

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

2015 – 2025

CANGUARETAMA/RN

Darlyne Virgínio
Renata Trigueiro



PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

2015 – 2025

CANGUARETAMA/RN

Presidente da República Michel Temer
Ministro da Educação José Mendonça Bezerra Filho
Secretária de Educação Profissional e Tecnológica Eline Neves Braga Nascimento

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
do Rio Grande do Norte**

REITOR

Wyllys Abel Farkatt Tabosa

PRÓ-REITOR DE PESQUISA E INOVAÇÃO

Marcio Adriano de Azevedo

COORDENADORA DA EDITORA DO IFRN

Darlyne Fontes Virginio

CONSELHO EDITORIAL

André Luiz Calado de Araújo

Dante Henrique Moura

Jerônimo Pereira dos Santos

José Yvan Pereira Leite

Samir Cristino de Souza

Valdenildo Pedro da Silva

PREFEITA DE CANGUARETAMA

Maria de Fátima Borges Marinho

SECRETÁRIO DE TURISMO DE CANGUARETAMA

José do Egito Oliveira

COMISSÃO DE ELABORAÇÃO/SISTEMATIZAÇÃO

Darlyne Fontes Virginio

Renata Paula Costa Trigueiro

EQUIPE DE PESQUISA

Amanda Mirely Cipriano Soares

Juliany Bezerril de Oliveira

Lenicélia Barros do Nascimento

Rayane Rodrigues da Silva

COLABORAÇÃO

Francisco Alves Galvão Neto

Natália Arruda da Silva

Nivanize Maria Rodrigues Viana

Paulo César Dantas Fernandes

Thalita Samara de Lima Ramos

Tiállison Felipe Martins de Andrade

Todos os direitos reservados

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha elaborada pela Seção de Processamento Técnico da Biblioteca Sebastião
Fernandes do Campus Natal Central do IFRN.

V817p Virginio, Darlyne Fontes.
Plano municipal de turismo (2015-2025) : Canguaretama/RN. /
Darlyne Fontes Virginio, Renata Paula Costa Trigueiro – Natal : IFRN, 2016.
81 p. ; il. color.

ISBN: 978-85-8333-202-2

1. Turismo – Canguaretama, RN. 2. Município de Canguaretama, RN –
Estruturação turística. 3. Planejamento turístico – Canguaretama, RN. 4.
Desenvolvimento Econômico – Canguaretama, RN. I. Trigueiro, Renata
Paula Costa. II. Título.

CDU 338.48(813.2)

DIAGRAMAÇÃO E CAPA

Eriwelton Carlos Machado da Paz

REVISÃO LINGÜÍSTICA

Maria Clara Lucena de Lemos

CONTATOS

Editora do IFRN

Rua Dr. Nilo Bezerra Ramalho, 1692, Tirol.

CEP: 59015-300 Natal-RN. Fone: (84) 4005-0763

Email: editora@ifrn.edu.br

Edição eletrônica: E-books IFRN

Prefixo editorial: 68066

Disponível para download em:

<http://memoria.ifrn.edu.br>

PARTICIPANTES DAS REUNIÕES E OFICINAS

Tipo	Empresa/Instituição representada
Empresas do setor turístico	Barraca Brisa do Mar
	Barraca da Cília
	Barraca do Tonho
	Barraca do Topa
	Blue Dream Resort
	Canoas Grill
	Natureza Tur
	Pastéis e Massas Express
	Pastel do Valmir
	Pastelaria Cunhaú
	Pipa Aventura
	Pizzaria Mão na Massa
	Pousada Caribe Sul
	Pousada Costa Cálida
	Pousada do Forte
	Pousada Kitesurf
	Pousada Odara Guest House
	Proprietário de Balsa de Travessia
	Restaurante Barra Brasa
	Restaurante Barra Vilha
	Restaurante Bela Vista
	Restaurante Camarão e Companhia
	Restaurante Camarão na Fazenda
Restaurante Charque na Brasa e Frutos do Mar	
Restaurante Da Maria	
Restaurante Monte das Oliveiras	
Restaurante Solimar	
Restaurante Tupi	
Wake ´n fun	
Empresas de outros setores	Casa Nunes Construções
	Escola CEMPA

Associações do setor	Balsa de Travessia
	Associações de Pescadores
	Associação VIVA BARRA
	Associação AIBA
Poder público Municipal	Chefe de Gabinete de Canguaretama
	Coordenadora da Defesa Civil
	Coordenadora de Turismo em Baía Formosa
	Diretora de Turismo em Baía Formosa
	Funcionários da Prefeitura de Canguaretama
	Prefeita de Canguaretama
	Câmara de Vereadores
	Secretaria de Educação de Canguaretama
	Secretaria de Meio Ambiente de Canguaretama
	Secretaria de Cultura de Canguaretama
	Secretaria de Obras de Canguaretama
	Secretaria de Transporte de Canguaretama
	Secretaria de Turismo de Canguaretama
	Vice-Prefeita de Canguaretama
Demais interessados	Consultor de Turismo
	Analista de Dados
	Analista do SEBRAE
	Empregado Rural
	Taxista
População local	Representantes da Comunidade local

SUMÁRIO

PARTICIPANTES DAS REUNIÕES E OFICINAS	3
APRESENTAÇÃO.....	7
1. PLANEJAMENTO MUNICIPAL DE TURISMO: ESTRUTURAÇÃO,	9
a. MISSÃO,	10
b. VISÃO ,	10
c. ÁREAS PRIORITÁRIAS,	10
d. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS,	10
e. MAPA ESTRATÉGICO	11
2. INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA: RESUMO DOS PRINCIPAIS DADOS,	13
a. INFRAESTRUTURA DE APOIO.....	13
b. SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS.....	16
c. ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	19
3. BREVE DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO	28
4. INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO APLICADOS E SEUS RESULTADOS	32
a. MATRIZ GUT	40
5. BANCO DE AÇÕES DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO 2015-2025	50
a. BANCO DE AÇÕES.....	51
b. INFRAESTRUTURA	51
c. MARKETING	54
d. MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE	58

e. EMPREENDEDORISMO	60
f. CAPACITAÇÃO	61
g. CULTURA	62
h. TURISMO.....	64
6. CONTROLE E AVALIAÇÃO.....	71
REFERÊNCIAS.....	72
APÊNDICES	74
SOBRE AS AUTORAS	78

APRESENTAÇÃO

O turismo é uma atividade que faz uso de forma intensiva do território, e, portanto deve-se planejar seu desenvolvimento numa ótica que aponte claramente: quais objetivos econômicos se deseja alcançar, quais espaços devem ser protegidos e qual a identidade que será adquirida ou fortalecida (DIAS, 2008).

O patrimônio natural e cultural está integrado ao território e, portanto, qualquer iniciativa de desenvolvimento deve contemplar a utilização racional dos recursos dentro de uma perspectiva de modelo de desenvolvimento sustentável.

Considerando o uso do espaço, o planejamento se constitui em uma técnica de uso imprescindível pelas administrações públicas municipais que apostam no desenvolvimento do turismo.

Esse planejamento é necessário, porque o território é um elemento básico do desenvolvimento turístico, pois abriga os recursos ambientais e culturais dos destinos turísticos, além de ser o espaço físico destinado à instalação da infraestrutura e dos equipamentos que irão atender ao fluxo de visitantes.

Vale destacar, ainda, que o turismo manifesta-se como uma atividade econômica que condiciona a organização do território, pois o utiliza, consome e transforma, o que coloca o turismo como, potencialmente, um dos principais agentes de descaracterização dos recursos em que se apoia.

Dessa forma, o uso do território pela atividade turística e a fragilidade dos recursos dos quais depende o turismo para sua continuidade justificam por si só a necessidade de se recorrer à técnica de planejamento como forma de garantir um desenvolvimento turístico sustentável (DIAS, 2008).

Considerando o planejamento turístico quando notadamente voltado para a sustentabilidade, ele pode minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos e, dessa forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo de longo prazo (DIAS, 2008).

Todavia, para que isto ocorra, o planejamento turístico deve ordenar as ações do homem sobre o território a fim de evitar que este cause danos consideráveis para a sociedade, meio ambiente e economia. O resultado esperado deste planejamento é que a cidade receptora consiga a sustentabilidade

econômica, preserve a cultura e o meio ambiente e garanta a aprovação e usufruto por parte da comunidade.

Dessa forma, o Plano Municipal de Turismo de Canguaretama/RN foi elaborado para dar continuidade ao processo de planejamento e desenvolvimento turístico do município que, desde o ano de 2013 conta com o apoio do IFRN – Campus Canguaretama na articulação e elaboração de projetos de pesquisa, tais como o Inventário da Oferta Turística do Município de Canguaretama/RN, bem como outros trabalhos desenvolvidos com foco no eixo Turismo, hospitalidade e lazer.

Assim, este documento foi desenvolvido a partir do projeto de pesquisa intitulado “DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E GESTÃO PÚBLICA: POR UM PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO EM CANGUARETAMA/RN”.

Espera-se que os gestores locais não façam distinção entre partidos, representantes políticos ou qualquer outro fator dessa vertente, ao refletirem sobre a implementação das ações aqui apresentadas. Pois, para a gestão do destino turístico Canguaretama nos próximos anos, este plano se configura como um documento imparcial e comprometido com o alcance de objetivos reais, vindos da comunidade e que devem ser levados a ela em forma de solução.

Que haja mais consciência, mais ação e menos falácia na execução das ações aqui propostas, porque o intuito é de contribuição e avanço no desenvolvimento turístico do município de Canguaretama/RN.

Boa leitura!

1. PLANEJAMENTO MUNICIPAL DE TURISMO: ESTRUTURAÇÃO

O planejamento precisa ser coerente e, portanto, estruturado ao seguir uma linha de raciocínio conexa com todas as frentes a que se propõe trabalhar. Dessa forma, este capítulo permite uma pré-visualização do corpo do documento e como ele estará organizado, partindo de uma estrutura composta por áreas prioritárias.

As áreas prioritárias elencadas, surgiram a partir das oficinas realizadas para identificação dos principais problemas ao desenvolvimento turístico local, apontados pelos atores sociais, também identificados pelo projeto que resultou neste documento.

Contudo, vale ressaltar que no segundo capítulo foi necessário o resgate de dados essenciais à construção de todo este trabalho, a exemplo do Inventário da oferta turística que foi realizado no ano de 2014 e, em seguida, no capítulo três há um breve diagnóstico levantado a partir dos dados do referido inventário.

O capítulo quatro, por sua vez, possibilita o encontro com as metodologias utilizadas na construção deste plano, que foram (essencialmente) as Matrizes: SWOT e GUT. Ambas, instrumentos ligados diretamente ao desenvolvimento de soluções aplicadas na área de administração e gestão, sendo trazidas (neste plano) para o contexto do turismo como importantes aliados na elaboração e execução de um planejamento prático, participativo e eficaz.

Assim, os dados levantados e analisados puderam compor um banco de ações que está descrito no capítulo cinco, direcionando os esforços e onde o poder público municipal de Canguaretama deve atuar para obter resultados mais concretos no desenvolvimento da atividade turística a longo prazo, de 2015 a 2025.

O último capítulo apresenta, de forma sucinta, algumas maneiras de realizar um monitoramento das ações, controlando e avaliando para que haja efetividade e os resultados esperados possam ser alcançados. Resultados esses que somente serão possíveis se o poder público municipal colocar em prática todas as ações apresentadas neste documento, além de realizar sua revisão e ajustes necessários ao longo dos próximos anos.

Destarte, este documento começa a ser estruturado, ainda no ano de 2013, quando as primeiras reuniões para firmar parcerias entre o IFRN Campus

Canguaretama e a Prefeitura Municipal de Canguaretama ocorreram. Trabalho este que teve início com o inventário e se consolida com o plano municipal de turismo, além de tantas outras iniciativas, especialmente, aquelas ligadas diretamente a capacitação e qualificação de pessoas com os cursos do eixo turismo, hospitalidade e lazer ofertados pelo IFRN, atendendo a toda a região do litoral sul e contribuindo com o desenvolvimento do turismo no Rio Grande do Norte.

MISSÃO

Planejar e investir para gerar empregos, com foco em um turismo sustentável, garantindo a qualidade dos seus atrativos e o bem-estar da população.

VISÃO

Contribuir com o crescimento do turismo sustentável da cidade de Canguaretama e torná-la um dos maiores destinos culturais do mundo.

ÁREAS PRIORITÁRIAS

1. Infraestrutura
2. Marketing
3. Meio ambiente e sustentabilidade
4. Empreendedorismo
5. Capacitação
6. Cultura
7. Turismo

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Melhorar as condições e o acesso aos serviços e à infraestrutura geral e turística;
2. Realizar a promoção do destino, de forma consciente e como parte de todo um processo de planejamento e integração regional;
3. Disseminar ideias de inovação e sustentabilidade aos produtos turísticos naturais, como forma de proteção ao patrimônio natural local;
4. Promover parcerias com vistas ao desenvolvimento e ao incremento de boas práticas em gestão e empreendedorismo no setor turístico;
5. Incentivar a inclusão social, através da capacitação profissional e gerencial, oportunizando um ingresso ao mundo do trabalho e emprego;

6. Tornar a cultura local, um instrumento de valorização social agregando um diferencial e enaltecendo suas características genuínas perante os visitantes;
7. Coordenar a atividade turística, de forma integrada à política Nacional, com participação social e mais ação.

