 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento de estratégias de comercialização para o roteiro Brasília/Chapada dos Veadeiros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apresentação e avaliação das etapas e processos da metodologia desenvolvida.

		identificação das necessidades de infraestrutura e de equipamentos turísticos, bem como listagem de possíveis projetos para a região.	turísticos formatados à Rede de Execução (Sebrae Setur e Senac dos estados de GO e DF); - Apresentação do "Roteiro Disparador", formatado e validado pelo grupo capacitado para a devida colocação do mesmo no mercado.		
Produto da ação	Pesquisa preliminar com dados do território.	- Identificação de roteiros que são comercializados pela região; - Envolvimento de receptivos e atores da Rede de Cooperação.	- Banco de Dados; - Formatação de roteiros; - Envolvimento da comunidade empreendedora.	- Projeto de Marketing Turístico.	- Roteiros Validados pelos participantes da Rede; - Manual técnico de roteirização; - Banco de dados dos produtos/roteiros desenvolvidos.
Como foi feito	- Levantamento e análise de dados. As informações avaliadas foram extraídas de projetos, estudos, planos, roteiros desenvolvidos, inventários, guias turísticos, mapas e bibliografias específicas da região contemplada.	- Oficinas de planejamento; - Diversas Reuniões com receptivos locais; - Pesquisa de gabinete e campo; - Visitas técnicas.	- Capacitação vivencial dos seis consultores multiplicadores; - Aplicação de formulário descritivo comercial de atividades e empreendimentos; - Análise in loco dos produtos turísticos em operação identificados na pesquisa de campo (aplicação de formulário de pesquisa de campo); - Reunião com empresários; - Reunião com Rede gestora; - Reunião com atores da Rede de Cooperação.	- Capacitação dos agentes multiplicadores para o entendimento sobre os aspectos de acesso ao mercado e ainda das regras de remuneração, comissionamento e distribuição da cadeia produtiva do turismo; - Análise de Planos já existentes (Ministério do Turismo e órgãos oficiais de turismo), consolidação de briefing; - Reuniões com a comunidade empreendedora; - Contribuições dos atores da Rede de Cooperação.	- Oficina de validação com agentes da Rede de Cooperação; - Para o manual técnico e banco de dados foram realizados trabalhos de campo, reuniões e pesquisas ao longo das etapas de roteirização.

Fonte: Publicação Rede de Cooperação – Experiência do Brasil

Tabela resumo da Metodologia - Região Nordeste

	Etapa I	Etapa II	Etapa III	Etapa IV
Etapa	Formação da Rede de Execução	Levantamento de Dados e Diagnóstico	Plano Estratégico para o processo de roteirização	Implementação do Plano Estratégico
Ações previstas nesta etapa	Encontros com grupo Institucional dos Estados da Região (Ceará/Piauí/Maranhão) composto por: Sebrae, Secretarias de Turismo e Senac.	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa para identificação de informações já existentes sobre o território em estudo; - Elaboração de Diagnóstico (análise de tendências dos produtos ofertados, do mercado e da concorrência); - Síntese e seleção dos segmentos âncoras e seu mercado-alvo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistematização de informações estratégicas levantadas na etapa II; - Análise de informações por parte da Rede de Execução e consultoria; - Elaboração do Plano Estratégico. 	Implementação das ações estratégicas.
Objetivo da ação	Sensibilizar os atores institucionais (rede de execução) para o processo de roteirização integrado, definição de papéis e responsabilidades.	Selecionar os principais produtos, ou seja, os conjuntos de bens e serviços, ofertados ao mercado, de primeira grandeza.	<ul style="list-style-type: none"> - Estabelecer um plano estratégico para a roteirização da região; - Desenvolver, de forma integrada, todas as partes que compõem o sistema turístico, garantindo um funcionamento mais eficaz e efetivo do processo. 	Dar velocidade à execução de ações estratégicas para o roteiro Integrado a partir de um esforço coletivo da Rede de Execução.
Produto da ação	Fortalecimento e integração institucional.	Definição de segmentos âncoras.	Plano Estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento de alianças estratégicas de caráter regional; - Pesquisas para a criação uma mensagem global do Roteiro Integrado, envolvendo as especificidades dos segmentos-âncoras;

