

#### 4 ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO

Para o estabelecimento da Estratégia de Desenvolvimento do Turismo na Área de Planejamento do Prodetur II no Pólo Costa dos Coqueirais foi avaliado o conjunto dos produtos existentes e suas condições gerais. Foram analisados os pontos fortes e fracos, oportunidades e riscos da área, notadamente em relação a seus competidores diretos. Neste caso foram analisados: clima, qualidade ambiental e paisagística, atrativos, marketing, competitividade, oferta de mão de obra e qualidade dos serviços. O resultado obtido indica as diretrizes estratégicas a serem perseguidas pelo Estado para o desenvolvimento do setor turístico, fortalecendo-o como atividade econômica e social. Para tanto, foram utilizadas matrizes do tipo SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) onde o cruzamento da potencialidade e oportunidade indicam o que deve ser explorado, através de prioridades desejáveis, enquanto a relação risco e fraqueza apresenta os pontos vulneráveis, para os quais se devem prever ações visando sua neutralização ou mitigação.

A seguir são apresentadas as análises referentes a pontos fortes, fracos, oportunidade e riscos relacionados ao desenvolvimento integrado do turismo sustentável da área de planejamento.

TABELA 54 –AVALIAÇÃO DOS PONTOS FORTE E FRACOS, OPORTUNIDADES E RISCOS DO PRODUTO COSTA DOS COQUEIRAIS

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
CLIMA		Clima estável e agradável, temperatura média anual de 25°. Chuvas concentradas em período específico	Período chuvoso entre abril e agosto, influenciando no volume de turistas de lazer.
OPORTUNIDADE	Boas condições climáticas para a venda de produtos turísticos, mesmo aqueles que não tenham relação direta com clima como por exemplo turismo de negócios e eventos.	Prioridade Desejável Reforçar bons aspectos climáticos na imagem de marca para a venda de Produtos diversificados e complementares	
RISCO	Impossibilidade de obtenção de fluxo significativo de turistas de lazer no período chuvoso		Diversificar comercialização de produtos não relacionados ao clima, viabilizando fluxos nos períodos chuvosos (principalmente seminários e eventos).

QUALIDADE AMBIENTAL E PAISAGÍSTICA		PONTO FORTE	PONTO FRACO
			Região compreende área de boa qualidade ambiental e paisagística, sem grandes áreas degradadas ou com inserção de elementos que comprometam o conjunto.
OPORTUNIDADE	Produtos ligados à boa qualidade ambiental e paisagística, inclusive no segmento de ecoturismo, tem boa chance de desenvolvimento.	Prioridade Desejável Desenvolver Produtos ligados à boa qualidade ambiental e paisagística, tais como turismo de natureza, de forma a complementar o turismo de sol e mar. Garantir a preservação dos ecossistemas	
RISCO	Não há garantia de preservação de áreas ambientais e paisagísticas. Produtos implementados poderão ser inviabilizados caso haja ocupação desordenada		Desenvolver legislação para regulamentação ambiental e de uso do solo; implementar mecanismos de fiscalização e monitoramento; e fortalecer órgãos ligados ao meio ambiente e recursos hídricos.

EXPLORAÇÃO DOS ATIVOS		PONTO FORTE	PONTO FRACO
			Lagoas, mangues e dunas estão preservados, não havendo ainda comprometimento devido à exploração turística excessiva
OPORTUNIDADE	Qualidade dos ativos propicia exploração turística.	Prioridade Desejável Implantar infra-estrutura turística sustentável para exploração dos ativos. Divulgar ativos como fonte de atração para o turismo.	
RISCO	Ativos explorados de forma inadequada levam ao comprometimento do potencial turístico.		Desenvolver, implantar e fiscalizar regulamentação para exploração dos ativos, (Planos de Manejo, Planos de Recuperação/ Preservação de áreas frágeis).

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
CAPACIDADE DE SUPORTE		Pelo baixo nível de desenvolvimento das atividades turística na área, os níveis de utilização dos recursos ambientais encontram-se aquém de sua capacidade de suporte.	Desconhecimento da capacidade de suporte dos ecossistemas da região.
OPORTUNIDADE	Maior aproveitamento dos ativos ambientais para desenvolvimento de atividades turísticas.	Prioridade Desejável Desenvolver os produtos existentes aumentando as atividades turísticas relacionadas aos recursos naturais sem, no entanto, comprometé-los.	
RISCO	Os ativos podem ser degradados se houver extrapolação da capacidade de suporte.		Desenvolver estudos de capacidade de suporte, implantando, fiscalizando e monitorando diretrizes.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
PRODUTOS TURÍSTICOS		Já há gama diversificada de produtos sendo comercializados além de atrativos com potencialidade de virem a formar futuros produtos.	Alguns produtos não têm força de comercialização quando tratados de forma isolada
OPORTUNIDADE	Produtos complementares, comercializados de maneira integrada, têm capacidade de aumentar interesse do turista pela região e tempo médio de permanência.	Prioridade Desejável Priorizar produtos já comercializados, desenvolvendo produtos/ atrativos complementares no mesmo circuito.	
RISCO	A comercialização conjunta de produtos de qualidade diferente pode levar à insatisfação do visitante em relação ao todo.		Estabelecer conjunto de atrativos de forma balanceada e que justifique implantação de infraestrutura de apoio de forma integrada.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
ATRATIVOS		Os atrativos da região são abundantes e diversificados, principalmente os naturais e os histórico-culturais.	Alguns dos atrativos não estão estruturados para recebimento adequado de visitantes.
OPORTUNIDADE	Atrativos com grande capacidade de desenvolvimento sem comprometimento atual de qualidade e ainda pouco explorados turisticamente.	Prioridade Desejável Estruturar atrativos de maneira a desenvolvê-los de forma sustentável não comprometendo a qualidade dos mesmos.	
RISCO	O desenvolvimento de atividades turísticas junto a atrativos não estruturados pode levar a comprometimento futuro dos mesmos.		Não apoiar atividades turísticas em áreas ainda não estruturadas adequadamente. Buscar mecanismos para estruturação.