MAPA ESTRATÉGICO

MISSÃO

Planejar e investir para gerar empregos, com foco em um turismo sustentável, garantindo a qualidade dos seus atrativos e o bem-estar da população

ÁREAS PRIORITÁRIAS

INFRAESTRUTURA	MARKETING	MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE	EMPREENDEDORISMO	CAPACITAÇÃO	CULTURA	TURISMO
<p>Vias de acesso</p> <p>Acesso aviário</p> <p>Transporte público</p> <p>Saneamento básico</p> <p>Segurança pública</p> <p>Iluminação pública</p> <p>Abastecimento de água</p> <p>Serviço de comunicação (Internet e telefonia móvel)</p> <p>Rede hospitalar</p>	<p>Divulgação equivocada do destino</p> <p>Qualidade do material de divulgação turística (virtual)</p> <p>Qualidade do material de divulgação turística (virtual)</p> <p>Orçamento para divulgação do destino</p> <p>Logomarca</p>	<p>Ações de educação ambiental</p> <p>Reciclagem a coleta seletiva do lixo</p> <p>Leis Ambientais</p> <p>Avanço do mar</p> <p>Poliuição de rios e mangues</p> <p>Descarte de resíduos químicos</p>	<p>Carga tributária</p> <p>Parceria com entidades estaduais e federais</p> <p>Incentivo à abertura de novas empresas</p> <p>Captação de novos investimentos</p>	<p>Oferta de cursos profissionalizantes</p> <p>Oferta diversificada de cursos em outras modalidades (técnico, superior e pós)</p> <p>Qualidade do ensino nas escolas municipais</p>	<p>Patrimônios Materiais</p> <p>Grupos Culturais</p> <p>Artesanato</p>	<p>Sinalização turística</p> <p>Meios de hospedagem</p> <p>Estabelecimentos de alimentação fora do lar</p> <p>Atrativos turísticos</p> <p>Roteirização turística</p> <p>Segmentação turística</p> <p>Desenvolvimento do setor de eventos</p> <p>Perfil do turista</p> <p>Opções de lazer</p>

ELEMENTOS-CHAVE (PROBLEMA)

VISÃO

Contribuir com o crescimento do turismo sustentável da cidade de Canguaretama e torná-la um dos maiores destinos culturais do mundo

2. INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA: RESUMO DOS PRINCIPAIS DADOS

O presente planejamento descreve, a princípio, informações fundamentais contidas no Inventário Turístico de Canguaretama/RN. O referido inventário foi elaborado no ano de 2014, sob a coordenação das docentes do Instituto Federal do Rio Grande do Norte, *campus* Canguaretama, Darlyne Fontes e Renata Trigueiro, com a colaboração de pesquisadores da área e alguns funcionários da prefeitura local.

O inventário turístico se trata de um levantamento e identificação de toda a oferta turística existente numa localidade, ao qual compreendem: atrativos turísticos, serviços e equipamentos turísticos e infraestrutura de apoio. Essas informações podem ser utilizadas por estudantes, pesquisadores e empresários para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade, de modo a constituir e incentivar, principalmente, o crescimento do turismo mais sustentável em uma destinação. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2009).

Além disso, a elaboração de um inventário turístico tem grandes implicações positivas para gestores e interessados, uma vez que pode fornecer dados e informações de qualidade para efetivação do planejamento do turismo nos destinos, ajudar a desenvolver adequadamente as potencialidades turísticas de uma região, bem como auxiliar na otimização dos recursos públicos, evitando a sobreposição de ações, e a conhecer as peculiaridades da oferta.

Diante disso, o presente planejamento do turismo de Canguaretama/RN segue com descrição das informações contidas em cada categoria do referido inventário. Essas categorias, em princípio, foram identificadas como: Categoria A (Infraestrutura de apoio), Categoria B (Serviços e equipamentos turísticos, e Categoria C (Atrativos Turísticos).

INFRAESTRUTURA DE APOIO

De acordo com o Inventário Turístico de Canguaretama/RN foi identificado na categoria A – Infraestrutura de apoio ao turista, sete subitens que formam o conjunto de obras de estrutura física, são eles: A1 – Informações Básicas do Município; A2 – Meios de Acesso ao Município; A3 – Sistema de Comunicações; A4 – Sistema de Segurança; A5 – Sistema Médico-hospitalar; A6 – Sistema Educacional e A7 – Outros Serviços e Equipamentos de Apoio.

No subitem ou subcategoria A1 – Informações Básicas do Município, é possível verificar:

Apresentação do Município:

A sede da Prefeitura do Município de Canguaretama está situada no Palácio Octávio Lima, na Praça Augusto Severo, 242, Centro.

Telefone: (84) 3241-1901/1902

Fax: (84) 3241-1900

Site: www.canguaretama.rn.gov.br

Informações Gerais:

População

TIPO	QUANTIDADE (IBGE)
Urbana	20.235
Rural	10.681
TOTAL	30.916

Municípios limítrofes:

Ao Norte: Goianinha, Tibau do Sul, Espírito Santo

Ao Sul: Mataraca e Mamanguape

Ao Leste: Baía Formosa

Ao Oeste: Pedro Velho

Temperaturas (Fonte: IBGE)

Média Anual (°c): 25,6 °c

Mínima (°c): 21 °c - mês: 12

Máxima (°c): 33 °c - mês: 12

Período de seca: Outubro

Período de chuva: Abril a Maio

Clima: Tropical

Altitude média: 05 m⁶

Latitude: 06° 22' 48" s

Longitude: 35° 07' 44" w

Principais atividades econômicas: Turismo, Carcinicultura, Comércio e Agricultura.

Administração Municipal

Nome da Prefeita: Maria de Fátima Borges Marinho

Telefone: (84) 3241-1901/1902

Fax: (84) 3241-1900

Nomes das Secretarias, Departamentos e Outros:

Secretaria de Turismo; Educação; Tributação; Saúde; Esporte; Transporte; Agricultura; Meio Ambiente; Assistência Social; Administração; Obras e Habitação.

Órgão Oficial de Turismo:

Nome do Órgão: SETUR

Endereço: Rua Dr. Pedro Velho, S/N.

Site: www.canguaretama.rn.gov.br

E-mail: turismo@canguaretama.rn.gov.br

Telefone/Fax: (84) 3241-1900

Sobre os equipamentos, instalações e serviços públicos, foi observado que o abastecimento de água é feito pela CAERN, por meio de tubulações, bombeamento e poços. Foi identificado ainda que não existe saneamento básico na localidade, e a empresa responsável pelo serviço de energia elétrica na região é a COSERN, em relação à coleta de lixo, tem-se como principal responsável a prefeitura local, esta realiza toda a coleta por meio de caminhões, que realizam todo tipo de coleta, menos a hospitalar, pois ainda não existe tratamento e reciclagem para os resíduos; o percentual dos domicílios atendidos é de 100%. No tocante à demanda turística, foi verificado que no decorrer do ano de 2012 um total de 100 mil pessoas visitaram o município.

Sobre o período de alta e baixa temporada, verificou-se que entre os meses dezembro a fevereiro, junho a julho são constatados os mais altos fluxos turísticos na localidade e entre maio, abril, agosto, setembro e outubro os mais baixos. Além disso, foram identificados três atrativos turísticos que recebem maior visitação turística, os quais são: Praia de Barra do Cunhaú, Capela de Nossa Senhora das Candeias, Manguezal.

Dentre as principais parcerias, rede de cooperação, intercâmbios e interfaces com o município e equipe responsável encontram-se o Governo (Federal

e Estadual), Entidade mista (SEBRAE), Instituições de Ensino (IFRN, *Campus Canguaretama*).

No subitem ou subcategoria A2 – Meios de Acesso ao Município, pode-se verificar as vias de acesso ao município. Neste foram identificados os seguintes acessos: a BR 101 que é uma Rodovia Federal, de maneira geral bem sinalizada. Possui pista duplicada e asfaltada, é mal sinalizada turisticamente e não possui pedágio; Também existe o acesso por Sibaúma, atravessando de balsa para Barra do Cunhaú, obtendo-se assim acesso a Canguaretama; e há também o acesso pela marginal, por dentro da cidade. A entrada, vindo por João Pessoa, está bem sinalizada na BR, mas dentro do município há algumas ruas com buracos.

No subitem ou subcategoria A3 - Sistemas de Comunicações foi evidenciado que existem apenas dois sistemas de comunicação na cidade: Associação Comunitária Maria dos Santos de Castro e a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos.

No subitem ou subcategoria A4- Sistemas de segurança foram apresentados quatro estabelecimentos responsáveis em executar esse tipo de serviço: a 2º Cia de Polícia Militar, pertencente ao 8º Batalhão, Delegacia de Polícia Civil, Chagas e Rocha Vigilância Patrimonial e o Grupo Rocha.

No subitem ou subcategoria A5- Sistema Médico-hospitalar pode-se observar que o sistema médico-hospitalar do município é composto por: Hospital Regional Professor Doutor Getúlio de Oliveira Sales; Unidades Básicas de Saúde; CEO- Centro de Especialidade Odontológica de Canguaretama; Policlínica Nossa Senhora Auxiliadora; DNA Center; Posto de Medicamento Carolina; 06 Drogarias.

No subitem ou subcategoria A6- Sistema Educacional verificou-se trinta e nove instituições de ensino que fazem parte desse sistema no município.

No subitem ou subcategoria A7- Outros Serviços e Equipamentos de Apoio observou-se que os residentes e visitantes da localidade podem contar com os serviços dos seguintes estabelecimentos: Banco Bradesco; Banco do Brasil; DETRAN; 03 Postos de gasolina.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Na categoria B foram elencados os serviços e equipamentos turísticos que foram organizados em sete subitens, são eles: B1 – Serviços e Equipamentos de Hospedagem; B2 – Serviços e Equipamentos de Alimentação; B3 – Serviços e Equipamentos de Agenciamento; B4 – Serviços e Equipamentos de Transportes; B5 – Serviços e Equipamentos para Eventos; B6 – Serviços e

Equipamentos de Lazer e Entretenimento e; B7 – Outros Serviços e Equipamentos Turísticos.

No subitem ou subcategoria B1- Serviços de equipamento de hospedagem, identificou-se que Canguaretama possui 20 meios de hospedagem, distribuídos em 04 tipos: Chalés, Motéis, Pousadas e Resorts. Com diárias que variam entre R\$ 100,00 e R\$ 250,00 e empregam formalmente mais de 79 pessoas.

MEIOS DE HOSPEDAGEM			
Barra de Cunhaú		Outros bairros de Canguaretama	
TIPO	QUANTIDADE	TIPO	QUANTIDADE
Chalé	01	Motel (e Pousada)	05
Pousada	12	Pousada	01
Resort	01		
TOTAL	14	TOTAL	06

Fonte: VIRGINIO & TRIGUEIRO, 2014.

CAPACIDADE HOTELEIRA		
TIPO	NÚMERO DE UH ´S	NÚMERO DE LEITOS
Chalé	09	35
Motel (e Pousada)	88	183
Pousada	167	449
Resort	18	54
TOTAL	282	721

Fonte: VIRGINIO & TRIGUEIRO, 2014.

No subitem ou subcategoria B2- Serviços e equipamentos de alimentação, verificou-se uma quantidade total de vinte e oito empreendimentos que atuam nesse ramo. A diversidade gastronômica desses empreendimentos revela que os destaques são para a Culinária Brasileira, destacando-se a gastronomia Litorânea e Caipira. Estes empreendimentos comportam uma capacidade de até 4.126 pessoas sentadas e até 6.270 pessoas em pé, boa parte possui infraestrutura adequada para a realização de eventos de pequeno porte. Empregam ainda no município mais de 168 pessoas.

SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR			
Barra de Cunhaú		Outros bairros de Canguaretama	
QUANTIDADE	CAPACIDADE	QUANTIDADE	CAPACIDADE
20	3.085	09*	1.041

Fonte: VIRGINIO & TRIGUEIRO, 20144.

No subitem ou subcategoria B3 - Serviços e Equipamentos de Agenciamento, consta que o município não possui agências de viagens e turismo, apenas 01 empreendimento que presta serviços de vendas de passagens terrestres para todo o Brasil.

No subitem ou subcategoria B4- Serviços e Equipamentos de Transportes foi observado que a cidade possui transportes públicos e particulares.

No subitem ou subcategoria B5- Serviços e Equipamentos para Eventos foi identificado que há apenas dois equipamentos específicos para a realização de eventos em Canguaretama: Clube Municipal Adriana Ribeiro e Auditório do IFRN. Porém, o município dispõe de vários espaços de lazer, que também realizam eventos e possuem grande capacidade para receber um público que varia entre 500 e 5.000 pessoas.

No subitem ou subcategoria B6- Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento, foi apontado, somando com todos os ginásios do município e demais espaços para realização de eventos e atividades de lazer, que Canguaretama conta com uma capacidade para abrigar, aproximadamente, até 11.000 pessoas distribuídas nesses espaços.

ESPAÇOS PARA REALIZAÇÃO DE EVENTOS		
QUANT.	NOME	CAPACIDADE (Pessoas)
01	Auditório do IFRN	200
02	Clube Municipal Adriana Ribeiro	1.000
03	Espaço de Convivência do IFRN	500
04	Ginásio de Esportes de Canguaretama	5.000
05	Ginásio de Piquiri	1.000
06	Ginásio de volta da Areia	800
07	Ginásio Meira Lima	800
08	Parque Turístico Fonte do Cajueiro	1.000
09	Piscina Casa Show	500
TOTAL		10.800

Fonte: VIRGINIO & TRIGUEIRO, 2014.

No subitem ou subcategoria B7 - Outros Serviços e Equipamentos Turísticos, foi destacada a Balsa de Travessia, que desempenha atividades de travessia de transportes e pessoas; Barracas de Praia em Barra do Cunhaú que funcionam como lanchonetes, bares e até restaurantes, vendem bebidas, petiscos e refeições; Centro de Turismo que apesar de possuir o nome de Centro de Turismo, atualmente funciona como ponto comercial, onde cada comerciante trabalha por conta própria, com venda de comidas, bebidas etc.; Iate Clube, associação que atua no desenvolvimento do Esporte Náutico a vela e a motor, pesca esportiva e eventos sociais, culturais e esportivos, bem como apoio às inspeções da Capitania dos Portos do RN; Lojinha da Barraca do Tonho sua principal atividade é a venda de artigos de praia, chapéus, roupas de banho e lembrancinhas da Barra do Cunhaú; Lojinha da Pousada Costa Calida que atua com venda de artigos de praia; Lojinha do Restaurante Recanto da Charque e Frutos do Mar trabalha com venda de artigos de praia, bolsas etc.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Compreendem a categoria C- atrativos turísticos, onde cinco subitens foram apresentados, são eles: C1 – Atrativos Naturais, C2 – Atrativos Culturais, C3 – Atividades Econômicas, C4 – Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas e C5 – Eventos Permanentes.

