



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA-UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E TECNOLOGIAS
CAMPUS XVIII – EUNÁPOLIS
BACHARELADO EM TURISMO

ELIZA SANTOS DA SILVA

ANÁLISE DA INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE
SANTA CRUZ CABRÁLIA: UM ESTUDO SOBRE A POTENCIALIDADE
TURÍSTICA DO LOCAL

EUNÁPOLIS-BA

2024

ELIZA SANTOS DA SILVA

**ANÁLISE DA INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE
SANTA CRUZ CABRÁLIA: UM ESTUDO SOBRE A POTENCIALIDADE
TURÍSTICA DO LOCAL**

Trabalho de Conclusão de Curso-
Monografia apresentado ao curso de
Bacharelado em Turismo do
Departamento de Ciências Humanas e
Tecnologias – Campus XVIII, da
Universidade do Estado da Bahia (UNEB),
requisito final da disciplina de TCC para a
obtenção do título graduado em Turismo.

Orientador: Dr. Ricardo Daher Oliveira

EUNÁPOLIS-BA

2024



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB



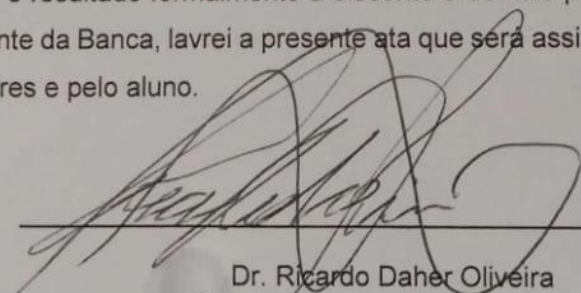
Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias
Colegiado do Curso de Turismo
Campus XVIII – Eunápolis

ATA DE DEFESA PÚBLICA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

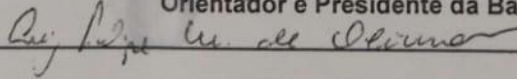
Aos três dias do mês de **julho** do ano de **2024** reuniram-se os membros Banca examinadora constituída pelos docentes Luiz Felipe Mendes de Oliveira e Deisiane Barreto Ribeiro e pelo docente orientador Ricardo Daher Oliveira, para proceder a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: **Análise da inventariação da oferta turística no município de Santa Cruz Cabralia: Um estudo sobre a potencialidade turística do município**, da discente Eliza Santos da Silva como requisito curricular indispensável para a integralização do Curso de Bacharelado em Turismo. Após reunião em sessão reservada, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela:

- Aprovação** da monografia, com média _____.
- Aprovação** da monografia com **restrições**, com média 8,2.
- Reprovação**,

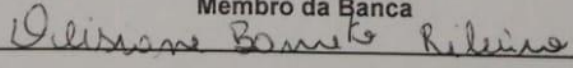
divulgando o resultado formalmente a discente e demais presentes e eu, na qualidade de Presidente da Banca, lavrei a presente ata que será assinada por mim, pelos demais examinadores e pelo aluno.



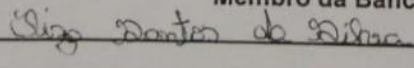
Dr. Ricardo Daher Oliveira
Orientador e Presidente da Banca



Me. Luiz Felipe Mendes de Oliveira
Membro da Banca



Esp. Deisiane Barreto Ribeiro
Membro da Banca



Eliza Santos da Silva
Discente

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por ter me acompanhado em todos os meus anos de estudos e na realização desse trabalho.

Agradeço à toda a minha família, que com carinho me apoiaram sempre acreditando em mim. Mas em especial a minha mãe Edileuza Santos da Silva, que me acompanhou desde o início da minha jornada no curso de bacharelado de turismo, dando forças para continuar.

Agradeço a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram participando diretamente ou indiretamente do desenvolvimento desse trabalho de pesquisa e que impactaram a minha formação acadêmica.

Agradeço as minhas amigas e colegas do curso de turismo, Kailla Giardina, Natielle Santos e Bruna Brito, pela companhia nos momentos de aprendizado, adversidades e diversão.

Agradeço ao professor Ricardo Daher Oliveira por ter aceitado a tarefa de ser o meu orientador e a professora da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso-TCC Deisiane Barreto por acompanhar todo o processo da construção dessa pesquisa.

Por fim agradeço a Universidade do Estado da Bahia Campus XVIII-Eunápolis, por ser essencial no meu processo de formação profissional e a todos os professores e equipe do curso de bacharelado em Turismo.

Deve-se atentar para o fato de que cada cidade tem características próprias que, no levantamento, vão moldar o inventário segundo as peculiaridades dos atrativos, equipamentos, superestrutura e infraestrutura existentes.

(Beatriz Stigliano e Pedro César, 2006, p.7)

RESUMO

A presente pesquisa, ao ter como pergunta norteadora “De que forma a inventariação da oferta turística fornece subsídio para o fomento do turismo local?”, e ao ser caracterizada como um trabalho bibliográfico, documental e um estudo de caso, aborda sobre a necessidade da presença de um planejamento no desenvolvimento da atividade turística numa localidade, com um enfoque em um dos seus elementos, que é a inventariação turística, para perceber o quanto as informações obtidas na inventariação auxiliam na elaboração do planejamento turístico e no desenvolvimento do turismo numa cidade. Com um caráter qualitativo e exploratório-descritivo, o objetivo geral desse trabalho é o de analisar o inventário da oferta turística como identificador das potencialidades turísticas do município de Santa Cruz Cabrália para o desenvolvimento local, através da análise da oferta turística de Santa Cruz Cabrália, presente no primeiro plano municipal de turismo da cidade, criado no ano de 2022. Nesta pesquisa, as principais temáticas que foram discutidas são: planejamento turístico, oferta turística, atrativos, potencialidade e inventariação turística.

Palavras-chave: Planejamento turístico, Oferta Turística, Potencialidade e Inventariação turística.

ABSTRACT

This research, whose guiding question is "How does the inventory of the tourist offer provide support for the promotion of local tourism?", and being characterized as a bibliographic, documentary and case study, addresses the need for planning in the development of tourist activity in a locality, focusing on one of its elements, which is the tourist inventory, to understand how much the information obtained in the inventory helps in the elaboration of tourism planning and in the development of tourism in a city. With a qualitative and exploratory-descriptive character, the general objective of this work is to analyze the inventory of the tourist offer as an identifier of the tourist potential of the municipality of Santa Cruz Cabrália for local development, through the analysis of the tourist offer of Santa Cruz Cabrália, present in the first municipal tourism plan of the city, created in the year 2022. In this research, the main themes discussed are: tourism planning, tourism supply, attractions, potential and tourism inventory.

Keywords: Tourism planning, tourism offer, potential and tourism inventory.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 METODOLOGIA	10
3 PLANEJAMENTO TURÍSTICO	12
3.1 A relevância do planejamento na atividade turística	13
3.2 O planejamento estratégico turístico	16
4 OFERTA TURÍSTICA COMO ELEMENTO DO MERCADO TURÍSTICO.....	19
4.1 A oferta turística como componente fundamental do turismo.....	19
4.2 O papel dos atrativos turísticos na oferta e na atividade turística	23
5 INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA.....	25
5.1 A inventariação da oferta turística como elemento do planejamento para o desenvolvimento do turismo local	25
5.2 A identificação da potencialidade turística através da inventariação da oferta turística.....	28
6 ANÁLISE E DISCUSSÕES SOBRE A OFERTA TURÍSTICA DE SANTA CRUZ CABRÁLIA APRESENTADAS NO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DO ANO DE 2022	30
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38

1 INTRODUÇÃO

O turismo é um fenômeno socioeconômico complexo, que pode se apresentar em alguns lugares como uma atividade que possibilita o seu desenvolvimento e crescimento econômico. Contribuindo para além de somente o aspecto econômico, como a geração de emprego, renda e divisas, mas também com os aspectos sociais e culturais, com o fortalecimento da identidade local e com a melhoria das condições de vida das pessoas.

É considerado um fator de desenvolvimento local, por meio do fluxo de viajantes, fomento de atividades de consumo no comércio e serviço local e pelo fato de o rendimento gerado por essas atividades ser distribuído na economia local o que ocasiona no seu dinamismo. A atividade turística gera tanto impactos positivos quanto negativos.

Quando o turismo ocorre de uma forma sustentável, é possível maximizar os seus benefícios e minimizar os impactos negativos. E é fundamental que haja um planejamento, para que ocorra a busca pela utilização racional dos aspectos turísticos, a satisfação do turista, atrelada a uma melhor condição econômica e social para a população local e a preservação ambiental.

O turismo pode surgir em uma localidade de maneira espontânea, mas ainda assim é importante conhecer alguns fatores como a sua realidade e as suas potencialidades para que se possa planejar essa atividade e colher os seus impactos positivos.

Pensar nesses fatores é importante, por auxiliar o município na escolha da definição de um ou mais segmentos de turismo que se associa com as suas potencialidades e com as suas características. E esse ato faz com que o próprio município e outros indivíduos saibam qual o turismo que ocorre naquele lugar e orienta quem pretende investir nesse setor.