ARTESANATO		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Riqueza e variedade de produtos, com produção de peças de significativo valor.	Devido à dificuldade de comercialização a produção de artesanato tem ficado cada vez mais restrita e concentrada em pontos específicos do estado.
OPORTUNIDADE	Boa qualidade e originalidade das peças e artigos facilitam comercialização e estimulam visitação. Existe potencialidade para aumento de produção.	Prioridade Desejável Aumentar produção de artesanato por meio de capacitação profissional.	
RISCO	Não escoamento da produção leva ao desinteresse do artesão e estagnação da atividade cultural.		Apoiar sistema de comercialização (a cargo da iniciativa privada), através da formação de parcerias, capacitação e divulgação.

SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Culinária local variada, com grande número de estabelecimentos ligados à alimentação e bebidas.	Não há controle de qualidade na grande maioria dos estabelecimentos.
OPORTUNIDADE	Identificação da qualidade do serviço facilita escolha e aumenta nível de satisfação e gasto médio do turista	Prioridade Desejável Apoiar implantação de sistema de classificação e divulgação de serviços prestados em alimentação e bebidas como forma de melhoria contínua desses.	
RISCO	Serviços não classificados adequadamente podem ser marginalizados e levar à diminuição de postos de trabalho		Capacitar profissionalmente a população e os empresários para melhoria dos serviços prestados e manutenção de qualidade.

PREÇOS TURÍSTICOS		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Maior concorrência entre meios de hospedagem está levando a preços mais competitivos.	Há um achatamento de preços em virtude da concorrência e disputa pelo mesmo turista
OPORTUNIDADE	Produtos e serviços de qualidade com preços mais baixos como forma de atração de maior número de turistas	Prioridade Desejável Implantar infra-estrutura de apoio como forma de atração de investimento do setor privado para melhoria dos equipamentos existentes.	
RISCO	Perda de qualidade de serviços em virtude da baixa nos preços.		Induzir/ apoiar criação de mecanismos de controle de qualidade, geridos pela própria iniciativa privada, para os meios de hospedagem.

QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		População com alto índice de hospitalidade e “boa vontade” pode ser aproveitada para melhoria da qualidade dos serviços turísticos.	Pessoal sem treinamento especializado atuando no setor leva a baixa qualidade de serviço.
OPORTUNIDADE	Produtos com qualidade de serviços diferenciados podem ser mais competitivos.	Prioridade Desejável Desenvolver produtos com boa qualidade de serviços que funcionem como indutores e sirvam como referência de padrão.	
RISCO	Serviços podem melhorar nível e não conseguir demanda suficiente para cobrir custos.		Implantar ações de melhoria de infra-estrutura e divulgação de destino para apoio ao aumento da demanda.

OFERTA DE MAO-DE-OBRA		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Disponibilidade de população buscando novas oportunidades de trabalho.	População não capacitada para absorver postos de trabalhos na área de turismo.
OPORTUNIDADE	Disponibilidade de mão-de-obra suporta novos investimentos e aumento da infra-estrutura turística.	Prioridade Desejável Criação de políticas de atração de investimentos privados para absorção de mão-de-obra disponível.	
RISCO	Comprometimento da qualidade do produto e desvalorização do potencial em virtude de serviços de baixa qualidade.		Criar programas de controle de qualidade, evitando a comercialização de produtos com prestação de serviço não profissional ou de baixa qualidade.

POPULAÇÃO LOCAL		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Hospitalidade e Receptividade ao turista.	População tem baixa auto-estima.
OPORTUNIDADE	População tem disposição para envolvimento na atividade turística. Caso isso aconteça, pode ter melhorada sua qualidade de vida.	Prioridade Desejável Preparar a população para recepção do turista por meio de campanhas e treinamento, capacitando-a ao envolvimento em atividades ligadas ao turismo.	
RISCO	Baixa auto-estima da população pode ser identificada pelo turista, criando imagem negativa.		Implantar campanhas de promoção do sentimento de orgulho do povo sergipano e melhorar qualidade de vida da população.

GESTÃO PÚBLICA		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Bom relacionamento entre Estados e Municípios	Administrações municipais não estão estruturadas e capacitadas para atuação adequada.
OPORTUNIDADE	Possibilidade de implantação de políticas integradas de desenvolvimento turístico	Prioridade Desejável Estruturar órgãos ligados à gestão do turismo de maneira integrada.	
RISCO	Criar vínculos de dependência extrema (paternalismo) ou burocracia excessiva que dificulte gestão.		Preparar órgãos municipais para atuação integrada, equipando-os e capacitando pessoal. Criar mecanismos que permitam efetiva implementação de política integrada.