No subitem ou subcategoria C1- Atrativos Naturais, foram destacados os seguintes atrativos naturais com potencial e/ou de uso turístico: Trilha Ecológica do Vale do Catu; Restinga; Rio Catu; Piscinas naturais e Bambuzal de Piquiri. Apesar dessa identificação, vale salientar que muitos desses atrativos não estão contemplados em roteiros turísticos, conseqüentemente, não são comercializados para fins turísticos. O acesso a estes atrativos são, em sua maioria, precários. Não há transporte regular que possa levar os turistas a eles, nem tampouco equipamentos de apoio adaptados a PNE. Para uma compreensão sobre as características de cada atrativo há um quadro que apresenta, de forma detalhada, os atrativos naturais do município que se encontra na página 53 do referido inventário.

ATRATIVOS NATURAIS					
Características	Trilha do Catu	Praia da Restinga	Rio Catu	Piscina Natural - Barrinha	Bambuzal de Piquiri
Período de Funcionamento	Dias: Quinta, sexta, sábado. Horário: 06:00 às 13:00 h	Dezembro a Fevereiro, todos os dias das 10h às 13h	Dezembro a Abril, de sexta a domingo, das 08h às 17h30	Dezembro a Janeiro de sexta a Domingo	NE
Condutor/ Guias de Turismo	Sim	Sim	Guiada / não guiada	Guiada / não guiada	NI
Integra Roteiros	Não	Sim	Sim (Pipa Off Road)	Não	Não
Sinalização turística	Não	Boa	Não	Boa	Boa
Duração média da visita	Aproximadamente 3 horas	2h30	NA	NA	NA
Capacidade de Carga	Máximo 15 pessoas	Média de 200 pessoas	Não	Não	Limitado (não informado)

Taxa de visitação	O condutor recebe um valor simbólico, quando o visitante quer. Não é obrigatório.	R\$ 50,00 com guia	NI / NA	Não	NI
Unidade de conservação	Sim	Sim	Sim	NI	NI
Origem dos visitantes	Natal, João Pessoa, Goiânia, Nova Cruz.	São Paulo, João Pessoa, Rio de Janeiro, Natal.	Paraíba, Fortaleza, Pernambuco, Argentinos, Suecos, espanhóis.	Canguaretama, Montanhas, Natal, João Pessoa, Recife.	Pedro velho, Montanhas, Nova cruz.
Média anual de visitantes	Aproximadamente 1.500 visitantes	Aproximadamente 40.000 pessoas	NI	NI	NI

Fonte: VIRGINIO & TRIGUEIRO, 2014.

No subitem ou subcategoria C2- Atrativos Culturais, são destacados: Capela São João Batista; Capela do Engenho Cunhaú; Igreja Nossa Senhora da Conceição; Capela São José; Capela Nossa Senhora dos Navegantes; Lendas de Canguaretama; Arte Sacra da Igreja Nossa Senhora da Conceição; Feira de Canguaretama; Mercado Público de Canguaretama; Artesanato Tradicional da Comunidade Catu; Grupo Folclórico Nau Catarineta; Arte Sacra da Imagem Nossa Senhora das Candeias; Ritual Indígena Toré; Igreja Nossa Senhora de Fátima.

ATRATIVOS CULTURAIS - RELIGIOSOS								
Características	Capela São João Batista	Igreja Nossa Senhora da Conceição	Capela do engenho Cunhau	Igreja Nossa Senhora de Fátima	Capela São José	Arte sacra da Imagem Nossa Senhora das Candeias	Capela Nossa Senhora dos Navegantes	Arte sacra da Igreja Nossa Senhora da Conceição
Período de Funcionamento	NE	Segunda a Sexta	07 a 16 de Julho dependendo dos dias de missas.	Segunda a Sexta	Segunda a Sexta	NI	NI	NI
Integra Roteiros	Não	Não		Não	Não	Não	Não	Não
Sinalização turística	Boa	Boa	Boa	Boa	Boa	Boa	Boa	Boa
Duração média da visita	NA	NA	NI / NA	NI / NA	NA	NA	NA	NA
Capacidade de Carga	40 pessoas	Aprox. 3.000 pessoas	Aprox. 5.000 pessoas	NE / NI	Aprox. 50 pessoas	NI	Aprox. 40 pessoas	NI
Taxa de visitação	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Origem dos visitantes	Municipal	Pedro Velho, Fortaleza, Mossoró, João Pessoa.	Natal, João Pessoa, Parnamirim, Pedro Velho, Goianinha	Municipal	Pedro Velho, Piquiri, barra do Cunhau	Não há visitas no momento	Barra do Cunhau e Cangaretama	Não há visitas no momento

Fonte: VIRGINIO & TRIGUEIRO, 2014.

ATRATIVOS CULTURAIS - SOCIAIS

Características	Feira de Canguaretama	Mercado público de Canguaretama	Artesanato tradicional da comunidade Catu	Grupo Folclórico Nau Catineta	Ritual Indígena Toré
Período de Funcionamento	De Segunda à Sexta todos os dias	De Segunda à Sexta todos os dias	Dia a combinar de Fevereiro a Setembro	NA	Ritual todos os dias de Lua cheia
Integra Roteiros	Não	Não	Não	Não	Não
Sinalização turística	Boa	Boa	Não	Boa	Não
Duração média da visita	NI	NI	Aproximadamente 01 hora	NI / NE	NI
Capacidade de Carga	NE	NE	NI / NA	NE	Aproximadamente 300 pessoas
Taxa de visitação	Não	Não	Facultativo	NI	Não
Origem dos visitantes	Barra do Cunhaú, Canguaretama, Piquiri.	Barra do Cunhaú, Canguaretama, Piquiri, Montanhas.	Canguaretama, Piquiri, Goianinha.	Canguaretama	Natal, Nova cruz, Goianinha, João Pessoa.
Média anual de visitantes	NI / NE	NI / NE	Aproximadamente 1.500 visitantes	NI / NE / NA	Aproximadamente 1.500 visitantes

Fonte: VIRGINIO & TRIGUEIRO, 2014.

No subitem ou subcategoria C3- Atividades Econômicas do município, é possível verificar que essas atividades estão concentradas nas áreas de turismo e comércio, especificamente de alimentos e bebidas, artigos do vestuário e acessórios; e na agricultura e carnicultura.

No subitem ou subcategoria C4- Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas, observa-se que o município não possui realizações técnicas, científicas e artísticas conforme descrição desta Categoria pela Metodologia do Inventário da Oferta Turística, elaborado seguindo critérios estabelecidos pelo Ministério do Turismo.

No subitem ou subcategoria C5- Eventos permanentes, verificou-se um total de eventos considerados permanentes e que podem constar no portfólio do município, os quais são: Festa de Nossa Senhora de Fátima, Emancipação Política, Carnaval da Barra do Cunhaú, Festa de Nossa Senhora dos Navegantes, Santo Antônio do Povo, Festa de Reis, Padroeira Nossa Senhora da Conceição, Festa dos Mártires do Cunhaú e Festa da Batata. Estes eventos são organizados, em sua maioria, pela Secretaria Municipal de Turismo, com exceção apenas para a Festa dos Mártires de Cunhaú, que é realizada pela Paróquia da cidade e a Festa da Batata, organizada por moradores da Comunidade do Catu.

EVENTOS PERMANENTES

Características	Nome dos organizadores	Período de Realização	Atividades que atraem os visitantes	Número de visitantes por evento	Origem dos visitantes
Festa de Nossa Senhora de Fátima	Secretaria de turismo	03/05 A 13/05 De Segunda A Sexta-Feira das 07:00 Às 00:00	A festa com as bandas, a procissão e a fanfarrã.	3.000 a 5.000 pessoas.	Pedro Velho, Montanhas, Canguaretama, Vila Flor, Goianinha
Emancipação política	Secretaria de turismo	03/05 a 13/05 De segunda a sexta-feira das 07:00 às 00:00	NI	3.000 a 5.000 pessoas.	Pedro Velho, Montanhas, Canguaretama, Vila Flor, Goianinha
Carnaval da Barra do Cunháú	Secretaria de turismo	Período de Carnaval, conforme calendário civil. De sábado a quarta-feira das 08:00 às 02:00 da madrugada	passeios para a praia da restinga, festas, os blocos carnavalescos e os "pagangu" tradição na cidade, que está se perdendo por falta de incentivo.	Aprox. 20.000 pessoas.	Pedro Velho, Montanhas, Canguaretama, Vila Flor, Goianinha, nova cruz, Baia Formosa.
Festa de Nossa Senhora dos Navegantes	Secretaria de turismo	18/01	NI	Aprox. 5.000 pessoas.	Pedro Velho, Montanhas, Canguaretama, Vila Flor, Goianinha, Nova Cruz.
Santo Antônio do Povo	Secretaria de turismo	16/06 das 09:00 às 05:00 da madrugada	NI	Aprox. 5.000 pessoas.	Pedro Velho, Montanhas, Canguaretama, Vila Flor, Goianinha.
Festa de Reis	Secretaria de turismo	05/10 das 09:00 às 05:00 da madrugada	NI	Aprox. 4.000 pessoas.	Pedro Velho, Montanhas, Piquiri.

Padroeira Nossa Senhora da Conceição	Secretaria de turismo	28/11 a 08/12 das 09:00 às 05:00 da madrugada	Bandas que tocam no dia do evento, a procissão, o show de calouros e a fanfarra.	Aprox. 10.000 pessoas.	Pedro Velho, Barra do Cunhaú, Piquiri.
Festa dos Mártires do Cunhaú.	Paroquia de Canguaretama em parceria com a prefeitura.	07/07 a 16/07 das 05:00 a 10:00 da noite	NI	Aprox. 5.000 pessoas.	Pedro Velho, montanhas, Barra do Cunhaú, Piquiri, João Pessoa, Parnamirim, Natal.
Festa da batata.	Luiz Soares	01/11 a 02/11 das 08:00 a 02:00 da noite	Comidas típicas (batata doce) artesanato local, jogos indígenas (peteca, arremesso de lança, arco e flecha e maratona na aldeia).	Aprox. 400 pessoas.	Canguaretama, Goiânia.

Fonte: INVTUR, 2014.

3. BREVE DIAGNÓSTICO DO MUNICÍPIO

Em suma, sabe-se que o município de Canguaretama/RN conta com um total de 20 empreendimentos de hospedagem, sendo que 14 destes estão localizados na Barra do Cunhaú e os outros 06 em outros bairros e centro da localidade, comportando um total de 721 leitos e 282 Unidades Habitacionais. (INVTUR, 2014).

Tratando-se de serviços de alimentação foram identificadas um total de 27 barracas na orla da Praia de Barra do Cunhaú, as quais juntas somam uma capacidade de mais de 1.500 lugares para pessoas sentadas.

No que tange a espaços para eventos, foram verificados um total de 09 estabelecimentos utilizados para realização de acontecimentos programados, uma quantidade expressiva, porém apenas 02 (Clube Municipal e Auditório do IFRN) são próprios para essa finalidade.

Em relação à abertura de empresas turísticas, verificou-se que nesse novo milênio houve um aumento significativo desses empreendimentos (quase 200%), sendo a maioria (13) do ramo de hospedagem e alimentação.

Constatou-se ainda que essas empresas do setor turístico empregam formalmente um total de 354 pessoas.

No caso de Canguaretama, esse instrumento de planejamento turístico implicou na identificação de sua infraestrutura, serviços e equipamentos turísticos, bem como de seus atrativos com a finalidade turística. Os dados e informações evidenciadas na medida em que podem ser utilizadas para fins de planejamento e gestão, proporcionam ao turista real e ao potencial uma maior afinidade/aproximação com a localidade.

Apesar das relevantes contribuições apresentadas em qualquer inventário turístico, é importante destacar que um planejamento turístico não pode deter-se apenas à elaboração de um inventário, esse é o primeiro passo, pois sabe-se que o turismo é uma atividade dinâmica e que requer em seu planejamento uma visão mais holística por parte de seus gestores, auxílio de outras ferramentas estratégicas e a elaboração de planos mais específicos. Além disso, vale salientar que as informações contidas em um inventário não permanecerão inalteradas, fatores como urbanização e crescimento econômico podem exigir mudanças significativas nesses dados, o que demandará a elaboração de outros levantamentos.

Ao conhecer todo este cenário turístico local, a partir dos dados levantados pelo inventário, é fundamental realizar uma análise mais assertiva no que se refere à proposição de ações que possam contribuir com melhorias para o desenvolvimento do turismo no destino.

