

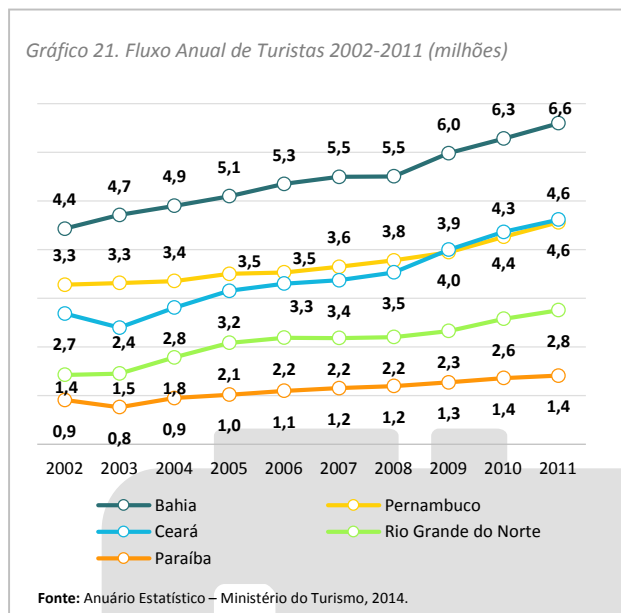


# PLANO DE AÇÕES SETORIAIS INDICATIVO PARA A CADEIA DO TURISMO

## CONTEXTUALIZAÇÃO

O subsetor de Turismo é significativo na economia potiguar e de grande potencial de impacto sobre o desenvolvimento futuro. Atualmente, a cidade de maior visitação no estado é a capital Natal, que possui 800 mil habitantes e recebe, anualmente, 2 milhões de turistas. Além dos atrativos de Natal e próximos à capital, como o parque das Dunas, o estado apresenta uma grande diversidade de potenciais turísticos em outros municípios que podem ser melhor explorados, tanto no Litoral Norte, quanto no interior do estado.

Quando se compara o fluxo de turistas no Rio Grande do Norte com outros estados do Nordeste, como Bahia, Pernambuco, Ceará e Paraíba, nota-se que o estado só tem fluxo superior à Paraíba. Este fato indica que há necessidade de intensificar ações no RN para explorar melhor seu potencial turístico, de modo a atrair parcela maior de turistas que anualmente destinam-se ao Nordeste.



O RN oferece diversas possibilidades de exploração da indústria turística, além do turismo litorâneo. Entre as principais modalidades que o Estado pode aproveitar estão ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo (turismo rural), turismo histórico, turismo religioso, turismo científico, cruzeiros marítimos, turismo de alto luxo, turismo cultural (gastro-nômico e artesanato), turismo de eventos de entretenimento, turismo litorâneo e turismo de negócios.

A cadeia de valor do turismo é bastante ampla e complexa, uma vez que ela estimula não apenas os negócios diretamente ligados a ela, mas, indiretamente, desenvolve o potencial econômico de diversos outros tipos de negócios relacionados ao turismo. Entre as atividades que o turismo estimula, pode-se destacar construção civil, hospedagem, alimentação, comércio em geral, rede de transportes locais, redes de transporte de longas distâncias, atividades recreativas, culturais e desportivas, agências de turismo, entre outros.

No entanto, apesar do grande potencial de desenvolvimento dessas atividades, percebe-se um aproveitamento limitado, principalmente quando se analisa o interior do estado. Dos 164 estabelecimentos de hospedagem identificados, 138, ou 84%, situam-se nos municípios de Natal, Tibau do Sul e São Miguel do Gostoso. Destaca-se, ainda, que todos os municípios identificados que possuem uma estrutura de hospedagem para turistas situam-se somente no litoral do Estado.

Em face do exposto, a expansão do turismo com aproveitamento das diversas potencialidades impactará sobre o desenvolvimento econômico regional e proporcionará o surgimento de diversas oportunidades de negócios associadas.

## OBJETIVO

Desenvolver os diversos segmentos do Turismo com potencial em todo o Rio Grande do Norte, contribuindo para o desenvolvimento econômico regional, com sustentabilidade socioambiental.

## METAS INDICATIVAS DE RESULTADO

INDICADOR	PARTIDA	2020	2025	2030	2035
Hub aeroportuário	Transformar o aeroporto de Natal em Hub de passageiros para mais de uma companhia aérea.				
Aumentar o desembarque aéreo de turistas no RN (milhões de turistas ao ano)	1,3 <sup>38</sup>	2,6	3,0	3,2	3,3
Aumentar o gasto médio de turistas em Natal (R\$ ao dia por turista)	195,9 <sup>39</sup>	271,8	290,2	308,6	327,0

O Rio Grande do Norte recebeu, em 2013, 1,2 milhão de turistas por vias aéreas, que respondem por quase a totalidade das chegadas. Projeções do Mais RN apontam para um crescimento até a meta de 3,3 milhões de turistas/ano, conforme a tendência de aumento da renda da população brasileira e o objetivo de transformação do aeroporto de Natal em Hub de passageiros e de carga.