PARCERIAS ENTRE SETOR PÚBLICO E PRIVADO		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Há uma vontade expressa tanto pelo setor público quanto pelo setor privado de formação de parcerias para o desenvolvimento do Turismo de Sergipe.	Falta de experiência anterior na formação de parceria gera insegurança aos atores.
OPORTUNIDADE	Grande parte das ações necessárias para desenvolvimento da área pode ser realizada através de parcerias entre os setores público e privado.	Prioridade Desejável Atrair o setor privado para investimentos ligados ao turismo por meio de mecanismos que possibilitem formação de parceria	
RISCO	O não cumprimento das responsabilidades das partes envolvidas pode inviabilizar o alcance do objetivo proposto e comprometer formação de novas parcerias.		Buscar formação de parceria a partir de experiências implantadas com sucesso em outras localidades.

PROCESSO DE PLANEJAMENTO		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		Estado está planejando o desenvolvimento integrado do turismo de Sergipe.	Até recentemente planejamento era feito de maneira descoordenada, sem diretriz única.
OPORTUNIDADE	Planejamento participativo leva a maior confiabilidade no processo e efetiva implementação das ações propostas.	Prioridade Desejável Desenvolver cultura de processo participativo, envolvendo setores e comunidades nas responsabilidades necessárias à implementação do Plano	
RISCO	Setores não se envolverem de maneira adequada no processo de planejamento e na implementação das ações.		Criar mecanismos de planejamento integrado que se adequem à realidade das estruturas vigentes.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
ORGANIZAÇÃO DO SETOR TURÍSTICO		Diversos agentes do setor estão propensos à sua organização.	Apesar da tendência de estruturação, ainda há dispersão de ações.
OPORTUNIDADE	A organização do setor cria possibilidade de sucesso de implantação de política integrada.	Prioridade Desejável Fomentar a articulação entre os diversos agentes, permitindo a implantação de políticas integradas.	
RISCO	Não obtenção de resultados satisfatórios em virtude da dispersão de ações.		Coordenar a organização do setor, estruturando as ações a serem implementadas, minimizando esforços e otimizando resultados.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
CAPACIDADE EMPRESARIAL		O empresário local é composto por sergipanos, interessados no desenvolvimento da atividade turística local	Pouco conhecimento do setor turístico e baixa capacidade administrativa e gerencial.
OPORTUNIDADE	Possibilidade de ampliação de investimentos no setor a partir do interesse demonstrado pelo empresário.	Prioridade Desejável Implantar infra-estrutura de apoio e propiciar formação de parcerias como forma de atração do setor empresarial.	
RISCO	Capacitação e melhoria dos serviços pode aumentar custos fixos, inviabilizando estabelecimentos que não conseguem manter fluxos mínimos.		Desenvolver programas de capacitação em paralelo ao programas de atração de turistas e /ou linhas de financiamento, permitindo implantação de melhorias/ estabilidade de condições financeiras.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
MARKETING		Sergipe é produto novo no mercado. A grande maioria dos turistas atuais teve como motivo a indicação de amigos/ conhecidos. Visitantes demonstraram satisfação com o produto e mais de 90% tem intenção de voltar.	Não há planejamento ou programa de marketing envolvendo ações sistêmicas e consistentes para a venda do produto Sergipe.
OPORTUNIDADE	Ações recentes de marketing tem despertado interesse junto ao turista potencial.	Prioridade Desejável Implantar Programa Estadual de Marketing, evitando ações dispersas e fora de planejamento integrado.	
RISCO	A divulgação de produtos ainda não estruturados pode trazer sérios prejuízos ao estado, atraindo público e não satisfazendo expectativas geradas.		Programa de Marketing centrado, na primeira fase, em atrativos já consolidados e estruturados.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		COMPETITIVIDADE	Localização estratégica entre os dois maiores portões de entrada do NE: Salvador e Recife. Existência de atrativos com potencialidade de serem desenvolvidos como produtos singulares e complementares entre si.
OPORTUNIDADE	Região tem potencialidade turística diferenciada e condições de ter imagem de marca a partir de suas principais características: tranquilidade e qualidade de vida.	Prioridade Desejável Desenvolver Produtos singulares, diversificando produto sol e mar, atraindo mercados específicos e capazes de incluir o Estado em roteiros consolidados na Região.	
RISCO	Estruturação ineficiente sem uma "âncora" forte pode caracterizar o destino como "eterno complementar".		Promover desenvolvimento de produtos complementares de forma que o conjunto tenha características de produto principal..

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		PATRIMÔNIO HISTÓRICO	Região dispõe de importante acervo de patrimônio histórico com produtos consolidados e comercializados de forma integrada.
OPORTUNIDADE	O circuito formado por São Cristóvão, Laranjeiras e Aracaju é mais atraente do que visitação individual, criando ainda noção de conjunto de patrimônio histórico.	Prioridade Desejável Tratar o circuito de forma integrada visando o desenvolvimento equilibrado da região e a conservação do patrimônio existente.	
RISCO	A má conservação e falta de estrutura do patrimônio de uma das localidades pode comprometer o conjunto.		Implantar a�oes para valorização e preservação do patrimônio histórico cultural com garantia de sustentabilidade econ�mica.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
		ACESSIBILIDADE	SE 100, rodovia de cunho turístico e que atende � maior parcela da demanda de Sergipe, está implantada em sua quase totalidade.
OPORTUNIDADE	Poucas complementa�oes permitem que o sistema iniciado com a SE 100 Sul atenda toda a região e seja indutor de desenvolvimento econ�mico.	Prioridade Desejável Criar sistema interligado de transportes com vistas � atra�o de investimentos privados e oferta de produtos turísticos complementares.	
RISCO	A não complementa�o do sistema de acessibilidade pode comprometer sua funcionalidade, levando � não obtenção dos benefícios esperados.		Implantar a�oes necessárias � complementa�o do sistema de acessibilidade permitindo sua plena utiliza�o.