Diante disso, e considerando os objetivos estratégicos desse Plano, as principais ações apontadas pela equipe técnica responsável, são:

Breve diagnóstico do turismo em Canguaretama		
Área prioritária	Objetivo estratégico...	Diagnóstico com proposta de ação...
1. INFRAESTRUTURA	Melhorar as condições e o acesso aos serviços e à infraestrutura geral e turística;	<ul style="list-style-type: none"> - Captar recursos para investir mais em obras de infraestrutura que beneficiem o acesso aos atrativos, assim como, crie condições melhores para a população local em serviços básicos, que podem ser estendidos aos visitantes, a exemplo de: iluminação pública, saneamento básico, vias de acesso, entre outros. - Elaborar um plano de marketing, com vistas a divulgar o destino em através de ações eficientes e firmar parcerias com o governo do estado (EMPROTUR), contudo, um material impresso de qualidade e inovador é imprescindível nesse processo.
2. MARKETING	Realizar a promoção do destino, de forma consciente e como parte de todo um processo de planejamento e integração regional;	<ul style="list-style-type: none"> - Trabalhar novos produtos turísticos naturais para diversificar a oferta no Município de Canguaretama, já que o turismo acontece apenas no Distrito de Barra do Cunhaú, em torno do atrativo natural praia; - Realizar campanhas de sensibilização sobre a destinação de resíduos sólidos e coleta seletiva do lixo, por exemplo;
3. MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE	Disseminar ideias de inovação e sustentabilidade aos produtos turísticos naturais, como forma de proteção ao patrimônio natural local;	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer e consolidar parcerias através de redes de cooperação, pois há uma desarticulação empresarial entre os proprietários de estabelecimentos do setor turístico;
4. EMPREENDEDORISMO	Promover parcerias com vistas ao desenvolvimento e ao incremento de boas práticas em gestão e empreendedorismo no setor turístico;	<ul style="list-style-type: none"> - Considerar a Sazonalidade turística no município e trabalhar com outras alternativas para atrair a demanda, a exemplo da promoção de eventos, aproveitando o potencial dos egressos do curso técnico em eventos do IFRN;
5. CAPACITAÇÃO	Incentivar a inclusão social, através da capacitação profissional e gerencial, oportunizando um ingresso ao mundo do trabalho e emprego;	

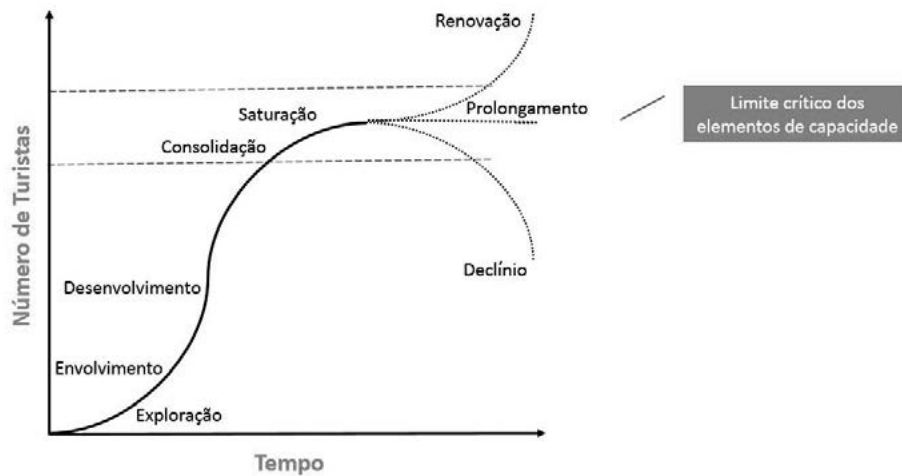
<p>6. CULTURA</p>	<p>Tornar a cultura local, um instrumento de valorização social agregando um diferencial e enaltecendo suas características genuínas perante os visitantes;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Explorar melhor a cultura e história local, pois são ricas e pouco exploradas; - Sensibilizar a população local para o conhecimento e, conseqüentemente, a valorização de seu patrimônio cultural;
<p>7. TURISMO</p>	<p>Coordenar a atividade turística, de forma integrada à política Nacional, com participação social e mais ação.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar pesquisa de demanda turística (pelo menos) duas vezes ao ano, de preferência no período de alta estação; - Implantar um Centro de atendimento ao turista, pois vários empreendimentos prestam o serviço de informações turísticas aleatoriamente e sem preparo; - Atualizar o inventário 01 vez a cada dois anos; - Fomentar mais a atividade turística é um dever do poder público local que precisa promover condições que contribuam com o desenvolvimento turístico local dando mais atenção ao setor, ouvindo as demandas da iniciativa privada e dialogando com a população local e entidades de classe; - Incentivar novos projetos e iniciativas voltados para o turismo no Município, o que deve contribuir com a diversificação da oferta local, especialmente, porque há grande potencial que não é explorado; - Resgatar o Conselho Municipal de turismo e promover o diálogo entre os atores sociais, buscando articular a implementação das ações propostas para o desenvolvimento turístico, a partir do Plano Municipal de turismo; - Criar o FUNGETUR, para que o setor turístico possa realizar suas ações contando com mais essa fonte de receita que tende a trazer resultados significativos quando bem administrada.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

4. INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO APLICADOS E SEUS RESULTADOS

Municípios e lugares com potencial turístico devem aliar ao planejamento local ferramentas que possam ampliar o ciclo de vida de seus equipamentos e/ou atrativos. Ciclo de vida do destino, segundo Butler (1980) pode ser entendido como um processo composto de fases de desenvolvimento pelo qual o turismo passa, desde a exploração de um destino até o declínio ou sua renovação enquanto atrativo de interesse para o setor.

Figura 01: Evolução hipotética de uma área turística



Fonte: Adaptado de Butler, 1980.

Partindo de um planejamento que envolva o governo, o setor privado, e principalmente a sociedade civil organizada, o turismo poderá viabilizar um desenvolvimento, que certamente ampliará o ciclo de vida das destinações, como também a preservação e conservação de alguns recursos turísticos como a paisagem, a cultura e tudo o que esteja relacionado a isso. Portanto, o planejamento turístico é de extrema importância para todos os envolvidos nessa atividade.

A falta de planejamento adequado na utilização dos recursos naturais de uma destinação turística poderá acarretar, a médio prazo, no esgotamento destes recursos, que, na maioria dos casos, são irrecuperáveis, inviabilizando

acomercialização e, conseqüentemente, acarretando o abandono do local por parte da demanda.

Dessa forma, não se pode abrir mão de um processo de planejamento turístico consistente para que os resultados esperados sejam alcançados. Assim, é importante destacar que independentemente do nível de evolução de um destino, a materialização do planejamento turístico em um documento como o Plano Municipal de turismo é, sem dúvida, uma de suas formas mais assertivas na atualidade.

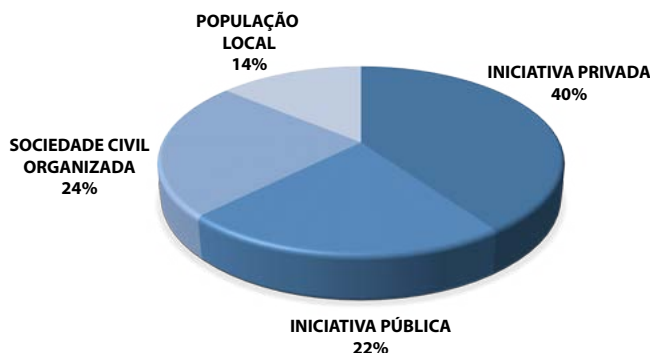
Para tanto, o Plano Municipal de Turismo de Canguaretama teve o seu aporte teórico baseado em 02 ferramentas da administração: Matriz SWOT e Matriz GUT, cujos resultados são apresentados em seguida.

A matriz SWOT, DAFO ou FOFA como é conhecida é uma ferramenta utilizada pela área da administração que tem por objetivo a análise situacional da empresa. SWOT que oriunda do inglês (*strenghts, weaknestes, opportunities and threats*), forças, fraquezas, oportuidades e ameaças, é uma ferramenta ideal, que pode ser utilizada no processo de gestão e verificação da atividade turística em um município.

A SWOT é composta por 04 quadrantes, o ambiente interno, que é aquele que se pode controlar as Forças e Fraquezas, e o ambiente externo, o que não se pode controlar Oportuidades e Ameaças.

Sendo assim, buscou-se saber os pontos fortes e fracos do município de Canguaretama/RN, para tanto, realizou-se uma oficina no dia 04 de setembro de 2014 na localidade de Barra do Cunhaú, Distrito do referente município, com alguns atores sociais envolvidos direta e indiretamente com a atividade turística, que foram identificados em um banco de dados onde constam 74 pessoas, o qual foi constituído através da apresentação do projeto do Plano Municipal de Turismo no dia 24 de julho de 2014 no IFRN *Campus* Canguaretama.

Gráfico 01: Atores Sociais compostos por Iniciativa privada, Iniciativa pública e Sociedade Civil Organizada e Comunidade local.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2014.

Dessa forma, para a oficina da Matriz SWOT compareceram 23 participantes, que foram divididos em 04 grupos, onde elencaram 94 itens para a obtenção da SWOT. A partir da SWOT, pôde-se identificar e selecionar 07 áreas prioritárias em que a população demanda mais, são elas:

1. Infraestrutura
2. Marketing
3. Meio ambiente e sustentabilidade
4. Empreendedorismo
5. Capacitação
6. Cultura
7. Turismo

Posteriormente fez-se uma triagem dos 94 itens elencados, uma vez que muitos se repetiam, contudo, todos os itens elencados na oficina podem ser conferidos na íntegra, nos quadrantes abaixo:

FORÇAS
1. Existência de um hospital, boas escolas (Escola Indígena), bom acesso a Barra do Cunhaú;
2. Localização privilegiada com relação a duas Capitais: Natal e João Pessoa;
3. Existência de serviços bancários (Bradesco, Banco do Brasil, loterias Caixa);
4. Vias de acesso (BR-101), (RN-269);
5. O Centro de turismo localizado em Barra do Cunhaú encontra-se em reformas;
6. A obra do Centro de Atendimento ao Turista encontra-se em andamento;
7. Algumas ruas e estradas da cidade estão pavimentadas e outras encontram-se em andamento;
8. Implantação do Projeto Orla;
9. Projeto Tamar (Proteção a desova de Tartarugas);
10. Canguaretama está inclusa em uma Área de Proteção Ambiental (APA Piquiri Una, Criada em 1990);
11. Leis de Combate à Poluição Sonora;
12. Divulgação da Cidade e dos atrativos turísticos em rádio, TV, redes sociais;

13. Divulgação em Feiras de Turismo (Associação Brasileira das Agências de Viagens-ABAV);
14. Existência de Atrativos: Religiosos (Santuário Chama de Amor onde localize a Igreja dos Mártires Cunhaú) Pedagógicos, Ecológicos (Passeio de Barco pelas águas do Rio Curimataú), Culturais, Esportes Náuticos, Aventura e Pesca Esportiva;
15. Meios de hospedagens diversificados para cada tipo de Cliente;
16. Variedade de restaurantes e gastronomia destacando-se a Litorânea e Caipira (Oferta-se Camarão, Moqueca de Peixe, Caranguejos entre outras da culinária local);
17. Mercado do Peixe é um dos maiores, e que mais cresce na região;
18. Lendas existentes tais como: Pai do mangue, Comadre fulozinha, O batatão entre outras existentes no Município;
19. Existência de bons grupos culturais (Chegança "Existente apenas em Canguaretama", Coco de Roda, Fandango, Capoeira, Quadrilha, Toré " <i>Dança indígena</i> ", Fanfarra);
20. Patrimônio: praças, engenhos, usinas, minas, imagens sacras...
21. Artesanato em cestas e cerâmicas, arte com coqueiro, artesanato indígena;
22. Existência de uma Comunidade indígena (Comunidade Catu);
23. Diversificação de Cursos Básicos e Profissionalizantes;
24. Fóruns (Saúde, Educação, Turismo, etc.);
25. IFRN-Campus Canguaretama com foco principal em desenvolver o Turismo na região.
26. Pronatec
27. Festas Tradicionais: Réveillon, Santos Reis, São Sebastião entre outros atrativos locais.
28. Estádio de Futebol (Uruá);
29. Carnaval de Barra do Cunhaú;
30. Projetos de inclusão social como (SENAC, IFRN, AIBA) estão em parcerias com o município;

Para os participantes, as principais forças se configuram como as belezas naturais do município, quais sejam: rios, praia, manguezal, fauna, flora. O fato de o município possuir um Instituto Federal e oferecer cursos no eixo do turismo, além de outros cursos que são oferecidos pelo SENAC e PRONATEC, tais como: camareira, inglês, garçom, entre outros, são elementos que contribuem com o município. Assim como, a existência do projeto barco escola, que visa a integração de estudantes com o meio ambiente por meio de aula didática.

O município de Canguaretama é o único da microrregião do litoral sul que possui uma escola indígena, localizada no Catu dos Eleotéreos onde até hoje são repassadas algumas práticas indígenas, sendo esta característica, considerada uma força pelos participantes. Outro ponto forte identificado foi o patrimônio material de Canguaretama que é constituído por imagens sacras, engenhos como o engenho Pituaçu, artesanatos com coqueiros, bem como, lendas e grupos culturais.

Por sua vez, os meios de hospedagens, quase todos localizados em Barra do Cunhaú, possuem serviços diversificados, assim também como a gastronomia local que encontra em diversos restaurantes do município uma forma de se destacar.

Quanto aos serviços bancários oferecidos, pode-se citar: Loterias Caixa, Banco do Brasil e Bradesco. A localização de Canguaretama/RN está entre duas capitais Natal/RN e João Pessoa/PB facilitando o seu acesso; outro ponto forte é com relação à participação do município no Polo Costa das Dunas. Além disso, Canguaretama está inclusa em uma Área de Proteção Ambiental, a APA Piquiri-Una. O projeto Orla também está presente no município visando contribuir com o desenvolvimento local.