Portanto, essa pesquisa pretende abordar sobre o planejamento no setor turístico, com enfoque em um dos seus elementos, que é a inventariação turística, e está relacionada com a análise da oferta turística de Santa Cruz Cabrália, presente no primeiro plano municipal de turismo da cidade, criado no ano de 2022, como forma de perceber o quanto essas informações auxiliam no desenvolvimento do turismo na cidade.

As questões apresentadas, deram embasamento para a construção da temática desta pesquisa, que é “Análise da inventariação da oferta turística no município de Santa Cruz Cabrália: um estudo sobre a potencialidade turística do município para o desenvolvimento local”. E a partir da construção dessa temática foi elaborado o problema de pesquisa, que é o norteador deste trabalho: “De que forma a inventariação da oferta turística fornece subsídio para o fomento do turismo local?”.

Essa pesquisa, a partir da sua temática e problemática, possui o objetivo geral de analisar o inventário da oferta turística como identificador das potencialidades turísticas do município de Santa Cruz Cabrália para o desenvolvimento local, e é composta por três objetivos específicos que são: 1º- Discutir sobre o planejamento turístico, tratando de um dos elementos de sua composição, que é a inventariação turística; 2º-Abordar a importância da oferta turística e do papel dos atrativos turísticos na formação do mercado turístico e o 3º apreciar as informações sobre os atrativos turísticos presentes no plano municipal de turismo de Santa Cruz Cabrália e o seu papel no desenvolvimento turístico.

O presente trabalho é relevante por trazer uma discussão sobre a metodologia de inventariação da oferta turística e a sua importância no planejamento do desenvolvimento de um turismo sustentável em um destino. Para a sociedade, esta pesquisa propõe demonstrar que pensar no turismo de forma estratégica, permite fomentar a atividade turística, assim trazendo mais benefícios para o município, para a população e para o turista.

A inventariação turística exerce a função de ser um elemento diferencial na candidatura dos municípios para o recebimento de verbas específicas por meio do Ministério do Turismo e por governos estaduais para a realização de atividades turísticas, e o turismo para o município pode ser um meio de captação de renda e uma forma de se divulgar e destacar entre outros municípios.

Para a população, o turismo sustentável, que pode ser implantado pelas estratégias desenvolvidas em um planejamento turístico, lhe permitirá perceber onde ocorre e poderia existir a sua participação nas atividades turísticas, além de contribuir positivamente para o desenvolvimento local, com ações como a de geração de empregos diretos e indiretos e a de fortalecimento da identidade local.

Para o turista, os dados obtidos através do planejamento estratégico do turismo possibilitam que ele tenha acesso a informações acerca do que aquele

destino tem para ser oferecido a ele, contribuindo para a escolha do destino de sua viagem. E, para além disso, estas informações contribuem para a competitividade e o fomento do destino turístico e na elaboração de políticas públicas no âmbito turístico, nas quais os recursos são destinados de forma assertiva para o desenvolvimento da atividade turística.

E por fim, em questão de valores pessoais, esse trabalho é relevante por contribuir à pesquisadora com a aquisição de conhecimentos e informações sobre a área de planejamento estratégico e inventariação da oferta turística com o intuito de desenvolvimento de segmentações turísticas potenciais em uma localidade.

2 METODOLOGIA

Produto da investigação científica, o conhecimento científico busca explicar os fenômenos e as suas relações com o meio, tendo como base métodos que investigam a natureza do fato de forma sistemática e racional, apontando a verdade e a sua aplicação prática. Segundo Marconi e Lakatos (2022, p.32):

O método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando o cientista em suas decisões.

Considerando o método como o caminho a ser percorrido e esquematizado para alcançar determinado conhecimento, a presente pesquisa, intitulada “Análise da inventariação da oferta turística no município de Santa Cruz Cabrália: um estudo sobre a potencialidade turística do local”, segue os procedimentos metodológicos para alcançar um resultado, que seja produto de uma investigação científica.

Quanto ao método de procedimento, esta pesquisa alinha-se com o método monográfico, que também é chamado de estudo de caso, por realizar um estudo aprofundado sobre a potencialidade turística do município de Santa Cruz Cabrália, através de seus atrativos. Sendo que, de acordo com Gil (2019), este estudo envolve o aprofundamento de estudo de um caso que pode representar outros ou semelhantes casos.

Em questão da classificação quanto ao tipo de pesquisa, no âmbito da abordagem, ela é considerada qualitativa, por não quantificar as informações pesquisadas e pela sua análise de forma interpretativa e subjetiva. Segundo os

preceitos de metodologia científica de Silva *et al.* (2016), esta pesquisa apoia-se nas observações e nos indicadores do funcionamento de estruturas e organizações.

Pelos objetivos, ela será exploratória-descritiva, por explorar uma temática pouco trabalhada, possibilitando uma familiaridade com o problema, e também por objetivar descrever a metodologia da inventariação da oferta turística e relacioná-la com a identificação da potencialidade turística e com o desenvolvimento do turismo sustentável.

Já pelos procedimentos técnicos adotados, a pesquisa se caracteriza como sendo bibliográfica, documental, um estudo de caso e discute sobre o método de inventariação. A pesquisa bibliográfica, normalmente presente na maioria das pesquisas, é desenvolvida por materiais já produzidos que explicam um problema através do que já se é conhecido. Para Köche (2011, p. 122):

O objetivo da pesquisa bibliográfica, portanto, é o de conhecer e analisar as principais contribuições teóricas existentes sobre um determinado tema ou problema, tornando-se um instrumento indispensável para qualquer tipo de pesquisa.

E a pesquisa documental, que segundo Silva *et al.* (2016) se difere da bibliográfica pela natureza das fontes de pesquisa, utiliza-se de materiais documentais que ainda não tiveram tratamento analítico ou que podem ser reelaborados por conta dos objetivos da pesquisa. Além de se caracterizar como um estudo de caso por realizar uma pesquisa profunda em um único objeto e assunto, abordando a metodologia de inventariação, que se trata do levantamento de dados e informações.

A área de estudo dessa pesquisa é o município de Santa Cruz Cabrália e utilizará o plano municipal de turismo da cidade, que através de uma iniciativa inédita foi elaborado pela prefeitura e suas parcerias no ano de 2022. E os seus dados serão coletados através de materiais bibliográficos e documentais encontrados, tanto em formato físico quanto online, como: livros, artigos, pesquisas científicas, documentos e módulos, que discutem sobre as temáticas: planejamento turístico, oferta turística, atrativos, potencialidade e inventariação turística. Além do recente elaborado plano municipal de turismo de Santa Cruz Cabrália.

Após a coleta dos dados, estes precisam ser ordenados e sumarizados e é através da análise que ocorre a sua organização para que seja possível encontrar as respostas do problema que está sendo questionado. E a técnica de análise de dados

qualitativos que será utilizada nesta pesquisa é a da análise de conteúdo, que segundo Marconi e Lakatos (2022, p.209) é considerada por alguns autores uma técnica de tratamento e análise de informações colhidas de um documento escrito.”

Essa análise, que prima pela descrição e interpretação do conteúdo contido nas informações, buscando a sua validade, inicialmente ocupava-se de materiais jornalísticos, passando depois a compor também documentos e transcrições de entrevistas. E ainda, de acordo com Marconi e Lakatos (2022, p.310):

Considerando o delineamento da análise de conteúdo, três seriam as etapas dessa abordagem: a pré-análise (seleção do material e definição dos procedimentos a serem seguidos), a exploração do material, o tratamento dos dados e interpretação. Seu procedimento básico diz respeito à definição de categorias pertinentes aos objetivos da pesquisa.

Por fim, compreende-se que a análise de conteúdo busca com a compreensão crítica do que está sendo discutido abertamente ou camuflado no texto a identificação dos dados apresentados a respeito da temática trabalhada.

3 PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Este capítulo abordará sobre a importância e a necessidade da elaboração do planejamento para o desenvolvimento do turismo, que se destaca como uma promissora atividade socioeconômica para municípios, estados, países e para o mundo. Como um instrumento que auxilia na determinação das ações e atividades prioritárias para o desenvolvimento e evolução sustentável e harmoniosa do turismo. De acordo com Ruschmann (2013, p.9):

As consequências do grande fluxo de pessoas nesses ambientes - extremamente sensíveis - fazem com que o planejamento dos espaços, dos equipamentos e das atividades turísticas se apresente como fundamental para evitar os danos sobre os meios visitados e manter a atratividade dos recursos para as gerações futuras.

Para que haja o desenvolvimento sustentável numa localidade, onde se tenha harmonia e equilíbrio entre os recursos físicos, sociais e culturais, é fundamental a construção de um planejamento turístico. De acordo com Ruschmann (2013, p.81), “o planejamento é uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar os objetivos propostos” e dentre os vários modelos de planejamento que são utilizados para o desenvolvimento da atividade turística numa localidade, destaca-se o planejamento estratégico.

3.1 A relevância do planejamento na atividade turística

O turismo é um complexo fenômeno que, nas suas várias dimensões e multifaces, envolve diversos aspectos econômicos, sociais, culturais e políticos, podendo ser considerado relevante por fortalecer e favorecer o desenvolvimento e crescimento de um local. As atividades geradas por ele, de acordo com Mediotte (2020), produzem impactos tanto positivos quanto negativos no destino turístico e em que está participando da sua prática.