Cada turista gastava, em média, em 2013, R\$ 195,92 por dia em Natal (média entre o gasto de turistas brasileiros e estrangeiros ponderados pela proporção de cada grupo). A evolução se dá basicamente devido ao crescimento da renda (3,5% a.a.), pois a proporção de turistas nacionais é de 95%. Entretanto, projetou-se também um crescimento de 304% até 2035 no fluxo de turistas estrangeiros, previsto pelo Plano Aquarela Brasil, do Governo Federal.

<sup>38</sup> Ministério do Turismo, ano base 2013. Projeção Macroplan.

<sup>39</sup> IPDC/Fecomercio, Ministério do Turismo, Projeção Macroplan. \*R\$ de 2013.

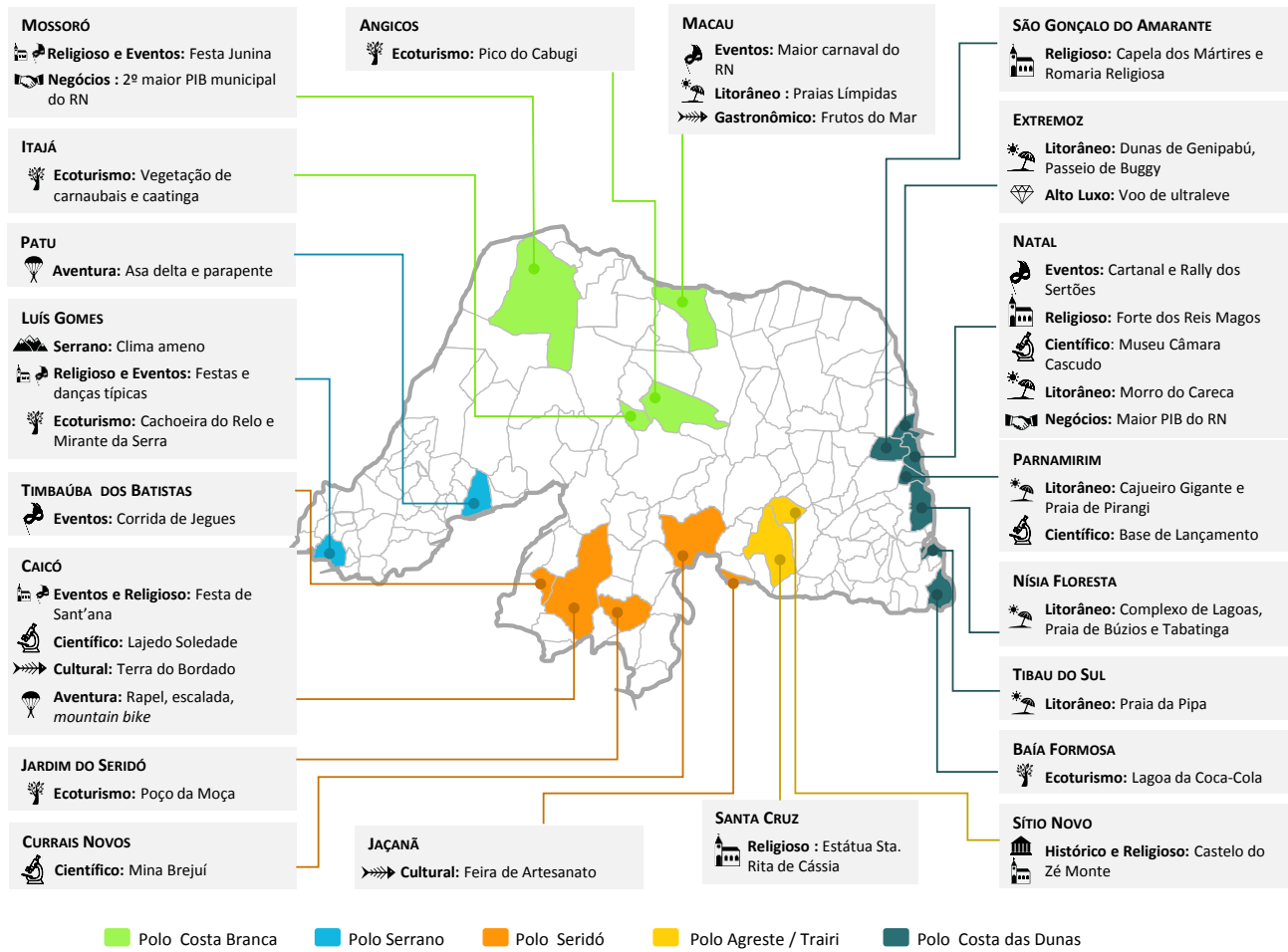
## AÇÕES PROPOSTAS

	Principais atores envolvidos				
	INVESTE RN	Governo	Empresários	Sistema S	Universidades
<b>EIXO EMPREENDEDORISMO POTIGUAR E INVESTIMENTOS</b>					
★ Implantar calendário de feiras, congressos, eventos, encontros profissionais e de negócios.	✓		✓		
Integrar o Rio Grande do Norte às rotas de cruzeiros turísticos.	✓		✓		
★ Estruturar e desenvolver ecoturismo nas cidades litorâneas e no interior do estado, aproveitando potenciais turísticos de grutas, fauna e flora, rios, cachoeiras, dentre outros.	✓	✓	✓		
★ Estruturar e desenvolver o turismo no interior do estado, aproveitando ao máximo os potenciais do turismo de aventura (rapel, escaladas, trilhas para jipes, trekking etc.).	✓	✓	✓		
Estruturar e desenvolver o turismo rural de agricultura e pecuária, além do relacionado à pesca e populações caiçaras, proporcionando acesso logístico e hospedagem para visitantes.	✓	✓	✓		
★ Requalificar a Via Costeira, criando estrutura que dê suporte ao turista ficar, sem a necessidade de visitar outros locais no entorno. Criar um acesso direto à reserva ecológica, para facilitar a visitação.	✓	✓	✓		
Criar pacotes de turismo religioso pelas principais atrações religiosas do Estado, aproveitando o calendário religioso em consonância com a atratividade religiosa de cada região.	✓		✓		
★ Aproveitar o Programa “Viaja Mais Melhor Idade” do Ministério do Turismo para estimular o turismo da terceira idade, para ocupar a capacidade disponível durante a baixa temporada.	✓		✓		
Montar uma infraestrutura de logística e hospedagem e criar pacotes de turismo científico para visitação dos principais pontos de estudo científico do Estado.	✓	✓	✓		
Criar festivais gastronômicos em cidades com gastronomia típica desenvolvida, como a culinária marinha e as comidas tipicamente nordestinas, dentre outras especialidades.	✓		✓		
Criar rede estruturada de fomento e comercialização de artesanatos produzidos no estado.	✓	✓			
Aprimorar e ampliar a rede de equipamentos turísticos focada no público com alto poder aquisitivo, como marinas e iates clubes e campos de golfe, entre outros, visando expandir o turismo de alto luxo.			✓		