No que se refere às fraquezas identificadas pelos participantes da oficina, os resultados foram:

FRAQUEZAS
1. Equipamentos inadequados fazem a coleta do lixo;
2. Algumas ruas da cidade e de seus distritos não possuem iluminação;
3. Falta de manutenção das estradas, ocasiona buracos, desmotivando muitas vezes o turista e visitantes a conhecer a cidade;
4. Falta de saneamento básico, os esgotos escoam a céu aberto sendo muitos destes jogados no mar e em rios do Município.
5. Obras irregulares por falta de fiscalização;

6. Sinalização inadequada, fazendo com que o turista não tenha uma boa legibilidade da cidade;
7. Hospital não possui estruturas para bom atendimento, deficiência na prestação de socorros por falta de equipamentos para atender a população;
8. Na Cidade não existem Maternidades;
9. Falta de refeitórios nas escolas;
10. RN-269 que liga Canguaretama a Barra do Cunhaú não possui acostamento nem sinalização;
11. Os meios de hospedagem são insuficientes quanto a capacidade de leitos;
12. Policiamento insuficiente na Cidade e nos distritos;
13. Loteamentos clandestinos por falta de regulamentação da Prefeitura;
14. Má qualidade dos transportes públicos;
15. Serviços de comunicação com variação de, regular a ruim (Sinal de Internet, Celular, Tv);
16. Degradação do Mangue por parte da própria população;
17. Inexistência de leis com descarte do lixo em vias públicas e em locais ambientais;
18. Falta de conscientização da população contribui com o descarte indevido do lixo contribuindo com a poluição de Rios e do Mangue;
19. Poluição sonora
20. As Usinas e Empresas de camarões descartam seus resíduos químicos em rios;
21. A Coleta do lixo não acontece em horários específicos ocasionando muitas vezes o acúmulo de lixo nas ruas, não existe coleta seletiva no Município;
22. Marketing insuficiente (Qualidade regular do marketing realizado);
23. Divulgação apenas em redes sociais; Não existem ações promocionais locais, nem feiras);
24. Orçamento deficiente para divulgação (Mesmo assim existe divulgação com o pouco recurso fornecido);
25. Não há existência de roteiros no município, porém, o município desponta com alguns segmentos turísticos;
26. Precariedade na Prevenção às drogas (PROERD para o município)
27. Inexistência de Educação Ambiental por parte do Município;
28. Não há existência de cooperativas de reciclagem nem coleta seletiva;

Segundo os participantes as vias de acesso do município estão em más condições, há falta de saneamento básico no município, a segurança pública é insuficiente para a localidade e seus respectivos distritos. A quantidade de leitos é insuficiente no período de alta estação (sazonalidade turística) que ocorre de novembro a fevereiro, além disso os serviços de comunicação são tidos como precários. Outro ponto negativo é com relação ao turismo de bate-volta caracterizado pela visita do turista, porém, que não pernoita.

Outro ponto negativo é com relação à poluição de rios, do mar e do próprio manguezal, assim também, como o desmatamento do mesmo. Sobre loteamentos clandestinos no município, os participantes apontaram que eles ocorrem em razão da falta de estrutura que a prefeitura não oferece à população. Por fim, o transporte intermunicipal é um outro fator tido como insuficiente.

Quanto às oportunidades elencadas, destacam-se:

OPORTUNIDADES
1. Novas empresas e novos postos de trabalho em algumas áreas, tais como: segurança, educação, meio ambiente e turismo.
2. Demanda de serviços;
3. Estrutura de atendimento ao kitesurf;
4. Transporte intermunicipal e existência de uma RN que interliga os municípios;
5. Novas empresas e novos postos de trabalho em algumas áreas, tais como: segurança, educação, meio ambiente e turismo.
6. Oportunidade de criação de novas vias de acesso com as estradas vicinais;
7. Qualidade das belezas naturais, históricas e culturais
8. Vias de acesso, ciclovia e acostamento: oportunidade para se desenvolver;
9. Criação de uma marca do destino turístico;
10. Possíveis incentivos e abertura a implementação de roteiros no município;
11. Turismo pedagógico e náutico são nichos/segmentos importantes para o destino
12. Desenvolvimento do setor de eventos no município;
13. Diversificação dos atrativos náuticos no município;
14. Integração entre entidades importantes como SEBRAE, IFRN, SETUR, entre outros.
15. Material impresso com os atrativos da cidade;

Os participantes visam como uma oportunidade a criação de uma marca para o município, eles acreditam que o kite-surf é muito forte na localidade e, portanto, atrelado a outros atrativos existentes, o município oferece grande potencial para compor roteiros turísticos em vários segmentos: religiosos, ecológicos, culturais, náuticos, aventura e de pesca; assim como visam novas frentes de trabalho na atividade turística. Contudo, acreditam que há possibilidades de incremento com novas empresas em áreas como: segurança, educação e meio ambiente.

Nessa perspectiva, as ameaças apontadas foram:

AMEAÇAS
1. Falta da ponte sobre o Rio Catu (RN-269) pode não ocasionar a chegada de Turistas e visitantes entre outros que precisem chegar a localidade;
2. Estrada sem conservação, acostamento e iluminação da RN 269 (Dr. Sávio Vieira)
3. Falta de repasse de verbas por parte do governo para a Prefeitura na aplicação em hospitais, saneamento e outras necessidades do Município;
4. Sazonalidade: Período de baixa e alta estação;
5. Dificuldade por meio Fornecedores de empresas atacadistas (que entregam até Pipa);
6. Sinalização turística sobre Barra de Cunhaú insuficiente na BR 101;
7. Transporte público estadual para Canguaretama insuficiente;
8. Possíveis apagões e oscilações de corrente energética -(COSERN);
9. Serviços de comunicações precários (internet, telefonia fixa e móvel e Correios na área Rural);
10. Abastecimento de água insuficiente -(CAERN);
11. Tráfico de drogas;
12. Rigoriedade com as leis ambientais;
13. Avanço gradativo do mar;
14. Falta de regulamento da APA Piquiri Una;
15. Leis que não protejam o atrativo natural local;
16. Degradação natural do mangue.
17. Turismo em massa;
18. Falta de divulgação por parte do Estado (EMPROTUR);
19. Divulgação equivocada do destino turístico (Roteiros inclusos com o nome Pipa utilizam Barra do Cunhaú como atrativo);
20. Desenvolvimento acelerado dos municípios vizinhos;
21. Monopólio turístico com relação as empresas externas, além do turismo de bate e volta;

O avanço do mar foi considerado uma ameaça devido ao seu gradativo adiantamento vindo a impactar diretamente a atividade turística. O desenvolvimento acelerado de municípios vizinhos pode ser considerado uma ameaça por que variando de como a outra cidade oferece o serviço, o turista será atraído pela qualidade prestada e os participantes da oficina reconheceram que Canguaretama ainda não possui produtos turísticos competitivos e com qualidade suficientes para disputar com cidades vizinhas como: Baía Formosa, Tibau do Sul e Goianinha.

Sobre a falta de repasse de recursos financeiros pelo Governo do Estado, eles informaram que esta questão pode impactar diretamente por que se não houver repasse para áreas como saúde, segurança e infraestrutura, o município não irá oferecer um bom atendimento nem aos seus moradores e nem aos turistas.

Ao realizar essa coleta de dados que aponta os itens identificados pelos atores sociais na oficina para construção da Matriz SWOT, percebe-se que os problemas enfrentados para o desenvolvimento do turismo local são desafiantes. Contudo, em razão da quantidade de problemas levantados (fraquezas e ameaças), foi necessário eleger os que seriam tratados como prioridade.

Assim, sabendo que os 94 itens apresentados também se repetiam em alguns momentos, foi necessário realizar uma triagem, onde 40 foram identificados como mais relevantes para o contexto do desenvolvimento turístico local.

A partir de então, uma nova oficina foi realizada para determinar esse ponto e a Matriz GUT foi implementada, onde os resultados são apresentados em seguida.

MATRIZ GUT¹

A partir da SWOT, pôde-se identificar e selecionar 07 áreas prioritárias, conforme mencionado anteriormente; além disso, para aplicar a Matriz GUT foi necessário selecionar alguns itens entre os 94 apontados. Esses itens/problemas

1 A técnica GUT foi desenvolvida por Kepner e Tregoe, especialistas na resolução de questões organizacionais, e tinha como finalidade orientar decisões mais complexas, ou seja, decisões que envolvem muitas questões. A mistura de problemas por si só gera confusão, e acaba dificultando a visão do administrador na identificação dos problemas prioritários e na sua relevância. Nesse caso, é preciso separar cada problema que tenha causa própria e somente após isso, saber qual a prioridade na solução dos problemas identificados. A Matriz GUT atua justamente nesse aspecto, selecionando e escalonando os problemas, e levando em conta os principais impactos positivos e negativos que a correção dos mesmos pode trazer. (Disponível em: <http://www.portal-administracao.com/2014/01/matriz-gut-conceito-e-aplicacao.html>).

foram distribuídos nas áreas prioritárias, contando com um quantitativo total de 40 problemas, são eles:

Quadro 01: Áreas prioritárias e itens utilizados na realização da Matriz GUT

ÁREAS PRIORITÁRIAS	ITENS ELENCADOS PARA APLICAÇÃO DA MATRIZ GUT
INFRAESTRUTURA	1. Vias de acesso
	2. Acesso aquaviário
	3. Transporte público
	4. Saneamento básico
	5. Segurança Pública
	6. Serviços de comunicação (sinal de internet, telefone móvel)
	7. Iluminação pública
	8. Abastecimento de água
	9. Rede hospitalar
MARKETING	10. Divulgação equivocada do destino
	11. Qualidade do material de divulgação turística (impresso)
	12. Qualidade do material de divulgação turística (virtual)
	13. Orçamento para divulgação do destino
	14. Logomarca do destino
MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE	15. Ações de educação ambiental
	16. Reciclagem e coleta seletiva do lixo
	17. Leis ambientais
	18. Avanço do mar
	19. Poluição de rios e mangues
	20. Descarte de resíduos químicos
EMPREENDEDORISMO	21. Carga tributária
	22. Parceria com entidades estaduais e federais
	23. Incentivo à abertura de novas empresas
	24. Captação de novos investimentos

CAPACITAÇÃO	25. Oferta de cursos profissionalizantes
	26. Oferta diversificada de cursos em outras modalidades (técnico, superior e pós)
	27. Qualidade do ensino nas escolas municipais
CULTURA	28. Patrimônios materiais
	29. Grupos culturais
	30. Artesanato
TURISMO	31. Sinalização turística
	32. Meios de Hospedagens (quantidade de leitos)
	33. Qualidade dos estabelecimentos de alimentação fora do lar
	34. Atrativos turísticos
	35. Roteirização turística
	36. Segmentação turística
	37. Desenvolvimento do setor de eventos
	38. Perfil do turista (turismo de massa)
	39. Monopólio turístico (empresas locais)
	40. Opções de lazer

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Diante dos dados apontados na matriz SWOT, houve a necessidade de priorizar as demandas locais. Dessa forma, foi realizada uma oficina utilizando a ferramenta Matriz GUT que objetiva priorizar os problemas identificados, conforme gravidade, urgência e tendência, ver tabela 01.

Tabela 01: Matriz GUT

Gravidade	Urgência	Tendência	Índice de Média
Sem gravidade	Pode esperar	... Não irá mudar	1
Pouco grave	Pouco urgente	... Irá piorar a longo prazo	2
Grave	O mais rápido possível	... Irá piorar	3
Muito grave	É urgente	... Irá piorar em pouco tempo	4
Extremamente grave	Precisa de ação imediata	... Irá piorar rapidamente	5

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

Para a realização desse trabalho, os pesquisadores promoveram uma oficina que ocorreu no IFRN Campus Canguaretama, no dia 24 de novembro de 2015, onde 13 pessoas participaram. O intuito foi elencar os principais problemas apontados na matriz SWOT e divididos por áreas, em seguida, classificando-os conforme sua prioridade.

Ao serem divididos por áreas prioritárias e distribuídos entre os participantes da oficina, os problemas demandados pelos atores sociais receberam uma classificação de acordo com a sua gravidade, urgência e tendência para resolução. Portanto, obtiveram-se os seguintes resultados, descritos na tabela 02.

Tabela 02: Resultado dos problemas, conforme matriz GUT.

Problemas	Gravidade		Urgência		Tendência		Média Crítica
	Índice	Indicador	Índice	Indicador	Índice	Indicador	
Vias de acesso	3	Grave	3	O mais rápido possível	4	... Irá piorar em pouco tempo	36
Acesso aquaviário	2	Pouco grave	3	O mais rápido possível	2	... Irá piorar a longo prazo	12
Transporte público	3	Grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Saneamento básico	4	Muito grave	5	Precisa de ação imediata	4	... Irá piorar em pouco tempo	80
Segurança pública	4	Muito grave	5	Precisa de ação imediata	4	... Irá piorar em pouco tempo	80
Serviços de comunicação (sinal de internet, telefone móvel)	3	Grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Iluminação pública	3	Grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Abastecimento de água	2	Pouco grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	18
Rede hospitalar	4	Muito grave	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	64
Divulgação equivocada do destino	3	Grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Qualidade do material de divulgação turística (impresso)	3	Grave	4	É urgente	5	... Irá piorar rapidamente	60

Qualidade do material de divulgação turística (virtual)	3	Grave	4	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	48
Orçamento para divulgação do destino	4	Muito grave	4	4	É urgente	3	... Irá piorar	48
Logomarca do destino	3	Grave	4	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	48
Ações de educação ambiental	3	Grave	3	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Reciclagem e coleta seletiva do lixo	4	Muito grave	4	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	64
Leis ambientais	3	Grave	3	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Avanço do mar	4	Muito grave	3	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	36
Poluição de rios e mangues	4	Muito grave	4	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	64
Descarte de resíduos químicos	3	Grave	4	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	48
Carga tributária	4	Muito grave	4	4	É urgente	3	... Irá piorar	48
Parceria com entidades estaduais e federais	3	Grave	4	4	É urgente	3	... Irá piorar	36


Incentivo à abertura de novas empresas	3	Grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Captação de novos investimentos	4	Muito grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	48
Oferta de cursos profissionalizantes	2	Pouco grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	18
Oferta diversificada de cursos em outras modalidades (técnico, superior e pós)	3	Grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	36
Qualidade do ensino nas escolas municipais	3	Grave	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	48
Patrimônios materiais	3	Grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	36
Grupos culturais	3	Grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	36
Artesanato	3	Grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	36
Sinalização turística	4	Muito grave	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	64
Meios de hospedagens (quantidade de leitos)	3	Grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27


Qualidade dos estabelecimentos de alimentação fora do lar	3	Grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	27
Atrativos turísticos	3	Grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	36
Roteirização turística	4	Muito grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	48
Segmentação turística	3	Grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	36
Desenvolvimento do setor de eventos	4	Muito grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	48
Perfil do turista	3	Grave	4	É urgente	3	... Irá piorar	36
Monopólio Turístico	4	Muito grave	3	O mais rápido possível	3	... Irá piorar	36
Opções de lazer	3	Grave	4	É urgente	4	... Irá piorar em pouco tempo	48

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A partir destes resultados, foi possível apontar os problemas com maior média crítica e elencar cada um deles em um ranking, conforme tabela 03. Esses resultados indicam quais são as áreas e os problemas mais graves e que precisam ser trabalhados o quanto antes para que o turismo possa se desenvolver no município, pois impactam diretamente na qualidade dos serviços, equipamentos e compromete o avanço do destino e de todo o seu potencial, especialmente, num curto prazo.