Segundo Nascimento e Silva [2004?], os impactos tanto positivos quanto negativos surgidos pela atividade turística demandam, para que todos os envolvidos possam colher os benefícios, a presença de um sólido e eficiente planejamento. Sendo que o ato de planejar está ligado à ideia de se pensar em quais são as decisões que precisam ser realizadas e em determinar quais são as ações futuras a serem tomadas para se alcançar determinado objetivo ou resultado.

O módulo operacional 4 - Elaboração do plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional, produzido pelo Ministério do Turismo-MTur no programa de regionalização, (BRASIL a, 2007, p.22) traz que “Planejamento é um processo ordenado e sistematizado de produção de bens, produtos e serviços, que vai contribuir para transformações da realidade existente, de acordo com os objetivos de desenvolvimento desejados pelos atores envolvidos”

O turismo, com o fim da Segunda Guerra Mundial, ganhou dimensão econômica e a França, entre 1948 e 1952, foi o primeiro país a realizar um planejamento turístico quinquenal. Já no Brasil, o estado iniciou o primeiro estudo sobre a questão do planejamento turístico em 1972, através do Projeto Turis, que era sobre a região litorânea Rio-Santos. Segundo BRASIL a (2007, p. 15)

O turismo, para ter garantia de sucesso como atividade econômica, depende de um planejamento estratégico realizado de forma integrada e participativa e que ofereça os meios adequados para sua implementação e administração

Mediotte (2020) compreende o planejamento como um instrumento que possibilita a remediação, previsão, a evitação ou a mitigação dos efeitos negativos do turismo e apresenta pontos que demonstram a relevância da elaboração do planejamento turístico, como o fato dele poder: potencializar os impactos positivos e minimizar os impactos negativos da atividade turística; evitar o esgotamento dos

recursos naturais de um destino turístico; determinar a intensidade e o nível do fluxo turístico e por evitar ações exploratórias e fomentar a conservação do patrimônio sociocultural do local.

Já Liberato e Vieira (2021) abordam algumas das inúmeras vantagens que o planejamento do desenvolvimento turístico traz para a gestão pública. O planejamento, como instrumento da política do turismo, dirige o destino turístico no caminho da sustentabilidade e da competitividade, melhora a sua eficácia comercial, dá segurança aos empresários, à população e aos investidores, além de orientar e definir políticas de crédito e incentivo.

Considerando-se como ferramenta de gestão de destino turístico, o planejamento turístico se propõe a ordenar e preparar os locais que irão ou já recebem fluxos de viajantes e na instalação e na rede de comercialização e distribuição de serviços e produtos para esses viajantes. Além de também atender aos anseios e às necessidades da população local, do destino turístico, do poder público e dos turistas. Segundo Müller e Silva (2011, p.46):

Planejar turisticamente uma localidade requer vontade, por parte da comunidade e dos governos; necessidade das localidades, que se preparam para receber visitantes e, acima de tudo, conhecimento técnico, por parte das pessoas que estão envolvidas no processo de planejamento e execução das ações.

Partindo da análise da situação atual de uma localidade e de aspectos referentes à demanda e à oferta para a visualização e preparação para uma futura realidade, segundo Ruiz *et al.* (2020, p.4), “O planejamento é a identificação de fatores competitivos de mercado e potencial interno, para atingir metas e planos de ação que resultem em vantagem competitiva para o destino turístico”.

O planejamento, como um processo ativo e flexível, ao organizar sistematicamente ideias, envolve alguns aspectos que se relacionam com a economia, a cultura, a população local, o turista, as características do destino e a ocupação de um território. E preestabelece objetivos, planos de longos prazos, estratégias e diretrizes que auxiliam na tomada de decisões para o desenvolvimento e a execução de um turismo sustentável. Para Mediotte (2020, p.34):

O planejamento pode promover o desenvolvimento do turismo a partir de estratégias, planos e programas, preferencialmente deliberados e

formalizados dentro de estruturas organizacionais, especialmente relacionadas com o fomento da atividade turística.

Ao elaborar esses elementos que compõem o planejamento, BRASIL^a (2007) pontua que deve-se pensar no homem e o seu habitat (as características gerais das pessoas residentes no destino turístico); nas vocações turísticas regionais/locais (a possível vocação e as tendências que caracterizam a região); nas potencialidades regionais/locais (a possibilidade e a perspectiva de ocorrência do desenvolvimento turístico na região) e nas demandas regionais/locais (elementos que podem ser interessantes aos turistas).

As informações obtidas através dessas pontuações e da análise de outros dados, demonstram que diferentes localidades turísticas apresentam diferentes realidades e as especificidades de cada local demandam um planejamento diferenciado que se adeque às suas necessidades. Para BRASIL^a (2007, p.24)

Quem determina o tipo de planejamento necessário ou mais aconselhável é a variedade de aspectos ou a dificuldade de abordagem do assunto que é objeto do planejamento, assim como o tempo projetado para seu desenvolvimento, o detalhamento de seu conteúdo e os recursos existentes.

Müller e Silva (2011, p.32) dizem que, “é possível constatar que não existe um modelo de planejamento que sirva a todas as cidades e destinações turísticas”, contudo, a sua elaboração continua a se representar como um relevante e insubstituível instrumento de construção, formulação, fomentação e monitoração do desenvolvimento sustentável do turismo em um destino turístico.

É no planejamento que será discutido quais ações para o desenvolvimento turístico com base na sustentabilidade serão realizadas numa localidade, e o planejamento estratégico é um dos tipos de planos que norteia os modelos de planejamento na atividade turística, que possui não só ações voltadas para o produto turístico, mas também todas as atividades e segmentos que são afetados e influenciados pela atividade turística.

Os impactos negativos surgidos com o turismo provavelmente seriam amenizados com a presença do ato de planejar, e isso demonstra a importância de integrar o planejamento na atividade turística a fim de maximizar os seus benefícios socioeconômicos, culturais e ambientais, como por exemplo: o desenvolvimento e

crescimento econômico, o potencial de gerar renda e emprego e pelo melhoramento da qualidade de vida da população, além de minimizar e intermediar os seus efeitos negativos, como a degradação do meio ambiente e a presença da urbanização excessiva.

3.2 O planejamento estratégico turístico

A atividade turística, relaciona e interliga distintos setores e elementos na sua composição, e dentre os vários modelos de planejamento que foram e são utilizados em seu desenvolvimento, um deles é o planejamento estratégico, que surgiu em meados da década de 80, sendo um dos mais presentes na atividade turística por poder abranger inúmeras variáveis e um ambiente mais complexo. Para Xavier e Maia (2008, p.3):

A necessidade de planejamentos que abordassem um ambiente mais complexo e um número maior de variáveis envolvidas levou as organizações a adotarem o planejamento estratégico, como uma alternativa viável de previsão e de prevenção contra as ameaças do ambiente (mercado mais instável).

De acordo com Carvalho e Pimentel (2013), este planejamento é utilizado como um instrumento de orientação para o desenvolvimento do turismo, através da determinação de ações que buscam ocasionar um equilíbrio entre as forças econômicas e sociais para tornar o destino turístico competitivo por meio da melhora do produto turístico. Nele, considerando o turismo como um todo, elaboram-se estratégias e projetam-se resultados de longo prazo.

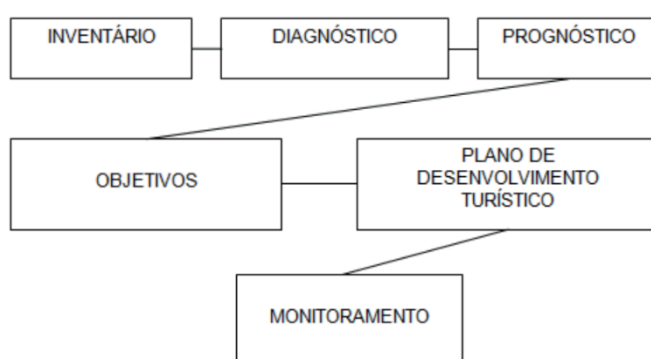
O planejamento estratégico, que é embasado nos problemas e desafios presentes em uma determinada situação e organização, delimita: ações, estratégias e objetivos, pode-se apresentar como um processo contínuo, coletivo, sistemático e dinâmico, que proporcionará diversos benefícios ao local e à organização onde está sendo elaborado e implementado. (Proplan, 2022)

No módulo de operacionalização 4, produzido pelo Ministério do Turismo-MTur no programa de regionalização do turismo, (BRASIL, 2007, p.24), encontra-se que “Uma das características principais do planejamento estratégico é o direcionamento de seu foco para os efeitos e impactos futuros, decorrentes das decisões tomadas no presente”, tendo como propósito final a construção de um plano estratégico.

Entre as etapas bem definidas que normalmente aparecem na produção desse planejamento, que integra e coordena entre si um conjunto de documentos, está a primeira, que é denominada análise situacional ou diagnóstico situacional. Essa etapa acontece anteriormente à criação do plano e é baseada no levantamento de dados que retratam a situação presente da localidade.

Após a análise situacional, passa-se a realizar a etapa do prognóstico, que é traçar o que acontecerá no futuro. Nesse momento, se determinam os objetivos, as metas, os benefícios, as estratégias para atingir certo objetivo e os impactos. E é através dos projetos gerenciais, dos projetos específicos e dos planos operacionais que as estratégias serão implementadas.