		PONTO FORTE	PONTO FRACO
INFRA-ESTRUTURA		Energia elétrica e comunicações não apresentam restrições para desenvolvimento turístico. Água e drenagem urbana estão em condições satisfatórias (problemas pontuais).	Meio Ambiente está sendo impactado por deficiências em saneamento (principalmente esgoto e resíduo sólido) .
OPORTUNIDADE	Em locais específicos, sistemas de infra-estrutura dispõem de capacidade de atendimento maior que demanda, podendo absorver expansão de atendimento.	Prioridade Desejável Otimizar utilização dos sistemas com capacidade excedente à demanda. Desenvolver mecanismos de atração de investimentos privados para áreas que já dispõem de adequados sistemas de infra-estrutura.	
RISCO	A falta de condições de saneamento, além de impactar o meio ambiente, pode restringir atividade turística, comprometendo o destino e os investimentos privados realizados.		Implantar ações necessárias à solução dos problemas de saneamento, principalmente nas áreas de maior interesse turístico ou de maior geração de impactos ambientais.

Com base na identificação de pontos chaves a serem abordados e nas diretrizes e prioridades do Estado de Sergipe apresenta-se a seguir a síntese da estratégia definida para o PDITS.

Como premissa básica, assumiu-se a obtenção de um perfeito equilíbrio entre as atividades turísticas e a proteção do meio ambiente, beneficiando os aspectos socioeconômicos e histórico-culturais e contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Para tanto, baseia-se no entendimento de que parcerias haverá de ser formadas e que é de fundamental importância a participação dos municípios e da sociedade local no planejamento e na gestão compartilhada e eficaz do processo de desenvolvimento turístico, pretendido como contínuo e permanente.

Em relação às diretrizes já estabelecidas para o estado, são considerados básicos os seguintes aspectos:

- Estruturar o turismo em Sergipe apoiado em três pontos:
  - § pólo regional de lazer e entretenimento;
  - § portão de entrada para o turismo nacional e internacional; e
  - § destino integrado aos demais estados da região para compor o produto turístico Nordeste.
- Divulgar o “singular” do Estado de Sergipe:
  - § A tranquilidade;
  - § a melhor qualidade de vida da região;
  - § a localização privilegiada; e
  - § as tradições peculiares.

- Desenvolver parcerias com organismos do setor público e privado e com a sociedade organizada, de modo a viabilizar o desenvolvimento sustentável e a gestão compartilhada e eficaz do turismo no estado, com o fortalecimento do PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo, do Embratur.
- Manter o equilíbrio da baixa sazonalidade, dando continuidade à estruturação da oferta do produto turístico Sergipe e do desenvolvimento de atrativos para segmentos particulares como o turismo de negócios e eventos, além de outros, como o da melhor idade, científico e cultural, naturismo e ecologia, que possam ser implementados em qualquer época do ano.
- Estruturar os sistemas de informações e de estudos de mercado sobre o setor para atrair investimentos, orientar a gestão do turismo e subsidiar os investidores quanto à evolução da atividade no Estado.
- Estruturar programas de conscientização pública e capacitação para o turismo.

O desenvolvimento da estratégia turística de Sergipe permitirá atingir as seguintes metas:

- Induzir o crescimento da demanda turística;
- Promover a melhoria da qualidade, a diversificação e a descentralização da oferta turística em Sergipe, com a indução de criação de pousadas, apart-hotéis, hotéis-fazenda, estâncias hospedeiras e áreas para camping, e desenvolvimento de produtos complementares;
- Contribuir para tornar mais atrativos os núcleos turísticos da área, com espaços urbanos bem cuidados e a preservação do meio ambiente e do patrimônio, cultural, arquitetônico e histórico, por meio da implementação de processos de planejamento estratégico que garantam o desenvolvimento local de forma sustentável e permanente;
- Atrair eventos de forma sistemática para o Estado;
- Criar mecanismos para investimentos sistemáticos nos campos da capacitação, informação e marketing turístico.

O PDITS deverá ser integrado aos planos estratégicos de desenvolvimento municipal e servir de balizador para os planos setoriais necessários à criação das condições básicas para o desenvolvimento turístico: planos de desenvolvimento de infra-estrutura, planos de proteção e planos de desenvolvimento de equipamentos locais e regionais.

A Estratégia para o desenvolvimento do Turismo na Área de Planejamento do Pólo Costa dos Coqueirais contempla três aspectos distintos:

- Turísticos;

- Setor Produtivo; e
- Institucionais.