Criar museu para exposição, explicação e divulgação da participação do Brasil na II Grande Guerra, a importância de Natal para a vitória dos aliados e os reflexos sobre a cidade.	✓	✓	✓		
Divulgar, nas regiões Norte e Nordeste, as atrações turísticas do Polo Serrano, que proporciona atividades de inverno, atípicas para a região.			✓		
Criar centro tecnológico do setor voltado para o desenvolvimento de novos conceitos de atrações e ativos turísticos para cada segmento do turismo e para a formação de pessoal.	✓		✓		✓
<b>AMPLIAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA INFRAESTRUTURA</b>					
Sinalizar as cidades turísticas em inglês e em português, tanto no que se refere ao acesso às cidades quanto internamente, de modo a orientar os viajantes.		✓			
★ Garantir infraestrutura adequada de saneamento básico, abastecimento de água, energia, telecomunicações e segurança pública nas cidades turísticas.		✓			
Garantir rede logística multimodal que dê suporte ao acesso dos turistas aos principais pontos turísticos do estado.		✓			
★ Garantir o abastecimento de água e produtos alimentícios nas cidades turísticas, principalmente durante os períodos de maior visitação, como festas, eventos e datas comemorativas.		✓	✓		
<b>ESTADO EFICIENTE E INSTITUIÇÕES DE QUALIDADE</b>					
★ Garantir a preservação do meio ambiente e das paisagens nos locais com potencial turístico.		✓			
Estimular o turismo sustentável por meio de financiamentos específicos e de desoneração fiscal de negócios que sejam sustentáveis.		✓			
★ Investir em marketing e propaganda de mídias de massa, para divulgar as principais atrações turísticas do Estado no Brasil e no Exterior.		✓	✓		
<b>SALTO EDUCACIONAL E DO CAPITAL HUMANO</b>					
Identificar, junto às entidades de classes e às associações do subsetor de turismo, as principais necessidades de qualificação de mão-de-obra.	✓		✓	✓	
★ Ampliar, aprimorar e criar novos cursos de formação técnica e qualificação da mão de obra do subsetor de turismo com base no levantamento das necessidades do setor.	✓		✓	✓	
★ Indica as ações de maior prioridade					

## FOCALIZAÇÃO TERRITORIAL

Apesar de haver 86 municípios com potencial para a atração de turistas, há aqueles que se destacam por ativos turísticos únicos e/ou de alta atratividade. O mapa apresenta a localização geográfica destes municípios, classificados em cores em função do polo turístico e com a descrição de algumas atrações turísticas que possuem, definidas pelos tipos de turismo, representados por ícones.

Mapa 17. Polos Turísticos do Rio Grande do Norte e seus atrativos turísticos



Fonte: Elaborado por Macroplan.