<p>Como foi feito</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reuniões com grupo institucional; - Planejamento das atividades conjuntas; - Comunicação virtual e presencial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa de campo e gabinete para levantamento de dados (utilizando instrumentos metodológicos para sistematização de informações); - Análises feitas de forma coletiva pela rede de execução em encontros presenciais ou através da Internet; - Comunicação entre rede de execução e consultora-tutora por meio de encontros presenciais ou pela Internet; - A partir da definição de alguns critérios e análise de informações coletadas, foi possível selecionar os segmentos-âncoras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análise de informações estratégicas (ambiente externo, situação da oferta e mercado); - O Planejamento estratégico foi organizado em três momentos: o primeiro a partir dos princípios norteadores do processo de roteirização, o segundo partiu de algumas premissas básicas sobre o destino e em seguida estabeleceu os objetivos estratégicos e o último delimitou o plano operacional com um conjunto de macro-ações; - Reuniões com Rede de Execução e consultor-tutor; - Validação com a comunidade empresarial do roteiro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivo ao desenvolvimento de novos produtos, dentro dos princípios da sustentabilidade e relacionando-os com os produtos-âncoras; - Incentivo às ações de melhorias das estruturas e dos serviços relacionados com as expectativas do mercado-alvo e dos padrões do turismo sustentado; - Maior relacionamento entre as agências operadoras locais, nacionais e internacionais com os empreendedores da região; - Ampliação dos canais de distribuição e comunicação das informações sobre a oferta do Roteiro Integrado.
			<ul style="list-style-type: none"> - Análise de informações estratégicas (ambiente externo, situação da oferta e mercado); - O Planejamento estratégico foi organizado em três momentos: o primeiro a partir dos princípios norteadores do processo de roteirização, o segundo partiu de algumas premissas básicas sobre o destino e em seguida estabeleceu os objetivos estratégicos e o último delimitou o plano operacional com um conjunto de macro-ações; - Reuniões com Rede de Execução e consultor-tutor; - Validação com a comunidade empresarial do roteiro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivo ao desenvolvimento de novos produtos, dentro dos princípios da sustentabilidade e relacionando-os com os produtos-âncoras; - Incentivo às ações de melhorias das estruturas e dos serviços relacionados com as expectativas do mercado-alvo e dos padrões do turismo sustentado; - Maior relacionamento entre as agências operadoras locais, nacionais e internacionais com os empreendedores da região; - Ampliação dos canais de distribuição e comunicação das informações sobre a oferta do Roteiro Integrado.

Fonte: Publicação Rede de Cooperação – Experiência do Brasil

Tabela resumo da Metodologia - Região Norte

	Etapa I	Etapa II	Etapa III	Etapa IV
Etapa	Ações preparatórias	Planejamento do roteiro	Fortalecimento e organização do núcleo gestor	Implementação do Plano Operacional
Ações previstas nesta etapa	<ul style="list-style-type: none"> - Coleta de dados e informações; - Apresentação e discussão da proposta de roteirização com cadeia produtiva; - Definição do núcleo gestor do projeto; - Nivelamento técnico do núcleo gestor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboração dos estudos de mercado; - Definição do recorte territorial; - Elaboração do plano operacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realização do primeiro encontro estadual de hoteleiros de Rio Branco e o primeiro encontro estadual com Agentes de Viagens; - Realização de encontro de negócios entre Peru e Acre; - Reunião Técnica entre operadores/agencias de viagem e companhia aérea peruana. 	<ul style="list-style-type: none"> - Melhoria e expansão da oferta de atrativos e infra-estrutura turística; - Qualificação dos Serviços Turísticos; - Formatação de pacotes turísticos receptivos; - Participação em eventos de comercialização.
Objetivo da ação	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar informações já existentes sobre o território em estudo para definição de roteiros prioritários; - Identificar os atores para o processo de formação do grupo núcleo gestor (rede de execução local). 	<p>Definir o recorte territorial para o processo de roteirização e elaborar um plano operacional para este roteiro.</p>	<p>Mobilizar e envolver atores locais para o processo de roteirização.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Qualificar a oferta de produtos e serviços turísticos do roteiro; - Formatar os produtos que serão comercializados e definir estratégias de comercialização.
Produto da ação	<ul style="list-style-type: none"> - Sistematização de informações sobre o território; - Envolvimento inicial do grupo gestor e nivelamento técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudo de Mercado realizado; - Roteiro definido; - Plano operacional elaborado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Maior envolvimento de atores de mercado; - Encontros Estaduais e de Negócios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Formatação de roteiros junto às agências de receptivos locais; - Participação em Eventos.