Figura 1- Etapas de um planejamento



<https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/gabarito/gabarito.php?codi>

A partir da leitura do módulo de operacionalização 4 do MTur, reuniram-se alguns elementos possíveis de serem considerados essenciais a estarem incluídos no plano estratégico, que são: a análise situacional (a análise do ambiente interno e externo que influencia o setor turístico); a missão e visão (o estabelecimento do propósito do plano e o futuro que se deseja); os objetivos estratégicos (são as metas de longo prazo para alcançar certo resultado); as estratégias (a abordagem geral para realizar os objetivos preestabelecidos) e a segmentação e posicionamento (a identificação da vocação turística de um local e como se pretende se posicionar para atrair os turistas).

Além desses, ainda há o plano de ação (os detalhes das iniciativas que serão tomadas para a execução das estratégias definidas), o monitoramento e avaliação (estabelecimento dos mecanismos de monitoramento e de avaliação do

desenvolvimento do plano estratégico) e participação das partes interessadas (é o processo de consulta e envolvimento que ocorre durante o desenvolvimento e a implementação do plano com as partes relevantes do plano, como: autoridades locais, empresas turísticas, comunidades locais e grupos de interesse).

O planejamento estratégico no turismo ordena, sistematiza e integra ações do presente que vão determinar os possíveis benefícios futuros, trabalhando com o que há e poderá haver e ser construído numa localidade, para ali se desenvolver de maneira sustentável a atividade turística. Segundo BRASIL^a (2007, p. 31):

O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional propicia o desenvolvimento do turismo sustentável. Ao tomar como diferencial as características da região, tais como os costumes, a história, a cultura e o saber popular, e as habilidades tradicionais, promove-se a valorização dos produtos ofertados e, dessa forma, também, se contribui para o desenvolvimento sustentável.

O planejamento estratégico final é composto por no mínimo sete componentes, sendo que alguns dos seus componentes são: 1º objetivo geral do planejamento (onde queremos chegar?), 2º objetivos específicos (o que vai ser feito?), 3º as metas (quais os objetivos mensuráveis?), 4º as linhas de ação (como serão alcançados os objetivos específicos?), 5º a identificação dos projetos específicos, 6º Indicadores de impacto (como serão medidos os objetivos do Plano?), 7º Fontes de comprovação ou meios de verificação dos indicadores (onde serão buscados os dados ou informações referentes aos indicadores e suas metas?), 8º Orçamento geral estimado, 9º Fontes de financiamento e o 10º Cronograma físico-financeiro. (BRASIL^a,2007)

E as oito perguntas que concentram os sete aspectos fundamentais deste planejamento e que compõem os seus componentes são: 1. O que vai ser planejado?; 2. Por que vai ser planejado?; 3. Quais serão os agentes e os beneficiários do planejamento?; 4. Quais serão os meios para que os objetivos sejam alcançados?; 5. Onde serão realizadas as ações que vão interferir na elaboração do Planejamento?; 6. Quando serão realizadas tais ações?; 7. Quanto será preciso, em termos de recursos humanos, materiais e financeiros, para que os objetivos sejam alcançados? e 8. Quem vai pagar? Quais as fontes de sustentação? (BRASIL^a,2007)

Este planejamento, diferente da proposta do modelo cartesiano, baseia-se numa abordagem sistêmica que é cíclica, podendo ser viciosa ou virtuosa, de causa e efeitos (entradas), que ocasiona dinâmicos processos com resultados (saídas), com possibilidades de serem positivos ou negativos, que são complexos de serem entendidos e mapeados (feedbacks). E leva em consideração na sua elaboração quais são as tendências do mercado turístico, as necessidades dos residentes da localidade, as necessidades dos turistas e as características específicas do destino. (Xavier e Maia, 2008)

Para Silva e França Junior (2018, p.960), “O planejamento estratégico é um importante instrumento de gestão para as organizações na atualidade”. E é através da implantação do planejamento estratégico na atividade turística, que podemos identificar a oferta turística e obter os indícios do que pode ser esperado da atividade turística no futuro de médio a longo prazo em um destino, além do turismo possivelmente se tornar um meio de incentivar e estimular o desenvolvimento e o crescimento econômico e a melhora da qualidade de vida da população de uma região ou local.

4 OFERTA TURÍSTICA COMO ELEMENTO DO MERCADO TURÍSTICO

Neste capítulo será discutido o que se consiste a oferta turística e a sua importância na formatação de um destino turístico, podendo ser considerada como um elemento fundamental do mercado turístico que auxilia na transformação de recursos turísticos em atrativos turísticos e na identificação da potencialidade turística de uma localidade.

O estudo da oferta auxilia nas decisões que apontam para o desenvolvimento sustentável do turismo numa cidade, permitindo haver o conhecimento de tudo que a cidade tem para oferecer na atividade turística e para a demanda recebida naquela localidade, que quer utilizar serviços e equipamentos com qualidade.

4.1 A oferta turística como componente fundamental do turismo

A atividade turística está ligada com o ato de viajar, com o deslocamento por vontade própria, por diversas motivações e temporário das pessoas de seu lugar de

origem para um outro local. E está situada no setor terciário, tendo a característica de prestação de serviços. O turismo, segundo Lemos (2013, p. 1405):

Ele está relacionado ao fluxo de pessoas, mas também à produção e ao consumo de uma grande variedade de produtos e serviços, tangíveis e intangíveis, e que, portanto, causam uma série de impactos econômicos, sociais e ambientais, tanto positivos como negativos.

Sendo uma atividade que envolve viagem e consumo de produtos e serviços. Segundo Silva (2007, p.7), “No turismo, há duas variáveis que são fundamentais para a própria existência de qualquer tipo de prestação de serviços: a demanda e a oferta”, onde a demanda está associada ao número de turistas que uma localidade receberia e a oferta se associa ao que se tem para oferecer a esses turistas, tendo como uma marcante característica, a heterogeneidade e o fato de constituir da justaposição de produtos e serviços.

A oferta turística tem como objetivo alcançar, atingir e atrair o turista a um determinado destino e, por isso, no momento do desenvolvimento de um pacote de produtos e serviços, é imprescindível conhecer quais são as reais necessidades do seu possível cliente e orientar as suas ações, produtos e serviços para atender a elas, oferecendo uma experiência que possa ser única e satisfatória. Para Lupart e Rodríguez (2022, p.407):

el objetivo de la oferta turística es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria del viaje, es decir, el éxito de una empresa turística está dada por las características de la oferta turística (belleza, riqueza, importancia del precio, combinación de todo esto) y, en síntesis, diferenciación, diversificación y singularidad.

Atendendo à demanda do mercado turístico com os produtos e serviços que são necessários para a realização do turismo, a oferta pode ser considerada como uma variável fundamental, além de ser um dos elementos essenciais do mercado turístico, por poder oferecer os serviços e produtos necessários para a realização da atividade turística e ter em sua composição componentes que permitem a realização do turismo, como: atrativos, equipamentos e serviços turísticos e infraestrutura de apoio turístico.

Os atrativos turísticos podem constituir-se como o componente principal do produto turístico, se refere a tudo que pode motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-lo e é o responsável por atraí-las para uma cidade. Já os equipamentos e serviços turísticos são todas as instalações, conjuntos de edificações e serviços

relacionados com a atividade turística, que não podem faltar para a sua execução e pôr fim à infraestrutura de apoio turístico se refere a instalações, conjuntos de edificações e serviços que atendem tanto aos moradores da localidade e aos turistas e que servem como base para o turismo, como por exemplo o sistema de transporte. (Escobar *et al.*, 2020)

De acordo com Santana *et al.* (2008), além da oferta ser definida pelo conjunto de elementos que possui, ela também pode ser diferenciada entre original e agregada. No qual a oferta original é composta pelos atrativos classificados em matéria-prima, que são os elementos hídricos, os atrativos ligados à flora, os derivados de processos geológicos e as atividades humanas.

E ainda, segundo Santana *et al.* (2008), a oferta agregada possui os bens e serviços que dão suporte à atividade turística, completando a oferta natural e sendo considerada importante ao bem-estar do viajante. Sendo ela composta por equipamentos e serviços de transportes, lazer, recreação, alojamento e agências de viagens. Além da infraestrutura de bens e serviços de segurança, comunicação, limpeza e de sinalização.

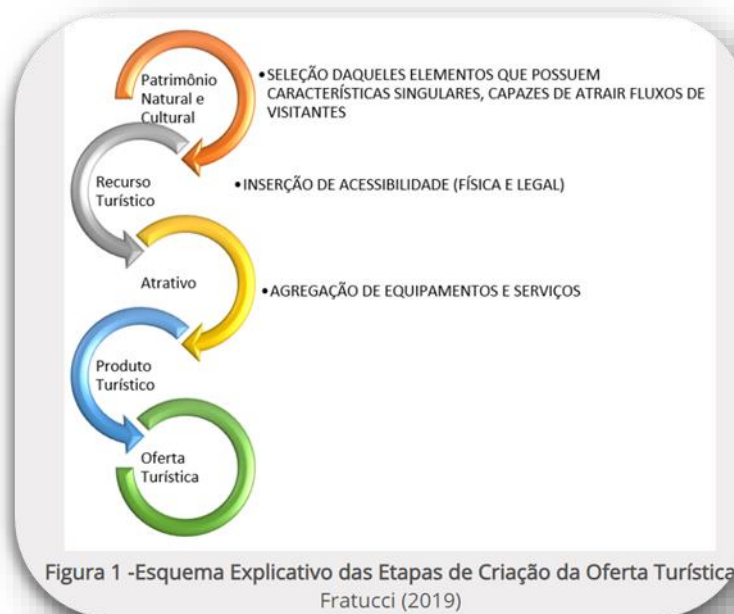
Já, conforme Pimentel e Carvalho (2020), a oferta turística de um local seria classificada a partir da possibilidade da sua exploração turística e do seu grau de desenvolvimento, podendo se enquadrar nas categorias de “recursos”, “atrativos” ou “produtos turísticos”, e sendo que a primeira e segunda categoria compõem são relevantes para a construção da terceira e se apresentam como base para o desenvolvimento do turismo.