#### 4.1 Estratégia Turística

Com base nas análises, diretrizes e metas estabelecidas são propostas modalidades de turismo para cada um dos segmentos. São propostas como Áreas de Interesse Turístico: o Litoral Sul; a Grande Aracaju; e as Cidades Históricas. Como atrativos, são propostos os circuitos dos engenhos e das festas juninas. Os centros de apoio, locais onde serão concentrados equipamentos de suporte à atividade turística, são classificados em centro receptivo principal, núcleos receptivos, núcleos de apoio e terminais turísticos. Finalmente é proposto o Programa de Fortalecimento e Estruturação do Artesanato.

Salienta-se que, conforme mencionado anteriormente, a Cidade de Laranjeiras apesar de não estar contemplada como área de planejamento é incluída na estratégia de desenvolvimento turístico, por se tratar de importante produto já em comercialização e que poderá vir a sofrer impacto negativo caso não for englobada no conjunto de ações para o desenvolvimento proposto. Para fins de ação específica naquele município, no entanto, neste momento, somente serão consideradas aquelas ligadas ao patrimônio-histórico.

TABELA 55 - ÁREAS DE INTERESSE TURÍSTICO NA COSTA DOS COQUEIRAIS

LOCAL/ MUNICÍPIOS ABRANGIDOS	BASE CONCEITUAL	EQUIPAMENTOS / ATIVIDADES ESTRUTURANTES DESEJÁVEIS	PÚBLICO ALVO
<b>LITORAL SUL</b>			
Indiaroba, Santa Luzia do Itanhhy, Estância e Itaporanga d'Ajuda	Turismo náutico, Turismo histórico-cultural, Turismo gastronômico, Turismo de lazer, Turismo de entretenimento, e Ecoturismo.	Complexos turísticos, Marinas, Condomínios para 2ª residência / especializados para idosos; Engenhos revitalizados como estâncias hospedeiras (ao estilo das "quintas" portuguesas) e/ ou recuperação memória cultura canavieira/ hábitos rurais (tradições populares).	Visitantes de Aracaju. Por ser extensão da Linha Verde, destino complementar para turistas que visitam norte da Bahia pode haver intercâmbio de visitantes nos dois sentidos
<b>GRANDE ARACAJU</b>			
Aracaju, Barra dos Coqueiros e Nossa Senhora do Socorro.	Turismo de eventos e negócios; Turismo de aventura (mergulho e exploração subaquática) Turismo náutico Turismo ecológico	Ambiente urbano diferenciado; Hotéis de poucos andares na orla, com instalações e qualidade diferenciadas; Hotéis de cadeia; pousada resorts de alto padrão; Plataformas desativadas da PETROBRAS, como base de apoio para turismo subaquático/ aventura; Marinas/ atracadouros lazer e entretenimento; Espaço eventos/ multiuso; Restaurantes, teatros, sala de espetáculos, centros de artesanato e outros equipamentos turísticos.	Mercados nacionais (ênfase para Centro Sul) e internacional.
<b>CIDADES HISTÓRICAS</b>			
São Cristóvão e Laranjeiras	Roteiros histórico-culturais	Equipamentos Urbanos; Espaços para eventos; Serviços de alimentação e bebidas; Visitação estruturada; Recuperação e revitalização de edificações históricas com uso sustentável.	Público deve ser conquistado entre os visitantes de Aracaju e do Litoral Sul, além de pesquisadores, estudantes e historiadores.

TABELA 56 - CIRCUITOS DE INTERESSE TURÍSTICO

CATEGORIA	MUNICÍPIOS ABRANGIDOS	CONCEITUAÇÃO
Circuito dos Engenhos	Santa Luzia do Itanhy, Arauá e entorno; Itaporanga d' Ajuda, São Cristóvão, Laranjeiras e entorno.	Tem como motivação principal as edificações históricas dos engenhos. A proposta é de que os engenhos já descaracterizados ou em precário estado de conservação sejam transformados em equipamentos de hospedagem, nos moldes das quintas portuguesas. As edificações mais preservadas poderão se tornar atrativos de visitação, com exposição de costumes, equipamentos e técnicas de época.
Circuito das Festas Juninas	Indiaroba, Estância, Aracaju e Itaporanga d' Ajuda.	O circuito das Festas Juninas abrange as dez localidades onde se verificam as festas de maior tradição no Estado – além dos municípios incluídos na Costa dos Coqueirais envolve Cristinápolis, Areia Branca, Muribeca, Capela, e Neópolis. A proposição é articular os municípios de forma a fortalecer o conjunto, principalmente através de ações de planejamento, divulgação e marketing.

Visando a estruturação do espaço físico são eleitos ainda Centros de Apoio às atividades turísticas nas diversas regiões, notadamente em municípios com características peculiares de potenciais indutores, com alguma infra-estrutura já existente e equipamentos e facilidades turísticas já instalados (ainda que considerada incipiente face ao potencial verificado). Assim, devem ser incentivados os seguintes Centros de Apoio Turísticos:

- Centro Receptivo Principal      Aracaju.
- Núcleo Receptivo                      Estância
- Complexos Turísticos                  Mosqueiro  
Ponta do Saco

A estratégia turística estabelecida tem como princípio o desenvolvimento dos instrumentos de planejamento necessários ao seu desenvolvimento, tanto em relação aos Planos Diretores Municipais, e demais instrumentos legais necessários à adequada gestão, quanto à elaboração de Planos de Proteção de áreas frágeis e de Planos de Manejo para Áreas de Proteção Ambiental.