<p>Como foi feito</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisas de campo e gabinete; - Reuniões técnicas entre Sebrae e Setur local. 	<ul style="list-style-type: none"> - O estudo de mercado foi realizado por um profissional especializado a partir de visita técnica, análise de informações e pesquisa de mercado nacional; - O roteiro a ser trabalhado foi definido por meio da análise do estudo de mercado, definição de critérios e debates com grupo gestor e atores da Rede de Cooperação; - O plano operacional foi elaborado a partir das necessidades emergenciais identificadas pelos consultores e grupo gestor. 	<p>Realização de encontros com agentes de mercado e reuniões técnicas com grupo gestor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participação da Rede de Execução na implementação das ações; - Reuniões com agências receptoras e articulações entre atores locais; - Participação em eventos nacionais.
------------------------------	---	---	---	--

Fonte: Publicação Rede de Cooperação – Experiência do Brasil

4.3 Projeto de Marketing do Roteiro Integrado - Centro-Oeste

Descrição da ferramenta

Descrição O projeto de Marketing do Centro-Oeste apresenta orientações detalhadas sobre a criação de identidade, marca, material promocional, plano de Comunicação e plano de estruturação para *Famtour* e *Fampress* para o roteiro Brasília – Chapada dos Veadeiros.

Informações Dentre as principais informações destacamos:

- principais**
- ▶ *Briefing* de ações para criação de um marketing integrado (roteiro, criação de *links*, tangibilização da identidade e da marca, orientação para o material promocional);
 - ▶ Princípios norteadores do processo promocional (análise de cenários, reflexão sobre produto x experiência, informações relevantes da demanda – pesquisa de demanda, informações diversas de todo processo, etc.).

O projeto ainda apresenta sugestões de canais de comunicação, ações promocionais integradas (*folders*, *teasers*, CD, catálogo, etc.) e orientações para a estruturação de *Famtour* e *Fampress*.

A ferramenta pode ser utilizada como modelo referencial para subsidiar gestores e consultores que pretendam trabalhar com as ações de curto prazo relacionadas à promoção de um roteiro ou destino.

Usuário principal Rede executora do roteiro Integrado Brasília – Chapada dos Veadeiros.

Quando usar No planejamento das ações relacionadas à promoção de destinos e roteiros.

O projeto de Marketing compôs uma das estratégias de comercialização do roteiro.

Potenciais usos O material pode ser utilizado em processos de planejamento estratégico de marketing de um roteiro e ações pontuais com foco na integração de estratégias de promoção de mais de um destino. Vale ressaltar que para se obter um processo sustentável de marketing do produto turístico é imprescindível a construção de um **plano de marketing**.

Possibilidades de adequação As orientações do projeto de Marketing podem ser utilizadas em outros projetos cujo objetivo seja subsidiar as ações de apoio à comercialização. Deve-se adequar o material de acordo com as

necessidades encontradas em cada projeto. Sugerimos um maior detalhamento das estratégias de mercado.

Onde encontrar . CD do projeto Disseminação do Conhecimento;
. Website do projeto.

Briefing

Briefing é uma peça fundamental para a elaboração de uma proposta de pesquisa de mercado. É um elemento chave para o planejamento de todas as etapas da pesquisa de acordo com as necessidades do cliente.

Fonte: Wikipédia – www.wikipedia.org

Teasers

Teaser é o passo inicial para criar uma determinada expectativa de um novo produto e serviço no mercado, o conteúdo instituído na peça gera a pergunta “o que será?”, mas essa curiosidade é alimentada após a verdadeira divulgação, uma ferramenta muito conduzida pelos profissionais de marketing e propaganda.

Fonte: Wikipédia – www.wikipedia.org

Famtour

É uma viagem de familiarização promovida para os agentes de viagem para que possam conhecer “in loco” os destinos e produtos que irão comercializar.

Fampress

É uma viagem de conhecimento promovida para os profissionais da comunicação com o objetivo de que possam divulgar, com conhecimento, os destinos e produtos do seu Estado e do país.

4.4 Catálogo de Serviços do Roteiro Integrado Estrada Real

Descrição da ferramenta

Descrição Modelo referencial de catálogo promocional, contendo informações sobre as peculiaridades do roteiro Estrada Real, principais produtos e serviços disponíveis nos municípios.