Os recursos turísticos compreendem qualquer elemento que existe em um local com potencialidade de ter utilidade turística e seriam a matéria prima do turismo e formadores do produto turístico. Os atrativos turísticos se referem a tudo que já existe e é capaz de atrair um certo número de visitantes em uma localidade, sendo compostos por elementos atraentes e podendo ser vistos como um importante componente para o produto turístico. (Reis,2008)

E para Pimentel e Carvalho (2020, p.55), o produto turístico “é a somatória do atrativo turístico, dos serviços turísticos, que também podem ser chamadas de facilidades, como usam alguns autores, da infraestrutura básica e do conjunto de

serviços urbanos de apoio ao turista.” Ao contemplar tudo que uma localidade possui para oferecer aos seus turistas, pode-se compreender que o produto turístico se refere aos diferentes tipos de serviços que formam a atividade turística.

Figura 2- Composição da oferta turística



<https://www.redalvc.org/iournal/1154/115462634002/html/>

Os elementos que estão presentes na oferta são os mesmos que aparecem e formam o produto turístico. Para Fratucci *et al.* (2020, p.5) ” Para se chegar à oferta, inicialmente deve-se identificar e selecionar os recursos turísticos”, que são os bens e serviços que possibilitam a realização da atividade turística e satisfazem as necessidades da demanda. A identificação dos recursos turísticos é relevante e fundamental, por permitir que haja a definição de quais desses recursos irão ser transformados em atrativos turísticos, que somente atingirão a condição de produto turístico quando se são agregados componentes que permitam o seu uso.

A formatação dos produtos turísticos faz parte da organização da oferta turística, e essa ação é relevante para o desenvolvimento dos destinos turísticos, já que este termo se designa a tudo que há no destino para se oferecer de forma organizada aos turistas. E enfim, compreende-se que a oferta turística está ligada com os elementos tangíveis e intangíveis de uma localidade que devem ser

organizados para formar os serviços e produtos turísticos que irão estimular a ida de pessoas a este destino para vivenciar e experimentar o que ali tem para oferecer.

4.2 O papel dos atrativos turísticos na oferta e na atividade turística

Formada por tudo o que uma localidade tem para oferecer ao seu visitante, segundo Ferreira *et al.* (2021), o MTur classifica a oferta turística em três categorias, que são: infraestrutura de apoio ao turismo (categoria A), serviços e equipamentos turísticos (categoria B) e atrativos turísticos (categoria C).

Quando os recursos turísticos existentes em um local, que podem ser naturais, culturais e históricos, recebem investimentos para a implantação das estruturas e dos serviços que são necessários para proporcionar aos visitantes e residentes vivências sustentáveis e que o satisfaça, eles podem ser considerados como atrativos turísticos. (Nobre,2019)

Os atrativos turísticos que se encontram na categoria C são elementos da cultura, da natureza e da sociedade que se tornarão a razão pela qual as pessoas viajarão e visitarão um destino turístico. E segundo Nobre (2019, p.17), “Os atrativos turísticos podem ser considerados peças fundamentais que energizam a atividade turística, pois compreendem todos aqueles elementos que levam as pessoas a viajarem.”

No módulo operacional 7: roteirização turística (BRASIL^b,2007, p.27) é definido que “atrativos turísticos são locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los.” Ademais, este módulo ainda traz que, da mesma forma que a oferta foi categorizada, os atrativos turísticos são divididos em cinco categorias: atrativos naturais, atrativos culturais, atividades econômicas, realizações técnicas, científicas, artísticas e eventos programados.

Entretanto, a Organização dos Estados Americanos (OEA) classifica os atrativos em outras cinco categorias, que são: 1. Espaços naturais (elementos naturais); 2. Museus e manifestações culturais (apresentações artísticas, exposições e museus); 3. Folclore (as manifestações culturais); 4. Realizações técnicas,

científicas ou artísticas contemporâneas (realizações científicas que tenham interesse turístico) e 5. Acontecimentos programados (eventos e acontecimentos).

E além das conceituações apresentadas, o termo atrativo turístico possui várias denominações e conceituações. Sendo que estas relacionam-se com ele, como um elemento motivador, possuindo estrutura para receber e atrair turistas e criando um fluxo turístico em um local. Segundo Oliveira *et al.* (2015, p.652):

Uma vez que os atrativos turísticos são responsáveis pelas motivações de viagens e por efetivamente receber estes turistas, é necessário entender como ordenar esses atrativos turísticos a partir da sua responsabilidade no fluxo turístico de uma determinada região.

Possuindo certa responsabilidade na construção de um fluxo turístico em um determinado destino, os atrativos turísticos fazem parte da oferta turística diferenciada, que é aquela que determina a escolha da viagem. E além de atrair e conduzir as pessoas a uma certa localidade, através dos seus elementos também são oferecidas experiências que marcam a viagem, podendo proporcionar a satisfação ou não do turista nessas vivências.

Ao possuir uma participação no possível processo de desenvolvimento turístico de uma cidade, Oliveira *et al.* (2015, p.652) dizem que “A identidade e vocação turística de uma determinada região deve ser determinada a partir da existência de recursos e atrativos turísticos que permitam desenvolver determinados segmentos turísticos”. Os atrativos turísticos demonstram ser elementos importantes para o desenvolvimento do produto turístico e para a identificação da potencialidade turística de uma localidade.

A partir do que se compreende por atrativos turísticos, observa-se que ele age sendo a razão pela qual as pessoas viajam a certa localidade e a sua importância na diferenciação de certo circuito turístico ou roteiro turístico de outro, e também na determinação da identidade de um destino no mercado turístico. O atrativo turístico permite que, quando as pessoas cheguem a um destino, todo o sistema do turismo receptivo seja iniciado pelo consumo dos diversos produtos e serviços turísticos.

5 INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

Essa parte do trabalho irá abordar a inventariação da oferta turística no processo do planejamento turístico de uma localidade, já que este pode servir como base na busca de desenvolver a atividade turística em um local e auxilia no processo de conhecer qual é a oferta turística presente em seu espaço e identificar a sua potencialidade turística.

Como um instrumento que reúne as informações necessárias para se planejar de forma estratégica a atividade turística, segundo Stigliano e César (2006), ele pode encontrar-se dividido em duas partes complementares, na qual a primeira traz os aspectos gerais referentes aos dados que se tem sobre o município a ser estudado e a segunda os aspectos turísticos, que se referem à oferta turística que existe naquele espaço.

5.1 A inventariação da oferta turística como elemento do planejamento para o desenvolvimento do turismo local

O século XX é o marco referencial do processo de inventariação turística no Brasil, que teve seu início na década de 1960 com o primeiro mapeamento turístico oficial ocorrido no país, através de um acordo entre o governo brasileiro com o presidente Juscelino Kubitschek e o governo dos Estados Unidos que era liderado por Eisenhower, para a operação do programa *Tourism Project of Brazil* que detinha o objetivo de inventariar o turismo no Brasil. (Pinto e Moesch,2006)

A inventariação turística, como uma metodologia que classifica e caracteriza os elementos que compõem a formação da oferta turística de um destino, a princípio surgiu por causa da necessidade de conhecer qual era a realidade turística de uma localidade para a realização de um planejamento. E ao tratar de dados que dão subsídios para a construção do planejamento turístico, segundo Oliveira (2020, p.18)

A inventariação turística tem como objetivo levantar informações sobre a oferta turística da localidade. É feita através de uma pesquisa de campo, e se utiliza de formulários, os quais são organizados por categorias, conforme o modelo adotado. Tais formulários são adaptados consoante as necessidades de cada localidade. Existem alguns modelos de inventariação que podem ser seguidos e adaptados de acordo com as necessidades do município: INVTUR, do MTur (BRASIL, 2011), o modelo de BENI (1998) nomeado "Modelo de formulário de pesquisa de campo (FPC)" e o modelo de Stigliano e César (2006) nomeado "Inventário turístico".

A inventariação pode ser dividida nas três categorias que o MTur classifica a oferta turística de uma localidade, e os formulários utilizados para o levantamento do que precisa ser conhecido podem se organizar dessa mesma maneira. Segundo Costa *et al.* (2020, p.4), na categoria A (infraestrutura de apoio ao turismo), os dados coletados são referentes às “informações gerais do município; informações de meios de acesso ao município; sistema de comunicação; sistema de segurança; sistema de saúde; sistema educacional; e o comércio turístico.”