Para cada uma das áreas relacionadas foram estabelecidos metas e objetivos a serem perseguidos:

- Acessibilidade Rodoviária: criar condições para aumento do fluxo no complexo rodoviário SE 100 Sul, através da: implantação de pequenos trechos de rodovias, interligando povoados e sistema viário existente; implantação de ponte para eliminação de transposição de um dos rios via ferry-boat; e implantação de circuito de navegação fluvial, com criação de atracadouros e urbanização de áreas lindeiras.
- Estruturação de atrativos Turísticos do Litoral Sul: implantação do já referido circuito de navegação fluvial; aproveitamento das estruturas de engenhos desativados para atividades turísticas, com ênfase para hospedagem e visitação, através de parcerias com a iniciativa privada; implantação de água e esgoto em

povoados de especial interesse turístico; e implantação de sinalização turística.

- Fortalecimento de Aracaju como Centro Receptivo Principal: melhorar as condições urbanas do Bairro de Atalaia, considerado o bairro turístico da cidade; ampliar as condições de saneamento da cidade, com prioridade para os pontos que mais afetam as condições de meio ambiente e de saúde da população; melhorar o atendimento aos turistas que chegam via aérea, com complementação de obras no Aeroporto Santa Maria; estruturas atrativos turísticos, através da recuperação de patrimônio histórico no centro da cidade, projeto de revitalização do Parque da Cidade (também considerado como de preservação e recuperação ambiental), implantação do Museu do Cangaço; e implantação de sinalização turística.
- Fortalecimento dos Produtos Histórico-culturais: através de recuperação de edificações em Aracaju, São Cristóvão e Laranjeiras; e melhoria da qualidade de cidades históricas, com implantação de água, esgoto e drenagem em São Cristóvão.
- Preservação do Meio ambiente: garantir, por meio de elaboração de Plano de Proteção e Recuperação de Lagoas, Dunas e Manguezais da área de planejamento; elaboração do Plano de Manejo da APA do Urubu.

#### 4.2 Estratégia Setor Produtivo

A Estratégia para o Setor Produtivo é composta por duas ações principais: a capacitação profissional para o turismo e o fortalecimento do artesanato da Costa dos Coqueirais. A seguir são apresentadas as principais considerações sobre cada uma destas ações.

##### Capacitação Profissional para o Turismo

Visando prover o mercado de trabalho de profissionais capacitados para o exercício de diferentes ocupações gerenciais, técnicas, operacionais e administrativas pertinentes ao setor de turismo no Estado de Sergipe, ação básica para alavancar a efetiva implantação do Plano Estratégico de Turismo, é indicada a necessidade de conceber, implantar e implementar ações de educação profissional continuada.

Conforme indicado ao longo deste documento, o setor de turismo na Costa dos Coqueirais carece de profissionais capacitados para atuação nos diversos segmentos que compõem a cadeia produtiva. Os baixos índices de produtividade e de qualidade na prestação de serviços e o modelo de administração dos empreendimentos turísticos, nem sempre adequados, geram instabilidade e sazonalidade dos negócios.

A capacitação profissional proposta é encarada como uma ação complexa, que exigirá estudos, planejamento, utilização de métodos e técnicas específicos, ampla rede de parcerias e, principalmente investimento continuado,

sistematizado, de natureza educativa, o que caracteriza o termo Educação Profissional. Não se trata, portanto de um esforço concentrado de treinamento, organizado em cursos diversos, aleatoriamente definidos.

A proposta é de conceber e implantar um Sistema de Educação Profissional para o Setor de Turismo do Estado de Sergipe, que terá definidos seus objetivos, metas, estratégias e resultados esperados para um horizonte previsto de, no mínimo, dez anos, um Plano Plurianual de Ações Integradas para cada cinco anos, e Planos Anuais de Ação.

As ações educacionais a serem implementadas no âmbito do Sistema abrangerão, as diversas ocupações gerenciais, técnicas e operacionais de produção e prestação de serviços de turismo, englobando entre outras:

- O agenciamento e a operação turística – em operadoras e agências de viagens, incluindo os serviços de guias;
- A promoção de eventos e animação turística e sociocultural e os serviços de entretenimento;
- Os serviços de hotelaria – hotéis, colônias de férias, condomínios de lazer, albergues e outros;
- Os serviços de alimentação – restaurantes, bares e similares.
- As ações de educação profissional estarão também voltadas para o empreendedorismo, formando profissionais aptos para planejar, criar, instalar e gerir o seu próprio negócio em turismo, estabelecendo-se como empresários, bem como para atuar como prestadores de serviços autônomos diretamente vinculados ao setor de turismo e hospitalidade.

Os cursos a serem promovidos para a capacitação em turismo deverão contemplar os níveis básico, técnico e tecnológico, e ainda se assim exigir a demanda, fomentar o ensino de nível superior e a pós-graduação em turismo. Em sua maioria, entretanto, o sistema de educação profissional deverá privilegiar os investimentos em ocupações gerenciais e operacionais, com carga horária média.

Deverão ser firmados Instrumentos de parceria para viabilização das ações educacionais previstas nos Planos Anuais de Ação. Neste sentido entende-se a participação da Escola Técnica Federal de Sergipe focada nos cursos técnicos; do SENAC e do SENAI, nos cursos básicos de natureza operacional; da Universidade Tiradentes e da UFS, nos cursos de nível superior e de pós-graduação.