Informações principais As principais características do catálogo são: a apresentação em forma de tarifário (com preço, duração, disponibilidade e contatos), identificação de produtos e serviços disponíveis de forma detalhada, perfil topográfico dos roteiros comercializados, calendário de eventos permanentes e informações gerais sobre os atrativos do roteiro.

	O principal benefício do catálogo é sistematizar informações de um roteiro em um único material, de forma prática que possibilite o uso por parte de agentes de viagens e operadores.
Usuário principal	Operadores e agentes de viagem.
Quando usar	O catálogo pode ser utilizado em etapas de comercialização do roteiro.
Potenciais usos	O catálogo deve ser utilizado em ações que contribuam para a comercialização dos destinos/roteiros. Vale lembrar que o uso do catálogo é feito exclusivamente por agências de viagens e operadores, não deve ser distribuído para turistas. A sistematização de informações a partir de um catálogo é uma forma estratégica de valorizar e promover um roteiro.
Possibilidades de adequação	Sugerimos que a parte do catálogo referente a preço seja facilmente substituída, pois os preços devem ser atualizados constantemente. Na confecção de um catálogo, deve-se levar em consideração o investimento x tempo de utilização do material por parte dos operadores.
Onde encontrar	Website do projeto de Disseminação do Conhecimento.

4.5 Pesquisa de Mercado do Roteiro do Acre e Análise da Pesquisa

Descrição da ferramenta

Descrição	Conjunto de Informações sobre as percepções dos agentes de mercado brasileiro em relação ao produto turístico (Acre) e o comportamento em relação à demanda por este produto.
Informações principais	A pesquisa foi realizada com agentes de mercado nacional sendo observados os seguintes aspectos: análise sobre o posicionamento do produto, a identificação de gargalos do processo promocional e identificação de mercados concorrentes. A pesquisa possibilitou um direcionamento das estratégias de mercado, criação da marca do roteiro do Acre, além de fornecer informações relevantes sobre os produtos da Região Norte.
Usuário principal	Rede Executora do Roteiro Vale do Acre.
Quando usar	As informações devem ser utilizadas no momento de definição de roteiros prioritários, estudo de criação de imagem e marca do roteiro.

Potenciais usos A pesquisa pode ser utilizada como subsídio em projetos de promoção de destinos; ações de comercialização de produtos recém-formatados; ações que objetivem sensibilizar o *trade* para o processo de reposicionamento do produto que comercializa.

Possibilidades de adequação Sugerimos que para aplicação de uma pesquisa de mercado seja garantida uma amostra de questionários significativa para obtenção de informações seguras sobre o mercado.
O modelo de questionário pode ser utilizado da forma sugerida ou poderá sofrer adequações conforme necessidade por parte de gestores e técnicos.

Onde encontrar . CD do projeto Disseminação do Conhecimento.
. Website do projeto.

4.6 Metodologia da Jornada de Negócios Jericoacoara/Delta/Lençóis

A Jornada de Negócios tem por objetivo consolidar o roteiro proporcionando maior envolvimento entre os empresários da cadeia produtiva do turismo. O principal desafio é integrar os empresários, proporcionando entendimento único sobre os objetivos na formatação de um roteiro integrado.

Para a realização das jornadas, propõe-se 5 Etapas de trabalho que levam à realização de ações para integração de atores oportunizando a geração de negócios para o roteiro (para maior detalhamento, verificar página 163 da publicação da Rede de Cooperação)

Etapas de trabalho da Jornada

- 1) Envolvimento e sensibilização das agências receptoras do território e dos portões de entrada;
- 2) Envolvimento e sensibilização dos fornecedores da Região;
- 3) Inscrição dos participantes;
- 4) Capacitação dos fornecedores;
- 5) Elaboração da programação da Jornada.

No caso do Roteiro Jericoacoara/Delta/Lençóis a jornada envolveu 3 pólos turísticos - Barreirinhas, Parnaíba e Jericoacoara. Para a jornada, foram convidadas agências de viagem (compradoras) dos três Estados (CE/PI/MA)

e em cada município visitado eram realizadas palestras, visitas técnicas e encontros de negócios com os empresários deste município.

A seguir apresentamos a tabela que detalha as principais características da metodologia da Jornada de Negócios e sua utilidade.