Já na segunda categoria, que é a B (serviços e equipamentos de apoio ao turismo), são registrados os dados referentes aos: “serviços e equipamentos de meios de hospedagem, alimentos & bebidas, agências de turismo, transporte turístico, eventos, lazer, entretenimento, e guiamento e condução turística.” E na terceira categoria C (atrativos turísticos), são levantadas as informações desses atrativos, sendo eles culturais, naturais, atividades econômicas e eventos programados.

Tendo a sua importância e necessidade demonstrada na Lei Geral do Turismo (LEI Nº 11.771 de 2008), que na seção da Política Nacional de Turismo, apresenta em seu artigo 5º, como um dos seus objetivos, “implementar o inventário do patrimônio turístico nacional, atualizando-o regularmente”; recomenda-se que os municípios brasileiros tivessem os seus próprios inventários da oferta turística. E conforme Costa *et al.* (2020, p.4):

“A partir da sua realização, que serve como instrumento de planejamento, os gestores, planejadores, pesquisadores, visitantes, turistas, obterão informações confiáveis acerca do potencial turístico de determinado município para atingir determinada meta.”

De acordo com Pinto e Moesch (2006, p.1), “A metodologia de inventariação turística é de extrema importância para o estudo do Turismo, e principalmente para o planejamento e desenvolvimento desta atividade.” Pois é a partir da inventariação que se é possível conhecer o espaço turístico de uma localidade, e esse conhecimento auxilia na ordenação, no planejamento e no desenvolvimento da atividade turística desse local.

A partir do que Silva (2007) diz, a inventariação da oferta turística é relevante por causa da obtenção de informações com qualidade e confiança para a elaboração de um planejamento, que auxilia no adequado desenvolvimento das

potencialidades turísticas de uma localidade, além de também orientar e otimizar o uso dos recursos públicos e evitar a sobreposição de ações. A inventariação permite que seja possível conhecer a dimensão da oferta de uma localidade e, a partir dessas informações, a tomada de decisões e das iniciativas que são necessárias para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Desenhando um panorama atualizado da oferta turística de uma localidade e agindo como um identificador das características e dos serviços e bens presentes em um destino, os dados e as informações coletadas podem determinar as potencialidades turísticas de um destino e permitir o planejamento e a gestão organizada e responsável do turismo no local. Segundo o Ministério do Turismo-MTur, no módulo operacional 6- Sistema de Informações Turísticas do Programa (BRASIL c,2007, p.31)

A inventariação da oferta turística é um processo pelo qual se registra ordenadamente o conjunto dos atrativos turísticos, dos equipamentos e serviços turísticos e da infra-estrutura de apoio turístico existentes. Esse processo tem por objetivo resgatar, coletar, ordenar e sistematizar dados e informações sobre as potencialidades dos atrativos turísticos e da oferta local e regional.

A recolha dos mais diversos elementos da oferta turística em um município, região, estado ou país em um documento que é elaborado a partir do instrumento da inventariação turística é relevante para o planejamento e a gestão do turismo, pela percepção da necessidade dessas informações, visto que o deslocamento do turista se dá pela oferta turística que a localidade tem para oferecer.

Os resultados surgidos no processo da inventariação, do qual Trentin e Fonseca Filho (2020) ressaltam a complexidade que é a sua realização pela quantidade de informações a serem registradas, pela logística de acesso a essas informações e pelo apoio de atores públicos, possibilitam a definição de quais serão as prioridades e do que pode ser feito nesses recursos disponíveis.

Apresentando o objetivo de registrar os dados dos atrativos turísticos, serviços e equipamentos turísticos e a infraestrutura de apoio ao turismo, além do de preservar, proteger e o de divulgar a oferta turística. A inventariação da oferta turística pode ser considerada um importante elemento do planejamento da atividade turística, e conforme Cavalcante (2016, p.44) o inventário da oferta turística

(...) é um processos de levantamento, identificação e registro de atrativos turísticos, dos serviços, equipamentos turísticos, e da infraestrutura de apoio

ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística de uma localidade, sendo esse importante instrumento de desenvolvimento local.

Podendo ser apresentada como a primeira etapa para a construção de um planejamento turístico de uma localidade e como um instrumento básico para o planejamento estratégico, de acordo com Silva *et al.* (2008, p.5) “Seu conteúdo oferece informações imprescindíveis, capazes de subsidiar o planejamento e gestão do turismo.”

Segundo Cavalcante (2016), a inventariação turística, ao servir como um instrumento base de apoio ao planejamento e à gestão turística de um local, deve apresentar em seu conteúdo a descrição dos atrativos turísticos, o seu estado de conservação, o que eles oferecem ao seu consumidor, as suas categorias, entre outras informações.

O seu conteúdo, que promove um detalhamento da oferta turística, ao ser analisado, interpretado e discutido, torna-se um essencial instrumento para o planejamento, por auxiliar nas estratégias de promoção de um destino turístico, no desenvolvimento adequado das potencialidades turísticas, na otimização de recursos públicos e nas iniciativas necessárias para o desenvolvimento do turismo sustentável.

Em suma, a inventariação é um instrumento que aponta a direção para a dimensão da oferta turística, tanto em sua qualificação quanto na definição das segmentações turísticas, e é importante para a elaboração do planejamento por orientar estratégias que buscam minimizar os impactos negativos do turismo e maximizar os seus benefícios, além de ser um diferencial para os municípios na candidatura ao recebimento de verbas específicas à atividade turística.

5.2 A identificação da potencialidade turística através da inventariação da oferta turística

A inventariação turística, além de poder se apresentar como a primeira etapa da construção de um planejamento turístico, também serve e é relevante para a identificação da potencialidade turística de um local. É através das informações presentes em seu documento que se identifica e se classifica os recursos, atividades

e atrativos da localidade, e se procede à avaliação da potencialidade turística. Para Colasante e Silva (2021, p.69):

Uma das etapas do planejamento turístico envolve o processo de inventariação que é um levantamento da infraestrutura, serviços e atrativos turísticos que o município dispõe. A partir dessa fase inicial, consegue-se trabalhar esses dados para análise da potencialidade turística e, com isso, identificar quais são os pontos positivos e negativos da localidade em relação aos aspectos necessários ao desenvolvimento do turismo, como infraestrutura, instituições normativas, recursos turísticos etc.

A potencialidade turística, variando de localidade para localidade, permite a identificação da possibilidade da utilização dos recursos e atrativos ali presentes para o turismo, e também auxilia nas decisões relativas quanto ao seu aproveitamento e uso. A avaliação da potencialidade turística pode se apresentar como um elemento relevante tanto para localidades que já são turísticas, quanto para as que querem desenvolver o turismo.

Segundo Cunha (2008), avaliar o potencial turístico de uma localidade auxilia no seu planejamento, por seus objetivos serem e possibilitarem: A determinação do valor de um local com a finalidade de estabelecer uma ordem e prioridades no desenvolvimento ou nos programas de investimentos a serem realizados; A análise e a comparação do potencial turístico de um local com outro e a avaliação da capacidade de uma localidade atrair pessoas após um acontecimento positivo ou de um negativo.

Ao se falar em potencial turístico, o que se observa e analisa é a reunião de elementos que proporcionam as condições favoráveis ao desenvolvimento do turismo em uma localidade, como a existência de atrativos e de equipamentos e/ou serviços turísticos, de apoio ou de entretenimento; além da facilidade de acesso.

Os diversos métodos e instrumentos desenvolvidos para a avaliação da potencialidade turística e/ou atratividade de um destino centram-se em dois aspectos fundamentais para a realização da atividade turística: o da oferta e o da demanda/procura. Segundo Gomes (2019), essas metodologias de avaliação da potencialidade evidenciam que a oferta turística representa uma condição para o local apresentar um potencial turístico, além de possuírem como uma característica marcante a realização do inventário turístico como um requisito inicial para se avaliar se há potencial turístico num destino.

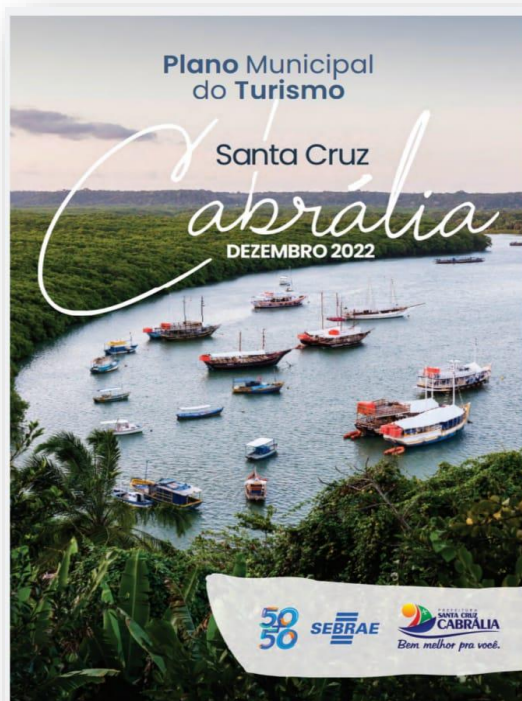
Portanto, a indicação da existência da potencialidade turística através da realização da inventariação turística e da sua apresentação no planejamento

turístico sinaliza as práticas e as ações necessárias ou que já acontecem no local que almeja ou já possui a atividade turística em seu espaço e, ao demonstrar a capacidade e as especificidades dessa localidade, permitirá que haja a organização do destino a partir da definição da segmentação turística em que ele pode ser inserido.