#### Fortalecimento do Artesanato de Sergipe

Reconhecidamente um produto de atratividade turística, o artesanato da Costa dos Coqueirais deve ser valorizado, incentivado e organizado. Formas associativas de produção que possibilitem aos artesãos produzir com maior qualidade, manter a autenticidade de suas manifestações artísticas, expor e

comercializar seus produtos sem estarem à mercê de intermediários, devem ser implementadas e disseminadas junto com as demais práticas a serem implementadas em todo o Estado. Centros de Produção devem ser estruturados junto às localidades tradicionalmente “artesãs” para otimizar a produção atual e promover a transmissão dessa manifestação para as futuras gerações, assim como postos de venda nos principais destinos turísticos devem ser instalados e difundidos, para facilitar a comercialização dos produtos. Para tanto deverá ser criado um Programa de Desenvolvimento e Capacitação do Artesão, apoiado principalmente pelas ações de capacitação profissional que deverá prever cursos caracterizados pela continuidade, constância e flexibilidade em função de demandas específicas.

Como desenvolvimento deste Programa será ainda buscada uma rede de agentes parceiros, coordenada pelos órgãos estadual e municipais de gestão do turismo, com a efetiva participação de outros organismos públicos, de organizações não governamentais e do trade turístico.

#### 4.3 Estratégia Institucional

Eleger o setor de turismo como área prioritária de investimento e promoção e compreender a sua importância como fator de desenvolvimento econômico e social – este é o ponto central de partida para qualquer ação, seja do poder público ou da iniciativa privada. No Estado de Sergipe, esta consciência precisa ser expandida. Observa-se ainda hoje:

- O desconhecimento das reais potencialidades turísticas do Estado;
- A desvalorização do potencial turístico conhecido e a “desconfiança” sobre a vocação turística do Estado de Sergipe, comparativamente a outros estados vizinhos.

#### Planejamento

Torna-se necessário incentivar e promover, junto aos municípios da região de abrangência, a elaboração e a implantação de Planos Estratégicos Municipais de Uso do Solo e de Desenvolvimento, e ainda, de Planos Multi-setoriais de Governo, que abordem, de forma sistêmica e integrada, a questão do turismo municipal. A adoção de tais recursos de planejamento requer, por sua vez, a sensibilização e a preparação de gestores e técnicos das administrações públicas municipais, na medida em que esta prática ainda não se tornou corrente em grande parte dos municípios brasileiros de menor porte.

#### Integração, Interação e Gestão Participativa

A análise do atual panorama institucional do setor de turismo do Estado de Sergipe leva a constatar a falta de mecanismos e da prática continuada do trabalho conjunto, do planejamento integrado e da reunião de esforços entre os diferentes órgãos e entidades da administração pública e entre os diversos

setores de governo, tanto no âmbito estadual quanto municipal. A falta de integração e articulação institucional leva, via de regra, ao desperdício de recursos e à descontinuidade das ações.

A implantação do Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR/NE no Estado, além do Programa de Municipalização do Turismo, de nível federal, tem, de certa forma, introduzido mudanças significativas neste estado de desintegração e gestão isolada. Hoje, como exemplo, encontra-se em pleno funcionamento o Conselho de Turismo do Pólo Costa dos Coqueirais que, como um mecanismo de atuação compartilhada, busca contemplar as principais dimensões do desenvolvimento, congregando representantes dos diversos segmentos que compõem a cadeia produtiva do turismo.

Torna-se necessário, para o alcance dos objetivos e metas do PDITS, promover a estruturação e o efetivo funcionamento dos Conselhos Municipais de Turismo, como mecanismo de ressonância do modelo de gestão participativa pretendido em âmbito estadual. Esforços já empreendidos neste sentido, como as iniciativas do Programa de Municipalização do Turismo, devem ser potencializados, de forma a capacitar a administração pública e as comunidades locais para a autogestão das ações locais de turismo, em sintonia com a região e o Estado em que se inserem.

Quanto à gestão participativa e à atuação integrada governo-sociedade, levantam-se ainda as seguintes necessidades:

- Criar e implantar mecanismos para atração de investimentos privados;
- Criar mecanismos, base normativa e procedimentos para a viabilização de parcerias governo-sociedade para desenvolvimento do turismo no Estado;
- Buscar oportunidades alternativas de captação de recursos para investimento, tendo em vista o desenvolvimento sustentável do turismo na Costa dos Coqueirais;
- Envolver e capacitar os atores do desenvolvimento do turismo no Estado, criando uma rede institucional que permita o seu efetivo relacionamento e a atuação integrada dos diversos níveis e instâncias de governo e das comunidades envolvidas.

#### Aumento da Eficácia dos Órgãos Públicos Promotores do Turismo

Quando se pretende implantar e obter resultados a partir de modelos inovadores de gestão, é necessário um amplo e intenso processo de mudança para adequar as organizações públicas diretamente envolvidas com o setor de turismo, para que possam fazer frente aos desafios propostos.

É preciso, numa visão mais ampla, analisar e rever o papel e a abrangência da ação do Estado e da administração pública, enquanto conjunto sistêmico de organizações e, reavaliar e transformar as políticas de administração pública, as estruturas, as interfaces, os modelos organizacionais. O fortalecimento e a

capacitação dos órgãos estaduais devem ser analisados como um movimento necessário de transformação e mudança estratégica, para que possam encarar os desafios do setor. O processo de diagnóstico e de indicação de ações de melhoria para a EMSETUR, levado a efeito no âmbito do PRODETUR/SE no período 1999-2000 e ainda não implantado, merece ser revisto como um processo ampliado e não só como um exercício de perceber e buscar soluções para os problemas detectados, do ponto de vista intra-organizacional.