Tabela 03: Ranking dos 40 problemas mais importantes para o município de Canguaretama/RN.

	Ordem	Pontuação	Problema
Maior Urgência 	1	80	Segurança pública
	2	80	Saneamento básico
	3	64	Sinalização turística
	4	64	Poluição de rios e mangues
	5	64	Reciclagem e coleta seletiva do lixo
	6	64	Rede hospitalar
	7	60	Qualidade do material de divulgação turística (impresso)
	8	48	Opções de lazer
	9	48	Desenvolvimento do setor de eventos
	10	48	Roteirização turística
	11	48	Qualidade do ensino nas escolas municipais
	12	48	Captação de novos investimentos
	13	48	Carga tributária
	14	48	Descarte de resíduos químicos
	15	48	Logomarca do destino
	16	48	Orçamento para divulgação do destino
	17	48	Qualidade do material de divulgação turística (virtual)
	18	36	Monopólio Turístico
	19	36	Perfil do turista
	20	36	Segmentação turística
	21	36	Atrativos turísticos
	22	36	Artesanato
	23	36	Grupos culturais



24	36	Patrimônios materiais
25	36	Oferta diversificada de cursos em outras modalidades (técnico, superior e pós)
26	36	Parceria com entidades estaduais e federais
27	36	Avanço do mar
28	36	Vias de acesso
29	27	Qualidade dos estabelecimentos de alimentação fora do lar
30	27	Meios de hospedagens (quantidade de leitos)
31	27	Incentivo à abertura de novas empresas
32	27	Leis ambientais
33	27	Ações de educação ambiental
34	27	Divulgação equivocada do destino
35	27	Iluminação pública
36	27	Serviços de comunicação (sinal de internet, telefone móvel)
37	27	Transporte público
38	18	Oferta de cursos profissionalizantes
39	18	Abastecimento de água
40	12	Acesso aquaviário

Menor Urgência

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Por fim, a priorização dessas necessidades locais, foi transformada em um banco de possíveis ações que devem ser sanadas no curto, médio e longo prazos, obedecendo a um horizonte de 10 anos, conforme prevê este planejamento inicial para o município em tela.

5. BANCO DE AÇÕES DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO 2015-2025

O mapa estratégico apresentado anteriormente é um instrumento que permite a melhor visualização da estrutura deste plano, uma vez que resume os principais fatores que o compõe.

Partindo desta visualização, apresenta-se em seguida um banco de ações com os 40 elementos-chave de intervenção a partir deste trabalho, identificados como problemas no capítulo Matriz GUT, o qual trata sobre sua priorização. Este banco de 62 ações permite visualizar opções e/ou sugestões para dar andamento ao tratamento das questões levantadas até aqui.

Contudo, não permitem esgotar as possibilidades de atuação e, ainda, sugerem atualização periodicamente. Este banco de ações visa, sobretudo, iniciar as propostas de operacionalização e resolução dos problemas levantados e que atravancam o desenvolvimento da atividade turística no município de Canguaretama.

Por fim, este plano deve ter as suas ações ajustadas, no que se refere a prazos, no detalhamento dos processos para atingir aos resultados esperados e nos atores que irão conduzir e/ou participar das atividades propostas. Pois, é um documento que inicia todo um ciclo de debates, que irão construir o caminho para o tão almejado desenvolvimento turístico.

Em suma, este plano precisa ser revisto pelo menos 01 vez por ano, a fim de reajustar as ações de acordo com a realidade enfrentada gradativamente, analisando fatores externos que influenciam diretamente em sua implementação, tais como: cenário político, conflitos armados, ameaças de grupos extremistas, variações na moeda Nacional, crise hídrica e energética, apenas para citar alguns. Além dos fatores internos, que incluem: escassez de recursos para implementação de obras específicas, falta de articulação política do município com os governos federal e estadual, gestão ineficiente da máquina pública, alterações climáticas, falta de integração entre os atores, entre outros.

BANCO DE AÇÕES

INFRAESTRUTURA

RANKING GUT	ELEMENTO-CHAVE (Problema)	AÇÕES	COMO	QUANDO	QUEM
28º	Vias de acesso	- Melhorar estradas e ruas do município, tornando o acesso às localidades do município mais seguras.	- Criando acostamentos e, ainda, sinalização adequada.	- Até dezembro de 2019	- Governo Municipal e Estadual
40º	Acesso aquaviário	- Construir ponte sobre o rio Catu para dar acesso entre as praias de Sibaúma e Barra do Cunhaú, facilitando a chegada dos turistas e fornecedores atacadistas ao distrito.	- Através de parcerias entre os Governos (Estadual e Municipal), especialmente, facilitando o repasse de verbas. É preciso cobrar a construção da ponte junto ao Governo do Estado, uma vez que o projeto já existe.	- Até dezembro de 2020	- Prefeitura Municipal e sociedade civil organizada
		- Viabilizar preços mais justos para a travessia da Balsa.	- Realizar reuniões e discutir com os balseiros sobre os preços praticados.	- Até julho de 2018	- Secretaria de Turismo

37º	Transporte público	<p>- Melhorar o transporte Público e o deslocamento dos moradores de seus distritos para o centro da cidade.</p>	<p>- Desenvolver um projeto que interligue e abranja todos os distritos de Canguaretama, por meio de linhas regulares de transporte público.</p>	- Até dezembro de 2019	- Prefeita e Secretarias relacionadas
2º	Saneamento básico	<p>- Implantar o saneamento básico da cidade, com o objetivo de ajudar a diminuir a poluição dos manguês e rios que recebem os esgotos a céu aberto, prejudicando assim a cidade e a saúde da população.</p> <p>- Cobrar o repasse de verbas por parte do governo Estadual, para melhorias de áreas como saneamento, saúde e educação.</p>	<p>- Elaborar projetos viáveis e buscar recursos para implantação do saneamento.</p> <p>- Informar e convidar a população para acompanhar o andamento do repasse de recursos e dos entraves por parte do governo Estadual, assim, a população pode cobrar reuniões para prestação de contas sobre o processo.</p>	<p>- Até julho de 2017</p> <p>- De Março de 2016 até a entrega das obras de implantação do saneamento básico.</p>	<p>- Prefeita e Secretarias interessadas</p> <p>- Secretaria de obras e sociedade civil organizada</p>

1º	Segurança Pública	<p>- Combater o tráfico de drogas no município, pois a comercialização de drogas atrai violência e afasta visitantes.</p> <p>- Aumentar o número de policiais na rua, melhorando a segurança e evitando a degradação do patrimônio público.</p>	<p>- Realizar operações que coíbam a entrada e o uso de drogas no município.</p> <p>- Fortalecer iniciativas que visam tirar as pessoas deste meio.</p> <p>- Solicitar reforço junto ao governo do estado, responsável pelo policiamento dos municípios. Através de ofícios e reuniões, alertando sobre a situação do município.</p>	<p>- A partir de maio de 2016 e por tempo indeterminado.</p> <p>- Até dezembro de 2016.</p> <p>- Até junho de 2016.</p>	<p>Governo Federal, Estadual e Municipal</p> <p>- Secretaria de Assistência social</p> <p>- Prefeitura e secretaria de segurança</p>
36º	Serviços de comunicação (sinal de internet, telefone móvel)	<p>- Melhorar os serviços de comunicação, facilitando-a entre pessoas de outras cidades e regiões por meio do acesso à internet, telefone fixo e celular.</p>	<p>- Por meio de torres de frequência que melhorem o sinal destes serviços. Para tanto, é preciso reunir-se com as empresas que já operam no município e verificar as possibilidades de ampliação do sinal.</p>	<p>- Até dezembro de 2017</p>	<p>- Prefeitura, iniciativa privada e empresa operadora do sinal local, tanto de internet quanto de telefonia.</p>

35º	Iluminação pública	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorar o fornecimento de energia elétrica, evitando oscilações da corrente energética, para melhor atender as necessidades da população e visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar reunião juntamente com a COSERN e identificar as possibilidades de melhoria dos serviços prestados no município. - Instalar postes em lugares que não possuem iluminação (a exemplo da estrada que dá acesso a Barra do Cunhaú) e fazer manutenção nos que já possuem. 	<ul style="list-style-type: none"> - Até outubro de 2017. - Até junho de 2019 para instalação e por tempo indeterminado a manutenção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prefeitura, COSERN e Secretaria de obras. - Prefeitura, COSERN e Secretaria de obras.
39º	Abastecimento de água	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorar o abastecimento de água no município, evitando sua falta para a população local, principalmente, nos períodos de alta estação. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar reunião juntamente com a CAERN e identificar as possibilidades de melhoria dos serviços prestados no município. 	<ul style="list-style-type: none"> - Até dezembro de 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prefeitura, CAERN e Secretaria de obras.
6º	Rede hospitalar	<ul style="list-style-type: none"> - Melhorar os hospitais para atender a população com equipamentos adequados e profissionais especializados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fazer um levantamento dos equipamentos e profissionais que necessários para melhorar o atendimento no hospital da cidade; em seguida, solicitar ao governo do Estado as devidas soluções. 	<ul style="list-style-type: none"> - Até dezembro de 2016. 	<ul style="list-style-type: none"> - Secretaria de saúde, Prefeitura e Governo do Estado.

MARKETING					
RANKING GUT	ELEMENTO-CHAVE (Problema)	AÇÕES	COMO	QUANDO	QUEM
34º	Divulgação equivocada do destino	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar plano de marketing para tornar os meios de divulgação mais eficientes e para que o destino turístico torne-se conhecido e desponete entre seus municípios vizinhos. - Realizar um Press Trip com jornalistas - Realizar palestras junto a população local, sobre o seu potencial turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Definir quais mídias trabalhar, além de elaborar um cronograma e realizar parcerias com o estado (EMPROTUR) para a divulgação em feiras locais e nacionais; isso pode eliminar um equívoco sobre a divulgação do destino, pois muitas empresas de turismo emissor o comercializam como se fosse pertencente ao município de Tibau do Sul. - Entrar em contato com a ABRAJET e firmar parceria para a realização de uma viagem somente com colonistas, fotógrafos e jornalistas de turismo de Natal, João Pessoa, Recife e Alagoas. - Fimar parceria com o IFRN para a promoção de palestras sobre o potencial turístico de Canguaretama, com o intuito de fortalecer e sensibilizar a comunidade para com o turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Até dezembro de 2019. - Até julho de 2018. - Até dezembro de 2017 	<ul style="list-style-type: none"> - Secretaria de Turismo e associações de classe - Empresários do setor e associações de classe. - Secretaria de turismo e IFRN Canguaretama

7º	<p>Qualidade do material de divulgação turística (impresso)</p>	<p>- Elaborar folder do município, que seja competitivo.</p> <p>- Criar peça promocional sobre o destino para divulgação em <i>outdoor</i> na BR 101.</p>	<p>- Reunir os folders do município criados até então e viabilizar um novo formato inovador e capaz de competir com os destinos turísticos que possuem características semelhantes. Com este material impresso, o município poderá participar de eventos para divulgar os seus produtos turísticos.</p> <p>- Elaborar peça promocional, através da seleção de imagens do município e com uma mensagem clara e objetiva, capaz de informar aos passantes pela BR 101 sobre a existência de atrativos turísticos diferenciados no município.</p>	<p>- Até julho de 2017.</p> <p>- Até dezembro de 2016.</p>	<p>- Secretaria de turismo e empresários do setor</p> <p>- Secretaria de turismo e Prefeitura</p>
17º	<p>Qualidade do material de divulgação turística (virtual)</p>	<p>- Criar site comercial do destino</p> <p>- Administrar melhor as mídias sociais em prol da divulgação turística do município</p>	<p>- Reunir informações relevantes para a criação de um site sobre os principais equipamentos, serviços e atrativos turísticos do município. Em seguida, criar o site e administrar o mesmo, mantendo-o atualizado.</p> <p>- Implementar um plano de criação e manutenção de páginas em redes sociais, com atualizações diárias e/ou semanais sobre o destino.</p>	<p>- Até dezembro de 2018.</p> <p>- Até dezembro de 2017.</p>	<p>- Secretaria de turismo e empresários do setor.</p> <p>- Secretaria de turismo e assessoria de imprensa contratada.</p>

16º	Orçamento para divulgação do destino	- Buscar apoio em forma de recursos junto ao governo estadual, assim como firmar parcerias diversas para divulgação do destino.	- Reunir-se com a EMPROTUR (Empresa Potiguar de Promoção Turística) para identificar as melhores formas de atuação, seja através da captação de recursos, seja através da firmação de parcerias como participação em feiras para divulgação do destino.	- Até fevereiro de 2017.	- Prefeitura e Secretaria de Turismo.
15º	Logomarca do destino	- Definição de uma logomarca turística para o município	- Realizar oficinas com os atores sociais para definição da logomarca, podendo ser ministrada a partir da elaboração de um banco de ideias, contendo imagens e cores. Seguida por ampla votação virtual entre as 05 melhores.	- Até dezembro de 2016.	- Secretaria de turismo, empresários do setor, entidades parceiras, associações de classe e sociedade civil organizada

MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE					
RANKING GUT	ELEMENTO-CHAVE (Problema)	AÇÕES	COMO	QUANDO	QUEM
33º	Ações de educação ambiental	- Implantar ações de educação ambiental nas escolas municipais, além de conscientizar a população sobre a preservação do meio ambiente.	- Elaborar um projeto de intervenção junto aos estudantes do ensino fundamental sobre noções de preservação do meio ambiente, em paralelo, realizar palestras de sensibilização junto a população local e disseminar informações importantes por meio de uma cartilha.	- Até dezembro de 2018.	- Secretaria de meio ambiente, IDEMA e IFRN Canguaretama.
5º	Reciclagem e coleta seletiva do lixo	- Realizar a coleta seletiva do lixo	- Estruturar o município para realizar a coleta seletiva do lixo e dar uma destinação adequada para o mesmo, pode-se, ainda, estruturar compactadoras de lixo no lugar das caçambas e em horários e dias específicos (incluindo os feriados) visando não incomodar a população. Assim como, instalar coletores de lixo em pontos estratégicos e fazer cumprir as regras existentes para o lixo, no que se refere ao aterro sanitário.	- Até dezembro de 2017.	- Prefeitura e secretarias relacionadas
		- Realizar a coleta do lixo existente nos atrativos, especialmente, os naturais como a praia.	- Implementar um cronograma para a limpeza dos atrativos que possuem maior circulação de pessoas, pelo menos, 03 vezes por semana. Além de colocar coletores ao longo de toda a praia.	- Até dezembro de 2016.	- Prefeitura e secretarias relacionadas

32º	Leis ambientais	- Fazer cumprir as leis ambientais em vigor no município.	- Cobrar maior participação do poder público em ações de controle ambiental.	- De forma permanente.	- IBAMA, IDEMA, Gestores do projeto orla, Prefeitura, secretarias relacionadas e população local.
27º	Avanço do mar	- Controlar o avanço do mar, através de instrumentos específicos e eficazes.	- Formar um grupo de trabalho para realizar o controle do avanço do mar, constituído por especialistas e realizado em parceria com órgãos diretamente ligados ao meio ambiente.	- A partir de agosto de 2017 e por tempo indeterminado.	- IBAMA, IDEMA, Gestores do projeto orla e secretaria de meio ambiente.
4º	Poluição de rios e mangues	- Realizar levantamentos periódicos sobre a situação dos rios e mangues no que se refere a poluição.	- Mapear a situação dos rios e mangues do município com relação a poluição, tomando medidas preventivas e corretivas quando houver necessidade. Atuar em parceria com os órgãos diretamente ligados ao meio ambiente.	- A partir de maio de 2016 e por tempo indeterminado.	- IBAMA, IDEMA, Gestores do projeto orla e secretaria de meio ambiente.
14º	Descarte de resíduos químicos	- Identificar onde, como e quanto de resíduos químicos tem sido descartados no município.	- Estruturar uma comissão especial para tratar desse assunto, ligada a secretaria de meio ambiente, onde relatórios possam ser elaborados e a fiscalização possa ocorrer de forma assertiva. Além disso, dar uma destinação adequada para os resíduos e informar a população sobre os prejuízos que o descarte no meio ambiente pode trazer.	- A partir de janeiro de 2017 e por tempo indeterminado.	- IDEMA e secretaria de meio ambiente.

EMPREENDEDORISMO					
RANKING GUT	ELEMENTO-CHAVE (Problema)	AÇÕES	COMO	QUANDO	QUEM
13º	Carga tributária	- Conter o aumento da carga tributária e o monopólio turístico de Empresas externas, pois a alta de preços imposta pelo fator externo afeta o crescimento do município.	- Formar um grupo de trabalho que possa traçar estratégias para controlar o aumento da carga tributária, além de minimizar o efeito de fatores externos e acabar com o monopólio de empresas turísticas no município. É preciso firmar parcerias com entidades de classe e dialogar com os empresários locais.	- A partir de junho de 2017.	- Governos Estadual e Municipal, SEBRAE, empresários locais, entidades de classe e sociedade civil organizada.
26º	Parceria com entidades estaduais e federais	- Articular parcerias que visem o desenvolvimento de áreas estratégicas no município.	- Firmar parcerias com órgãos do poder público estadual e federal, a exemplo da EMPROTUR e do IFRN, bem como dialogar com o sistema S e demais instituições que podem contribuir com o desenvolvimento local.	- Até dezembro de 2019.	- Prefeitura, Câmara de vereadores e secretarias relacionadas.
31º	Incentivo à abertura de novas empresas	- Realizar campanhas de sensibilização para a formalização de negócios já existentes no município. - Informar a população sobre condições de acesso ao crédito e de processos para abertura e manutenção de novas empresas.	- Elaborar, junto com o SEBRAE, um cronograma de palestras e oficinas para ampliar o acesso ao conhecimento sobre formalização de empresas na condição de microempreendedores individuais. - Elaborar um cronograma de ações junto com o SEBRAE para incentivar a abertura de novos negócios, identificando novas possibilidades de atuação e ampliando as oportunidades aos empreendedores locais.	- A partir de junho de 2016 até dezembro de 2018. - A partir de janeiro de 2017 até dezembro de 2020.	- Prefeitura e SEBRAE - Prefeitura, SEBRAE e Instituições financeiras.

12º	Captação de novos investimentos	- Atrair novos investidores para o município.	- Oferecer condições de atração de novos investidores em áreas estratégicas para o município, a exemplo do turismo e da carnicultura.	- Até dezembro de 2017.	- Governos federal, estadual e municipal.
-----	---------------------------------	---	---	-------------------------	---

CAPACITAÇÃO

RANKING GUT	ELEMENTO-CHAVE (Problema)	AÇÕES	COMO	QUANDO	QUEM
38º	Oferta de cursos profissionalizantes	- Capacitar gestores, funcionários, artesãos e a população local em cursos profissionalizantes.	- Realizar parcerias com entidades como o SEBRAE, SENAC e o IFRN para atendimento e qualificação da mão de obra local para atuação em áreas ligas direta ou indiretamente à atividade turística, quais sejam: marketing, finanças, recursos humanos, atendimento ao cliente, hospitalidade, entre outros.	- A partir de março de 2017 até dezembro de 2020.	- Prefeitura, secretarias relacionadas, empresários locais, SEBRAE, SENAC e IFRN.
25º	Oferta diversificada de cursos em outras modalidades (técnico, superior e pós)	- Elencar as áreas de maior crescimento econômico local e regional.	- Dialogar com instituições de ensino sobre as possibilidades de abertura de novos cursos e em quais áreas.	- Até junho de 2017.	- Secretaria de Educação, IFRN e demais instituições de ensino existentes na região.

11º	Qualidade do ensino nas escolas municipais	- Identificar as principais necessidades e desafios encontrados pelas escolas públicas do município.	- Formar um grupo de trabalho que elabore um plano de ação para minimizar essas dificuldades e realizar um trabalho motivacional junto aos professores da rede municipal, buscando melhorar a qualidade do ensino.	- A partir de junho de 2016 até dezembro de 2020.	- Prefeitura e secretaria de educação.
-----	--	--	--	---	--

CULTURA

RANKING GUT	ELEMENTO-CHAVE (Problema)	AÇÕES	COMO	QUANDO	QUEM
24º	Patrimônios materiais	- Elaborar projeto para valorização da cultura local.	- Elencar um grupo específico para atuação na elaboração de um projeto que contemple ações no curto e médio prazo, organizando eventos e promovendo a interação entre a cultura local e a comunidade, posteriormente, essa integração deve ocorrer com os visitantes ao inserir os produtos turísticos culturais em roteiros do município. Além disso, realizar palestras sobre os elementos que compõem a cultura local e a importância de valorizá-los e preservá-los. Sugere-se ainda, o fomento a realização de atrações mensais e a elaboração de uma programação com opções culturais para a população local.	- A partir de agosto de 2017 até dezembro de 2018.	- Prefeitura, secretaria de turismo e coordenação de cultura.

23º	Grupos culturais	<p>- Promover o apoio a participação de grupos culturais em editais estaduais e federais.</p>	<p>- Manter na coordenação de cultura, pessoal qualificado para fornecer esse apoio no momento de abertura e incentivo à concorrência nos referidos editais com um acompanhamento dos projetos. O objetivo maior é a arrecadação de recursos para financiamento de novos trabalhos dos grupos culturais do município, através da renovação de seus repertórios, manutenção e criação de novos espetáculos.</p>	<p>- A partir de janeiro de 2018.</p>	<p>- Prefeitura e Coordenação de cultura</p>
22º	Artesanato	<p>- Identificar talentos que trabalham com artesanato no município.</p> <p>- Fortalecer o clube de mães.</p>	<p>- Identificar e reunir artesãos para identificar as tipologias e matérias primas trabalhadas no município, com o intuito de promover uma identidade ao artesanato local e apoiar os artesãos em ações de melhorias em seus produtos e de comercialização.</p> <p>- Realizar parceria com o SEBRAE para ofertar cursos de capacitação em trabalhos manuais, artesanato, culinária, entre outros.</p>	<p>- A partir de janeiro de 2017.</p> <p>- A partir de julho de 2017.</p>	<p>- Prefeitura, coordenação de cultura, associações de classe e SEBRAE.</p> <p>- Prefeitura, coordenação de cultura, associações de classe e SEBRAE.</p>

TURISMO					
RANKING GUT	ELEMEN-TO-CHAVE (Problema)	AÇÕES	COMO	QUANDO	QUEM
3º	Sinalização turística	<ul style="list-style-type: none"> - Instalar sinalização turística no município. - Padronizar a sinalização dos equipamentos turísticos. - Delimitar área para a prática do <i>kite surf</i> para não prejudicar os pescadores. - Identificar as ruas do município, principalmente, as que encontram-se em locais de interesse turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar informações sobre o andamento do projeto e dos recursos para implantação da sinalização turística, já que esse processo teve seu início recentemente. Após isso, reunir esforços para implementar a sinalização turística. - Elaborar uma padronização para a identificação dos equipamentos (empresas do setor) através da realização de uma oficina com empresários e comunidade. - Definir normas e regras para a prática do <i>kitesurf</i>, através de um grupo de trabalho específico para esta ação. - Buscar um mapa do município e identificar os nomes das ruas que estão sem sinalização. Em seguida, elaborar um projeto de sinalização e buscar recursos para a sua implantação. 	<ul style="list-style-type: none"> - A partir de maio de 2016 até a implantação da sinalização turística. - Até dezembro de 2016. - Até agosto de 2017. - Até dezembro de 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prefeitura, Câmara dos vereadores e secretaria de turismo - SEBRAE, Empresários do setor e secretarias relacionadas. - Câmara dos vereadores, colônia de pescadores e Associação do Kite surf. - Câmara dos vereadores, entidades de classe e sociedade civil organizada.

30º	Meios de Hospedagens (quantidade de leitos)	<p>- Criar novas alternativas para o turismo no município, atrair o demanda e justificando o investimento para aumentar a quantidade de leitos pelos empresários.</p> <p>- Promover parcerias que tragam melhorias na qualidade dos serviços prestados.</p> <p>- Disseminar informações sobre o SBClass (Sistema Brasileiro de Classificação Hoteleira)</p>	<p>- Traçar estratégias para atrair os turistas para o município, tais como a realização de eventos nos estabelecimentos hoteleiros ou a realização de um conjunto de promoções coletivas dos meios de hospedagem, pois aumentando a demanda, a oferta de leitos automaticamente se adequa a essa nova realidade.</p> <p>- Reunir-se com o SEBRAE e traçar um plano de ação para melhorar a qualidade dos empreendimentos locais através de consultorias técnicas e de cursos de gestão e empreendedorismo.</p> <p>- Marcar reunião com a SETUR/RN e solicitar um trabalho de disseminação de informações sobre o SBClass no município.</p>	<p>- A qualquer momento e por tempo indeterminado.</p> <p>- A qualquer momento.</p> <p>- A partir de agosto de 2017.</p>	<p>- Empresários do setor, entidades de classe e SEBRAE.</p> <p>- Empresários do setor, entidades parceiras e associações de classe.</p> <p>- Empresários do setor e secretaria de turismo.</p>
-----	---	---	---	--	---

<p>29º</p> <p>Qualidade dos estabelecimentos de alimentação fora do lar</p>	<p>- Promover parcerias que tragam melhorias na qualidade dos serviços prestados.</p> <p>- Padronizar os Quiosques da praia</p>	<p>- Reunir-se com o SEBRAE e traçar um plano de ação para melhorar a qualidade dos empreendimentos locais através de consultorias tecnológicas em BPF (Boas práticas de fabricação) e de cursos de gestão e empreendedorismo (Sabor e gestão).</p> <p>- Resgatar projeto feito para a praça, reunir os interessados diretos e construir em conjunto um projeto de padronização dos quiosques. Após isso, acompanhar os tramites do processo junto a Prefeitura e Câmara de vereadores.</p>	<p>- A qualquer momento.</p> <p>- A partir de março de 2017.</p>	<p>- Empresários do setor, entidades parceiras e associações de classe.</p> <p>- Empresários donos dos quiosques, Prefeitura e Câmara de vereadores.</p>
<p>21º</p> <p>Atrativos turísticos</p>	<p>- Mapear os atrativos turísticos existentes no município, de acordo com metodologias específicas.</p> <p>- Criar centro de atendimento ao turista (CAT) para o repasse de informações turísticas aos visitantes que chegam ao município.</p>	<p>- Resgatar o INVTUR (2014) e atualizar os atrativos turísticos do município. Após isso, realizar um diagnóstico da situação de cada um e elaborar um plano de ação para tomar as medidas preventivas e corretivas cabíveis, preservando esse acervo. Ao manter os atrativos em monitoramento, é possível divulgá-los junto aos visitantes em escala nacional e internacional.</p> <p>- Resgatar propostas de implantação do CAT, definição do local e verbas para manutenção. Para tanto, precisa ser elaborado um projeto e enviado à Câmara dos vereadores e Prefeitura para apreciação.</p>	<p>- Até dezembro de 2018.</p> <p>- Até maio de 2018.</p>	<p>- Secretaria de turismo, sociedade civil organizada e IFRN.</p> <p>- Prefeitura, Câmara dos vereadores, secretaria de turismo, entidades de classe e empresários do setor.</p>