6 ANÁLISE E DISCUSSÕES SOBRE A OFERTA TURÍSTICA DE SANTA CRUZ CABRÁLIA APRESENTADAS NO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DO ANO DE 2022

No ano de 2022, ao compreender que a realização de um planejamento estratégico possibilitará que haja a elaboração da implantação de um turismo sustentável em um destino, a cidade de Santa Cruz Cabralia elaborou o primeiro plano municipal de turismo, que detém, entre outros motivos, o de consolidar o município como referência de turismo na região da Costa do Descobrimento.

Figura 3- Foto do Plano Municipal do Turismo de Santa Cruz Cabralia



Fonte: Elaboração própria

A cidade, que é o objeto de estudo deste planejamento, até o ano presente de 2024, está inserida na zona turística da Costa do Descobrimento, juntamente com Porto Seguro, Belmonte e Guaratinga. Localiza-se cerca de 700 km de Salvador,

situando-se no extremo sul da Bahia, possuindo área territorial de 1.462,942km² e compreendendo, além da sede Santa Cruz Cabrália, os povoados de Coroa Vermelha, Santo André, Santo Antônio e Guaiú.

O Plano Municipal do Turismo Santa Cruz Cabrália 2022, valido até o ano de 2024, foi construído com através da união entre o poder público, o Sebrae, empresários e representantes de diversos setores da comunidade. E se propõe a pensar na visão futura do turismo nos cinco destinos da cidade, em aonde se quer chegar e em qual é o método e caminho para se chegar nos resultados que são almejados.

A inventariação turística como um dos componentes presentes na construção do planejamento, traz informações sobre a oferta turística existente na localidade a partir do que se é encontrado sobre os atrativos turísticos, os serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo. E é nos capítulos do plano denominados “Análise da oferta turística” e “Oferta turística”, que discute sobre a realização do mapeamento e a análise da oferta turística de Santa Cruz Cabrália, encontra-se informações que são obtidas através do processo de inventariação.

Este trabalho, que discute sobre a oferta turística de uma localidade e as informações dos atrativos turísticos como elementos que indicam a potencialidade turística do local, vai analisar e apreciar os dados apresentados nos capítulos “Análise da oferta turística” e “Oferta turística”, sobre a oferta e os atrativos presentes na cidade de Santa Cruz Cabrália.

A parte intitulada "Análise da oferta turística", transmitiu qual foi a metodologia e as etapas efetuadas para a realização do mapeamento da oferta turística presente na cidade e a sua conseqüente análise, além de trazer algumas informações sobre os seus acessos. Enquanto a parte denominada “Oferta turística” complementa essas informações e informa quais foram as segmentações turísticas que se adequaram na potencialidade presente na localidade, trazendo também dois quadros que contêm alguns dados de atrativos, das manifestações culturais e dos eventos.

Segundo a Prefeitura de Santa Cruz Cabrália e o Sebrae Bahia (2022), a metodologia de pesquisa se dividiu em três etapas: 1º-Levantamento de informações em bancos de dados para análise e dimensionamento da estrutura turística; 2º-Pesquisa quantitativa com trabalho em campo nos equipamentos e atrativos; e 3º-Tratamento dos números e análise qualitativa de acordo com os dados coletados.

Já no caso do acesso à cidade, “o acesso terrestre para o destino pode ser realizado através da rodovia BR-101 até a cidade de Eunápolis, percorrendo mais 60 km pela BR-367 até Porto Seguro e mais 22 km até chegar em Santa Cruz Cabrália”. (Santa Cruz Cabrália; Sebrae Bahia, 2022, p.23). Na parte aérea, ela recebe suporte do aeroporto internacional de Porto Seguro, e mesmo com o município não contando com um terminal rodoviário, ele recebe viajantes de carro e de ônibus a partir da rodoviária mais próxima, que é a da cidade vizinha Porto Seguro.

No quesito da oferta turística da cidade, o capítulo referente a esse tema indica a construção de um inventário dos atrativos da cidade de Santa Cruz Cabrália, através da coleta de dados primários (pela primeira vez pesquisados) e secundários (obtidos por meio de fontes já disponíveis e/ou dos dados primários), que se constitui da descrição das características, localização e identificação dos essenciais atrativos turísticos naturais, rotas, roteiros e circuitos turísticos da localidade.(Santa Cruz Cabrália; Sebrae Bahia, 2022)

Antes da apresentação dos quadros que organizam essas informações, com base nos atrativos, nas atividades e na potencialidade turística da cidade, foram identificados doze segmentos turísticos, que com o papel de auxiliar na estruturação e na comercialização de um destino, podem consolidá-la nas prateleiras de venda do mercado turístico, de acordo com a sua demanda turística local. Os segmentos destacados e comentados foram: 1º-Sol e Praia, 2º-Etnoturismo, 3º-Cultural, 4º- Ecoturismo, 5º- Náutico, 6º-Esportivo, 7º-Histórico-Cultural, 8º-Turismo de experiência, 9º- Bem-estar, 10º-Base-comunitária, 11º-Negócios e eventos e 12º-Turismo rural. (Santa Cruz Cabrália; Sebrae Bahia, 2022)

Após abordar um pouco sobre cada um desses segmentos e de salientar a importância deles se complementarem para o incentivo da geração do fluxo de turista nos diversos lugares existentes no município de Santa Cruz Cabrália, foi adicionado na parte da “Oferta Turística” dois quadros, sendo um seguido do outro.

O primeiro recebeu a legenda de Atrativos Turísticos e apresenta as suas informações divididas em três colunas, na qual a primeira coluna é nomeada atrativos, trazendo os nomes dos atrativos identificados na cidade; a segunda é chamada de rota, que indica o local onde se encontra o atrativo (sede, Coroa Vermelha, Santo André, Santo Antônio e Guaiú) e o terceiro, que é o segmento, se refere a qual segmento esse atrativo se ligaria.

O segundo quadro, denominado Manifestações Culturais e Eventos, dividiu-se aproximadamente como o quadro anterior, somente com a modificação da primeira coluna, que foi nomeada Manifestação/Evento, trazendo o nome dos eventos e das manifestações culturais que acontecem em Santa Cruz Cabrália. Segue abaixo os dados e os quadros presentes no plano de Turismo do município.

Quadro 1- ATRATIVOS TURÍSTICOS

ATRATIVO	ROTA	SEGMENTO
Praia de Mutari	Sede	Sol e Praia
Praia de Arakakaia	Sede	Sol e Praia
Praia das Tartarugas	Sede	Sol e Praia
Praia da Tartaruga	Santo André	Sol e Praia
Praia de Jacumã	Santo André	Sol e Praia
Praia dos Lençóis	Sede	Sol e Praia
Parque Ecológico Fazenda Mãe Tereza	Sede	Ecoturismo; Turismo de Experiência
Parque da Preguiça	Sede	Ecoturismo; Turismo de Experiência
Passeio de Barco (Observação dos manguezais)	Sede	Ecoturismo
Ilha do Sol	Sede	Ecoturismo
Pesca Alto Mar (Royal Charlotte)	Sede	Ecoturismo; Náutico
Descida de Caiaque	Sede	Ecoturismo, Esportivo; Náutico
Rio Mutari	Sede	Ecoturismo
Centro Histórico	Sede	Histórico/Cultural
Feirarte	Sede	Cultural
Artesanato Local	Região	Cultural
Cais do Porto	Sede	Cultural
Aldeia Indígena Pataxó Nova Coroa	Coroa Vermelha	Etnoturismo; Cultural; Turismo de Experiência
Aldeia Mata Medonha	Santo André	Etnoturismo; Cultural; Turismo de Experiência; Base Comunitária
Esportes Aquáticos (Kitesurfe, Surfe, Stand up, Canoa Havaiana e vela)	Região	Esportes, Ecoturismo

Quadro 1- ATRATIVOS TURÍSTICOS (Conclusão)

Parque Marinho de Coroa Alta	Região	Náutico
Rio João de Tiba (flutuação e pôr do sol)	Região	Ecoturismo; Náutico
Mergulho (cilindro)	Região	Ecoturismo; Náutico; Turismo de Experiência
Praia do Mutá	Sede/Coroa Vermelha	Sol e Praia
Praia de Coroa Vermelha	Coroa Vermelha	Sol e Praia
Parque Indígena	Coroa Vermelha	Etnoturismo; Cultural
Reserva Txag'ró Mirawê	Coroa Vermelha	Etnoturismo; Cultural; Turismo de Experiência
Cruz (Marco da 1a Missa)	Coroa Vermelha	Histórico Cultural
Praia de Santo André	Santo André	Sol e Praia
Eventos corporativos	Santo André	Negócios e Eventos
Casamentos	Santo André	Negócios e Eventos
Atividades de bem-estar (hidromassagem no rio e yoga)	Santo André	Bem-estar
Praia do Boboca	Santo Antônio	Sol e Praia
Recifes de Araripe	Santo Antônio	Náutico
Praia de Guaiú	Guaiú	Sol e Praia
Santuário – Hotel Fazenda	Santo Antônio	Ecoturismo; Bem-estar; Negócios e Eventos; Turismo de Experiência/Rural
Rancho Villa	Santo Antônio	Bem-estar