Descrição da ferramenta

Descrição	Conjunto de informações relacionadas à Jornada de Negócios do Roteiro Jericoacoara/Delta/Lençóis contendo objetivo, público alvo, critérios de participação, formato da jornada, atividades e programação.
Informações principais	<p>O modelo apresentado além de contribuir para o processo de comercialização, proporciona maior integração dos agentes de mercado e maior entendimento sobre os benefícios de se trabalhar roteiros de forma integrada.</p> <p>A metodologia da jornada do Roteiro Integrado possui alguns diferenciais no que se refere à inclusão de temas e debates técnicos, visando: esclarecimentos, geração de conhecimentos e identificação de gargalos empresariais.</p> <p>A partir da metodologia apresentada, podemos identificar: etapas de trabalho, critérios para a participação de fornecedores e compradores, programação prévia para o público de fornecedores e compradores.</p>
Usuário principal	Técnicos e gestores de turismo.
Quando usar	Quando houver a necessidade de integração dos agentes de mercado e incentivo à comercialização do roteiro.
Potenciais usos	Pode-se utilizar essa metodologia de trabalho em regiões que queiram dinamizar o processo de comercialização de seus produtos e diversificar a rede de fornecedores. As jornadas de negócios também possibilitam o fortalecimento da rede de serviços e integração de agentes de mercado.
Possibilidades de adequação	Para utilização desta metodologia em outro roteiro, sugerimos um maior tempo para o processo de reconhecimento dos agentes de mercado em relação aos possíveis fornecedores do destino a ser visitado.
Onde encontrar	<ul style="list-style-type: none">. CD do projeto Disseminação do Conhecimento.. Publicação do projeto Rede de Cooperação – anexo.. Website do projeto.

4.7 Manual para a Roteirização - Centro-Oeste

Descrição da ferramenta

Descrição O Manual de roteirização do Centro-Oeste contém as etapas básicas e os procedimentos para o desenvolvimento de roteiros e produtos turísticos, desde a criação até as etapas finais de avaliação.

Informações principais O manual possui linguagem simples e direta, apresenta os principais aspectos sobre a formatação de um roteiro turístico comercialmente viável e qualificado (flexível, segmentado, dinâmico, aborda elementos intangíveis da região). Apresenta dicas sobre formação de preço do produto turístico e propõe análise sobre: infra-estrutura, programação, capacidade de atendimento, serviços e equipamentos inclusos.

O manual de roteirização do Centro-Oeste possibilita uma análise dos principais aspectos a serem observados e as ações que devem ser executadas durante o processo de estruturação de roteiros. O manual apresentado pode servir de referência para outros destinos que estejam iniciando processos de roteirização.

Usuário principal Técnicos e gestores de turismo.

Quando usar Durante o processo de preparação e estruturação do roteiro

Potenciais usos O manual para roteirização pode ser utilizado para direcionar ações de formatação de roteiros ou produtos turísticos.

Possibilidades de adequação O manual pode ser utilizado como subsídio em processos de estruturação de roteiros ou em etapas específicas, independente do processo de roteirização. No entanto, sugerimos que para cada destino, deva-se criar uma metodologia de roteirização específica, estruturada a partir das características de cada destino a ser trabalhado.

Onde encontrar . CD do projeto Disseminação do Conhecimento.
. Website do projeto.

4.8 Manuais de multiplicação (Participante e Agente Multiplicador)

Descrição da ferramenta

Descrição Os manuais de Multiplicação disponibilizam informações referentes à sensibilização de agentes locais para o processo de roteirização, dinâmicas que contribuem para o entendimento sobre o processo de formação de redes e etapas metodológicas utilizadas na Rede de Cooperação.

Informações principais Os manuais apresentam proposta pedagógica dinâmica e flexível e disponibilizam métodos de sensibilização de atores para o processo de roteirização a partir de atividades interativas com o público (agente multiplicador e do participante).

Usuário principal Técnicos e agentes multiplicadores.

Quando usar No momento de sensibilizar atores locais para o processo de roteirização.

Potenciais usos Os manuais podem ser utilizados em processos de sensibilização de públicos diversos; ações iniciais de projetos estruturantes que objetivem a formação de uma rede de atores comprometidos; ações que objetivem definição de responsabilidades e participação de atores.

Possibilidades de adequação Os manuais podem ser utilizados conforme modelo proposto ou poderão ser adaptados conforme objetivo da ação e necessidade dos atores locais.

Onde encontrar . CD do projeto Disseminação do Conhecimento.
. Website do projeto.