No âmbito municipal, o fortalecimento e a capacitação da administração pública para a promoção do turismo local e para a atuação conjunta com o Estado e com a sociedade devem percorrer o mesmo caminho de transformação e mudança e, principalmente, de preparação e implementação de estruturas e mecanismos de gestão pública, na medida em que a ausência de condições institucionais adequadas tende a predominar. No Município de Aracaju, capital do Estado e área turística relevante, a Empresa Municipal de Turismo, em fase de criação, possui ampla condição de iniciar o seu curso organizacional já em coerência com modelos inovadores exigidos pelo segmento.

O desenvolvimento e a implementação de um modelo inovador de gestão do turismo no Estado de Sergipe, que sintonize, cada vez mais, governo e sociedade, depende, também, da introdução de recursos tecnológicos e de sistemas de informação adequados. As condições atuais deixam a desejar nesse sentido e exigem investimentos constantes. Ressalta-se assim que deve ser implantado um Sistema de Informações Turísticas, estruturado para Gestão do Turismo, com formação de banco de dados que permita acompanhar a evolução do setor.

#### Recursos Humanos para o Setor de Turismo

O setor de turismo, ainda que nos últimos anos venha despontando com vigor e se expandindo gradativamente no Estado de Sergipe, tem sido alvo de observações acerca do profissionalismo incipiente. A carência de profissionais capacitados para atuação nos diversos segmentos que compõem a cadeia do turismo, aí incluída a administração pública, é grande e diversificada e pode ser considerada sob diferentes ângulos:

- Nas organizações públicas, observa-se o esvaziamento dos quadros funcionais do turismo, principalmente de nível gerencial e técnico. A falta de valorização do servidor público, os salários defasados, a dificuldade de acesso e progressão na carreira, a falta de incentivos e a desmotivação, resultante de todos esses fatores, tornam o problema da captação, da retenção e da capacitação e aperfeiçoamento profissional continuado um desafio a ser enfrentado. Ressalta-se, neste sentido, a escassez de dirigentes e técnicos especializados em turismo;
- Há grande carência de profissionais capacitados em disponibilidade no mercado de trabalho, nos níveis básico, técnico e tecnológico, que possam ocupar, com eficiência, diferentes postos de trabalho nos empreendimentos turísticos de

toda natureza. Predominam, ainda, no mercado de trabalho do setor, os profissionais formados na prática e sem oportunidade de preparação profissional sistematizada.

Planejar e promover a instalação de oportunidades de capacitação profissional para o turismo em unidades escolares existentes ou a implantar, na Capital do Estado ou em municípios com vocação turística constitui ação prioritária. A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional em vigor instituiu, para tanto, diretrizes e orientações inovadoras para a Educação Profissional, de forma a abranger, em escolas públicas, particulares ou comunitárias, profissionais já atuantes no mercado do turismo, ou cidadãos que, egressos do ensino fundamental e médio, buscam nele ingressar. Ressalta-se, neste particular, a importância do estabelecimento de parcerias e acordos de cooperação com os agentes do setor produtivo do turismo e com as unidades de nível universitário e escolas técnicas já estabelecidas no Estado e que atuem ou se interessem em atuar na direção da educação para o turismo, inclusive em ações continuadas de educação comunitária.

### Divulgação e Marketing

A visão de marketing do turismo em Sergipe ainda não é suficientemente difundida, assimilada e praticada pelos atores e agentes do setor, seja na área pública, seja na iniciativa privada e nas organizações não governamentais, em que pesem as ações mais recentes neste sentido, voltadas principalmente para o Evento Pré-caju e a “operação casada” Carnaval – São João.

A elaboração, a implementação e a alimentação continuada de um Plano de Divulgação e Marketing do Turismo no Estado é um caminho importante a percorrer para o alcance de resultados efetivos nesse sentido, incluindo a busca de recursos alternativos para a sua concretização.

A Estratégia de Divulgação e Marketing apresenta uma ampla abordagem a ser seguida:

- Estabelecimento dos mercados-alvo – que para o Estado de Sergipe foram definidos como internacional, nacional e regional, porém cada uma das regiões apresenta públicos-alvo específicos para os quais devem ser propostas ações individualizadas; e
- Definição da “diferenciação” e do “posicionamento” da oferta e do produto turístico.

Em Sergipe a oferta turística específica, como por exemplo a proposta de revitalização dos engenhos, tornando-os estâncias hospedeiras, posiciona-se como atrativo singular que proporciona às pessoas experiências temáticas como as de reviver o dia a dia da cultura canavieira, vivenciando o modo de produção do açúcar etc. Definido o “produto turístico” a ser comercializado, torna-se necessária a exaltação de sua identidade. É criada a marca para o produto em questão, através do estabelecimento da conceituação, iconografada através de símbolo, dando origem a uma identidade visual. A mensagem transmitida ao público será eficaz na medida em que estabelecer

conexão rápida com a mente do público-alvo e passar a ocupar posição competitiva distinta e significativa.