10º	Roteirização turística	<p>- Criar novo roteiro para a cidade explorando melhor os seus atrativos e diversificando a oferta de produtos turísticos locais.</p> <p>- Promover um famtour para apresentar os atrativos turísticos locais aos compradores.</p>	<p>- Reunir-se com o IFRN e traçar um plano de ação para implantação da metodologia ROTURIS no município, visando criar um novo roteiro segmentado e competitivo.</p> <p>- Buscar parceria com o SEBRAE para o acesso a mercados, através de um famtour (viagem de familiarização) com agentes de viagens de Natal, João Pessoa, Recife e Maceió.</p>	<p>- Até dezembro de 2020.</p> <p>- Até dezembro de 2018.</p>	<p>- Prefeitura, Secretaria de Turismo, empresários do setor, entidades de classe, sociedade civil organizada e IFRN.</p> <p>- Prefeitura, secretaria de Turismo, ABAT e SEBRAE.</p>
20º	Segmentação turística	<p>- Diversificar a oferta de produtos turísticos locais, mantendo o foco na segmentação turística para criar identidade e fortalecer os principais atrativos locais.</p>	<p>- Formar um grupo de trabalho para identificar os segmentos prioritários (Determinando, por exemplo: segmento/ posicionamento da demanda/estágio de desenvolvimento) do município e definir estratégias para a sua consolidação no médio prazo, através de reuniões com especialistas na área. Após isso, é fundamental inserir a temática de segmentação em todas as peças promocionais e em todo o material que for produzido pelo município para divulgação.</p>	<p>- A qualquer momento.</p>	<p>- Secretaria de Turismo, entidades de classe, empresários do setor e IFRN.</p>

		<p>- Elaborar um calendário de eventos do município.</p>	<p>- Atualizar os eventos identificados pelo INVTUR (2014) e classifica-los, em seguida elaborar plano de ação para alavancar a atividade de eventos no município, criando estratégias e procedimentos operacionais padrões adotados desde o pré até o pós evento.</p>	<p>- Até dezembro de 2018.</p>	<p>- Secretaria de turismo, coordenação de cultura, técnicos em eventos, empresários do setor, entidades de classe e IFRN.</p>
<p>9º</p>	<p>Desenvolvimento do setor de eventos</p>	<p>- Captar novos eventos para fomentar a atividade turística no Município, combatendo o período de sazonalidade. Além de firmar parcerias com associações do setor, tais como: ABEOC e <i>Convention Bureau</i>.</p>	<p>- Buscar parcerias para a captação de eventos, elaborar material específico para captar eventos ao município e delimitar incentivos aos organizadores de eventos, já que este fator pode ser decisivo nesse processo. Ao mesmo tempo, é preciso melhorar os espaços para eventos no município e investir mais em mão de obra especializada, contratando um técnico em eventos para gerir esse processo.</p>	<p>- Até outubro de 2017.</p>	<p>- Prefeitura, secretaria de turismo e profissional técnico em eventos.</p>

<p>19º</p>	<p>Perfil do turista (turismo de massa)</p>	<p>- Realizar pesquisa de demanda no município.</p> <p>- Ações de controle e monitoramento</p>	<p>- Elaborar questionário para aplicação sobre perfil dos turistas que visitam o município. Buscar parcerias com a SETUR/RN e elaborar um cronograma de pesquisas anuais, especialmente, nos períodos de alta estação. Dotar a secretaria de turismo de profissional especializado (turismólogo) para realizar esse trabalho.</p> <p>- Após realizada, a pesquisa demanda precisa ser analisada e se configura como um poderoso instrumento de estudo acerca das necessidades dos visitantes, do seu olhar sobre os atrativos, equipamentos e serviços locais. Dessa forma, deve-se implementar ações de melhorias a partir da opinião dos turistas pesquisados. Além disso, dados como sua origem irão nortear a divulgação do município em feiras e em outros canais de comunicação de forma mais assertiva.</p>	<p>- Até abril de 2018. (A pesquisa de demanda – coleta dos dados – pode ocorrer em épocas distintas ao longo do ano, especialmente na alta estação)</p> <p>- A partir de agosto de 2018 e por tempo indeterminado, continua sempre que uma nova pesquisa de demanda for realizada.</p>	<p>- Prefeitura, secretaria de turismo e SETUR/RN.</p> <p>- Secretaria de turismo e turismólogos.</p>
------------	---	--	---	---	---

18º	Monopólio turístico (empresas locais)	- Fomentar as micro e pequenas empresas do setor, dando mais incentivo ao crescimento das mesmas com mais atenção e possibilidades de acesso ao mercado.	- Promover reuniões com as grandes empresas do setor turístico no município e elaborar sugestões de parcerias com os micro e pequenos negócios do setor, uma vez que há mercado suficiente para alimentar toda a cadeia produtiva do turismo em Canguaretama, caso haja mais cooperação e união entre todos.	- Até janeiro de 2019.	- Câmara de vereadores, empresários do setor, associações de classe e entidades parceiras.
8º	Opções de lazer	- Divulgar mais os espaços de uso turístico junto a população local, fazendo-a frequentar o patrimônio que é seu, antes de ser dos visitantes. - Elaborar projeto que promova ações de lazer através do entretenimento, tais como: esportes, dança, música, entre outros.	- Disseminar informativos com programação mensal de atrações culturais da cidade entre a comunidade e os visitantes. Além disso, elaborar uma cartilha contendo a história local e com os principais atrativos existentes para que a população tenha conhecimento das opções de lazer que seu município oferece. - Propor um conjunto de ações de entretenimento em pontos diferentes do município e em períodos alternados para levar à população novas opções de lazer, agregando mais qualidade de vida dos autóctones e, conseqüentemente, aos visitantes.	- A partir de agosto de 2017. - A partir de 2018.	- Secretaria de turismo, coordenação de cultura e sociedade civil organizada. - Secretaria de turismo, coordenação de cultura, sociedade civil organizada, empresários locais e IFRN.

Quadro 02: Banco de ações.

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

6. CONTROLE E AVALIAÇÃO

Seguindo as ferramentas, ora propostas, o monitoramento foi evidenciado conforme a lógica do planejamento aqui adotado em todo o processo, de forma sustentável e participativa.

Assim sendo, sugere-se uma gestão eficiente e eficaz desses dados e informações, para que se tornem efetivamente em benefícios para a população local e o turismo possa se desenvolver de forma plena, expandido seus impactos positivos a demais áreas e minimizando os impactos negativos, como propõe a filosofia do planejamento turístico para destinos.

Um dos principais instrumentos de monitoramento e controle deste plano deve ser o Conselho Municipal de turismo, para tanto, é necessário o seu resgate para que possa promover o diálogo entre os atores sociais, buscando articular a implementação das ações propostas para o desenvolvimento turístico, a partir do que foi apresentado neste Plano Municipal de turismo.

Do mesmo modo, o quadro 03 apresenta um modelo elaborado como sugestão para o controle e avaliação do Plano, já que permite visualizar se as ações estão sendo implementadas no prazo, com seus indicadores, evidências e responsáveis.

Quadro 03: Sugestão para controle e avaliação das ações do Plano.

AÇÃO	PRAZO DE VERIFICAÇÃO	INDICADORES	EVIDÊNCIAS	RESPONSÁVEL PELO CONTROLE
I01 (primeira ação da área Infraestrutura)	Verificar ação de quanto em quanto tempo...	Quais serão os indicadores de que a ação está sendo e/ou foi concluída?	Lista de presença, caso tenha sido realizada uma reunião.	Nome do órgão e/ou pessoa que checou as informações e está verificando e/ou verificou o andamento da ação.
T02 (segunda ação da área turismo)	Verificar ação de quanto em quanto tempo...	Quais serão os indicadores de que a ação está sendo e/ou foi concluída?	Relatórios de uma visita técnica. Fotos que evidenciam que a ação foi e/ou está sendo realizada	Nome do órgão e/ou pessoa que checou as informações e está verificando e/ou verificou o andamento da ação.

Fonte: Elaboração própria, 2015.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

_____. **Planejamento responsável do turismo**. Campinas: Papirus, 2005. (Coleção Turismo).

BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução de Josely Vianna Baptista. Bauru: EDUSC, 2002.

BUTLER, Richard W. (1980) **The concept of a tourism area of life cycle of evolution: implications for management of resources**. *Canadian Geographer*, 19(1), 5-12.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, Collin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. Tradução de Edite Sciulli. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília: Ministério do Turismo, 2012.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo** – Roteiros do Brasil: Introdução à Regionalização do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

MOLINA, S. **Turismo: metodologia e planejamento**. Bauru: Edusc, 2005.

PEARCE, Douglas G.; BUTLER, Richard W. (Orgs.) **Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos**. São Paulo: Contexto, 2002.

PEREIRA, Romualdo; MARQUES, Gérson. **Plano Estratégico do Turismo de**

Ilhéus. Ilhéus/BA: 2001.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão.** 2. ed. São Paulo: Futura, 2009.

RUSCHMANN, D. M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente.** 16. ed. Campinas: Papyrus, 2010.

SEBRAE/GO. **Plano Municipal de Turismo de Pirenópolis/GO.** Goiás: 2012.

SEBRAE/RN. **Plano de Ação: Barra de Cunhaú.** Natal/RN: 2012.

SETUR – SANTA MARIA/RS. **Plano Municipal de Turismo de Santa Maria/RS, 2009 – 2012.** Santa Maria/RS: 2009.

SOUZA, A. P.; SOARES, A. M. C.; COSTA, A. C. A.; MORAIS FILHO, D. B.; SOUZA, E. U. **Plano de Desenvolvimento Turístico no Município de Baía Formosa / RN.** Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN: 2012.

VIRGINIO, Darlyne Fontes; TRIGUEIRO, Renata Paula Costa. **Inventário da Oferta Turística: Canguaretama/RN.** Editora do IFRN, 2014.

YOUELL, Ray. **Turismo uma introdução.** São Paulo: Contexto, 2002.

APÊNDICES

- A. Imagens da Reunião de apresentação do projeto, com a presença dos atores sociais (lideranças, poder público local, entidades parceiras e sociedade civil organizada) no IFRN Campus Canguaretama.



B. Imagens da realização da oficina Matriz SWOT em Barra do Cunhaú, Canguaretama/RN.





C. Imagens da realização da oficina Matriz GUT



SOBRE AS AUTORAS



DARLYNE FONTES VIRGINIO

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN em 2007; Guia de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN em 2007; Mestre em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN em 2011; Atuou no setor de planejamento da Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Norte - SETUR/RN, entre outras ações relacionadas à Gestão Pública. Trabalhou nas Diretorias de Operações e Marketing da Empresa Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR. Foi Gestora de projetos em Turismo da Unidade de Comércio e Serviços do SEBRAE/RN. Atualmente é Professora de Turismo e Eventos do IFRN (Campus Canguaretama).



RENATA PAULA COSTA TRIGUEIRO LEÃO

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN em 2006, Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRN em 2010. Atuou no setor de Assessoria Internacional, Conselho Estadual de Turismo-CONETUR e Licitação da Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. Atuou como professora nos cursos de turismo, gestão e tecnologia do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC/RN); professora no curso de administração da Faculdade Natalense de Ensino e Cultura (FANEC); professora do curso de turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Atualmente é professora na área de turismo e eventos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN – Campus Canguaretama).



As atividades editoriais do que hoje denominamos Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - IFRN, iniciaram em 1985, no contexto de funcionamento da EFRN. Nesse período, essas atividades limitavam-se a publicações de revistas científicas, como a revista EFRN, que em 1999 tornou-se a revista Holos.

Em 2004, foi criada a Diretoria de Pesquisa, atual Pró-reitoria de Pesquisa e Inovação, que fundou, em 2005, a Editora do IFRN. A Editora nasceu do anseio dos pesquisadores da Instituição que necessitavam de um espaço mais amplo para divulgar suas pesquisas à comunidade em geral.

Com financiamento próprio ou captado junto a projetos apresentados pelos núcleos de pesquisa, seu objetivo é publicar livros das mais diversas áreas de atuação institucional, bem como títulos de outras instituições de comprovada relevância para o desenvolvimento da ciência e da cultura universal, buscando, sempre, consolidar uma política editorial cuja prioridade é a qualidade.



**INSTITUTO
FEDERAL**

Rio Grande
do Norte

Sabendo que o planejamento turístico deve ordenar as ações do homem sobre o território a fim de evitar que este cause danos irreparáveis para a sociedade, o meio ambiente e a economia é que o Plano Municipal de Turismo de Canguaretama/RN foi elaborado.

Se trata de um processo de planejamento que visa amparar o desenvolvimento turístico no município que, desde o ano de 2013, conta com docentes do eixo de turismo, hospitalidade e lazer do IFRN – *Campus* Canguaretama na articulação e elaboração de projetos de pesquisa, que iniciou com o Inventário da Oferta Turística.

O resultado esperado deste planejamento é que a cidade de Canguaretama/RN, localizada na Microrregião do litoral sul do estado, possa ter um documento que sirva como norte para as questões ligadas ao desenvolvimento do setor turístico local de forma sustentável. Para que isso ocorra, as ações aqui propostas precisam sair do campo teórico e partir para a prática, através dos gestores públicos locais, sociedade civil organizada, entre outros atores.