4.9 Estudo de Caso

Descrição da ferramenta

Descrição Publicação que conta a experiência dos cinco roteiros, incluindo as metodologias aplicadas e seus resultados destaque, contemplando depoimentos da equipe técnica e participantes.

Informações principais A publicação apresenta linguagem simples sobre os processos gerados, disponibiliza informações sobre as etapas de trabalho e resultados das macrorregiões sobre o aspecto de estruturação dos roteiros e formação da rede de cooperação.

O material poderá servir como ferramenta de análise para gestores que estejam iniciando o processo de estruturação de roteiros, podendo também subsidiar o trabalho dos consultores a partir dos “erros” e “acertos” vivenciados no projeto Rede de Cooperação.

Usuário principal Gestores, técnicos e estudantes de turismo.

Quando usar No momento de divulgar as ações executadas no projeto Rede de Cooperação.

Potenciais usos A publicação pode ser utilizada em todo o processo de disseminação da experiência ou para disponibilizar orientação e dicas para o processo de estruturação de roteiros integrados.

Possibilidades de adequação O modelo proposto da publicação pode ser adequado para apresentação de outras experiências.

Onde encontrar . CD do projeto Disseminação do Conhecimento.

. Website do Projeto.

5: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para se trabalhar com processos de roteirização é necessário um amadurecimento por parte dos territórios e uma articulação efetiva entre os atores que os compõem. A construção de uma metodologia adequada às peculiaridades e dinâmicas de cada destino/região é fundamental para um bom resultado na estruturação de roteiros.

É importante destacar que não existe uma única fórmula para se estruturar roteiros, mas pode-se afirmar que o trabalho cooperado e a articulação institucional são grandes indutores deste processo.

As ferramentas e metodologias apresentadas neste guia têm por objetivo proporcionar um maior conhecimento técnico, seja em processos de roteirização e/ou processos de desenvolvimento da atividade turística nos territórios, possibilitando novos usos por parte de gestores e técnicos de turismo.

A partir das ferramentas e metodologias apresentadas, observa-se grande diversidade das formas de trabalhar o processo de roteirização. Cada consultor utilizou sua experiência profissional, ainda que pautados pelas diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo e as especificidades do próprio Projeto.

No trabalho com as redes de execução e de vivência, as experiências metodológicas foram ajustadas e detalhadas conforme o contexto regional e, claro, com as contribuições dos integrantes das redes.

Observando as metodologias e ferramentas disponibilizadas, são verificados alguns elementos diferentes, outros semelhantes e complementares.

Há similaridade, principalmente, no que diz respeito aos instrumentos utilizados nas etapas de análise de mercado, à sensibilização/envolvimento da cadeia produtiva do turismo e ao desenvolvimento e formatação de novos produtos.

Assim, sugerimos que as metodologias e ferramentas apresentadas sejam analisadas de forma criteriosa antes de qualquer aplicabilidade e, se necessário, adequadas conforme as necessidades e características de cada região e/ou destino.

E, finalmente, entendemos que para complementar a leitura e análise das ferramentas e metodologias é essencial consultar a publicação da Rede de Cooperação – Experiência do Brasil e demais materiais disponibilizados pelo Projeto de Disseminação do Conhecimento.

ANOTAÇÕES

ANOTAÇÕES

ANOTAÇÕES

ANOTAÇÕES

ANOTAÇÕES

6: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brasil, Ministério do Turismo, SEBRAE. Rede de Cooperação Técnica para Roteirização – Experiência do Brasil, 2007

BRASIL, Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil – Formação de Redes. Brasília, 2005

BRASIL, Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil – Diretrizes Políticas. Brasília, 2004.

BRASIL, Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil – Diretrizes Operacionais. Brasília, 2004.

FICHA TÉCNICA

SEBRAE NACIONAL

Paulo Tarciso Okamoto, Diretor-Presidente

Diretoria de Administração e Finanças

Carlos Alberto dos Santos, Diretor

Diretoria Técnica

Luiz Carlos Barboza, Diretor

Unidade de Atendimento Coletivo Comércio e Serviços (UACCS)

Ricardo Guedes, Gerente

Dival Schmidt

Ilma Ordine Lopes

Germana Magalhães

Valéria Barros

INSTITUTO MARCA BRASIL

Sílvio Barros, Presidente

Daniela Bitencourt, Diretora Superintendente

Alice Souto Maior

Adriana Girão

Márcia Lemos

Marcela Nascimento

Samara Matos