Fonte: Plano Municipal de Turismo Santa Cruz Cabralia (2022)

Quadro 2- MANIFESTAÇÕES CULTURAIS E EVENTOS

MANIFESTAÇÃO/EVENTO	ROTA	SEGMENTO
Hasteamento do Mastro de São Sebastião	Sede	Religioso/Cultural
O Esmoro	Sede	Religioso/Cultural
O “Camisado”	Sede	Religioso/Cultural
Terno de Reis	Sede	Religioso/Cultural
Dia de São Sebastião	Sede	Religioso/Cultural
O “Engenho”	Sede	Religioso/Cultural
Carnaval	Região	Cultural
Carnaval Cultural	Região	Cultural
Peça Teatral “Paixão de Cristo” – Semana Santa	Sede	Religioso/Cultural
Dia dos povos indígenas	Sede	Cultural
Jogos Indígenas	Coroa Vermelha	Etnoturismo/ Cultura/Eventos
Peça Teatral “O Auto do Descobrimento”	Sede	Cultural
Réplica da 1ª Missa	Coroa Vermelha	Religioso/Cultural
“Tonhão”	Sede	Eventos/Cultural
Dia de São Pedro – “Pedrinho”	Sede	Religioso/Cultural
Dia de Nossa Senhora da Conceição (Padroeira da Cidade) – “Chegança”	Sede	Religioso/Cultural
Festival da Lagosta	Região	Eventos
Réveillon	Região	Eventos

Fonte: Plano Municipal de Turismo Santa Cruz Cabralia (2022)

Esses dois quadros, que estão presentes na parte da “Oferta turística” do Plano Municipal de Turismo de Santa Cruz Cabrália, demonstram principalmente as informações referentes ao nome, localidade e o potencial segmento do atrativo ou da manifestação cultural e evento que existem na cidade, tendo antes da sua presença, segundo a Prefeitura de Santa Cruz Cabrália e o Sebrae Bahia (2022, p.26), o dado de que no mapeamento da oferta turística do município:

A coleta de informações turísticas identificou uma ampla diversidade de atrativos e seus diferentes níveis de maturidade para comercialização. Vale ressaltar que alguns desses atrativos foram relacionados como potencial, ainda sem uma base estrutural de exploração.

A elaboração do inventário da oferta turística de Santa Cruz Cabrália, como uma das primeiras etapas para a construção de um planejamento e organização de algum espaço turístico, teve as suas informações organizadas no documento nomeado Plano Municipal de Santa Cruz Cabrália e permitiu que houvesse a identificação das potencialidades turísticas da localidade, através da indicação de seus atrativos.

Esses dados oferecem uma valiosa base de informações, a partir da qual forma-se um banco de dados que nortearão a ocupação e a transformação dos espaços para o planejamento e desenvolvimento de um turismo respaldado por preocupações sociais e ecológicas. (Prefeitura de Santa Cruz Cabrália; Sebrae Bahia, 2022, p. 26)

Os capítulos “Análise da oferta turística” e “Oferta turística”, apresentaram as informações básicas (nome, localidade geral, segmento turístico), referentes aos atrativos turísticos da cidade de Santa Cruz Cabrália. No entanto trazer mais informações como: as características, história do local e a infraestrutura presente ali, permitiria a obtenção de noção mais detalhada sobre o que a cidade tem para oferecer aos seus turistas e seus habitantes.

As informações e os dados coletados por essa inventariação, possuem o propósito de ser utilizado pela gestão pública e pelos empresários locais no desenvolvimento sustentável e responsável do turismo e aplicado no seu planejamento para a organização turística da cidade. Esse levantamento da oferta turística de um local é fundamental para a construção de um pensamento estratégico sobre o que se pretende do futuro turístico do destino a ser trabalhado.

O conteúdo obtido no processo do mapeamento da oferta turística de uma localidade, ao ter qualidade e serem confiáveis, é a base para a análise e tomada de decisões no reconhecimento da utilização do que se existe na localidade para fins

turísticos. Além de poder também embasar a criação das ações nos planejamentos, na gestão, na promoção e no incentivo à comercialização do turismo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões realizadas nesta pesquisa durante os capítulos propostos nesse trabalho, que eram sobre o planejamento no setor da atividade turística e a menção de alguns dos elementos que o compõem, sendo principalmente a inventariação turística e a oferta turística, auxiliaram no processo de responder à pergunta norteadora desse trabalho que foi: “De que forma a inventariação da oferta turística fornece subsídio para o fomento do turismo local?”.

O capítulo denominado planejamento turístico abordou os motivos da necessidade de a atividade turística ser planejada em uma localidade e sobre o planejamento estratégico, que é dentre os vários modelos de tipos de plano um dos que norteia os modelos de planejamento na atividade turística. Já a parte nomeada oferta turística como elemento do mercado turístico, discutiu sobre no que se consiste a oferta turística e a sua importância na formatação de um destino turístico.

Em seguida, a seção inventariação da oferta turística traz a inventariação como uma ferramenta que fornece informações referentes à oferta turística para o desenvolvimento sustentável do turismo em uma localidade. E por fim, no capítulo Análise e discussões sobre a oferta turística de Santa Cruz Cabrália apresentadas no plano municipal de turismo, foi realizada uma análise dos dados presentes nas partes do plano denominadas: “Análise da oferta turística” e “Oferta turística”.

Logo, o percurso de informações presentes na composição desse trabalho permite considerar a inventariação turística como um relevante instrumento de coleta de dados para a realização do diagnóstico do que um determinado destino possui para oferecer ao turista, que, caso contenha dados e informações verídicas e com qualidade, contribui na construção do planejamento turístico de um município, podendo auxiliar na identificação de suas potencialidades turísticas e na definição de prioridades para os recursos já existentes e em ações mais assertivas para a

implantação de um turismo sustentável em um destino com possibilidade de ser turístico.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Ministério do Turismo. Roteiros do Brasil -Programa de Regionalização do Turismo - Módulo Operacional 4: Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional. Brasília.2007. Disponível em: www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/modulos-operacionais-do-programa-de-regionalizacao/modulo_operacional_4_elaboracao_do_plano_estrategico_de_desenvolvimento_do_turismo_regional.pdf. Acesso em: 02 de abril de 2024

BRASIL, Ministério do Turismo. **Roteiros do Brasil -Programa de Regionalização do Turismo - Módulo Operacional 7:** Roteirização Turística. Brasília.2007. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf. Acesso em: 14 de abril de 2024

BRASIL, Ministério do Turismo. **Roteiros do Brasil -Programa de Regionalização do Turismo - Módulo Operacional 6:**Sistema de Informações Turísticas do Programa. Brasília.2007. Disponível em:http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/sistema_de_informacoes_turisticas_do_programa.pdf. Acesso em: 19 de abril de 2024

BRASIL. LEI Nº 11.771, DE 17 DE SETEMBRO DE 2008.Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo. Brasília. Planalto. 2008. Disponível em:https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm

CARVALHO, Fabiola Cristina Costa de; PIMENTEL, Thiago Duarte. Mapeando os Modelos de Planejamento Turístico: em Busca de Refinamento Teórico com Vistas à Intervenção Qualificada. X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.2013. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/347599459_Mapeando_os_Modelos_de_Planejamento_Turistico_em_busca_de_refinamento_teorico_com_vistas_a_intervencao_qualificada.

CAVALCANTE, Jordana de Souza.INVENTÁRIO TURÍSTICO: SUA IMPORTÂNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL DE BOA VISTA/RR.**TEXTOS E DEBATES**, Boa Vista, n.30, p. 39-54. 2016.DOI: 10.18227/2317-1448ted.v2i30.3513. Disponível em: <https://revista.ufrr.br/textosedebates/article/view/3513>. Acesso em: 27 de abril de 2024.

COSTA, Êndel RAul Pachêco; FARIAS, Mayara Ferreira de; TAVEIRA, Marcelo da Silva; NASCIMENTO, Marcos Antonio Leite do.ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DO POLO SERIDÓ, RIO GRANDE DO NORTE, BRASIL. Revista Turismo: Estudos & Práticas (UERN), Mossoró/RN, v. 9 (1), 1-21, 2020. Disponível em:https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/37345/1/PotencialTur%C3%ADsticoCoSerid%C3%B3_Taveira_2020.pdf.Acesso em: 28 de abril de 2024

COLASANTE, Tatiana; SILVA, Elizama Portugal da. Potencialidades para o desenvolvimento do turismo em Magalhães de Almeida - MA. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 15, n. 2.p.68-90. 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/354139588_Potencialidades_para_o_desenvolvimento_do_turismo_em_Magalhaes_de_Almeida_-_MA. Acesso em: 30 de abril de 2024

CUNHA, Licínio. Avaliação do potencial Turístico. **COGITUR- Jornal of tourism studies**, 1(1), p. 21-40.2008. Disponível em:

<https://recil.ulusofona.pt/server/api/core/bitstreams/9816d320-e137-4dbc-8ba9-a43f1bdbf539/content>. Acesso em: 08 de maio de 2024

ESCOBAR, Maria Andréa Rocha; OLIVEIRA, Thaís Menezes; SANTOS, Anderson Oliveira; FLORÊNCIO, Marcio Nannini da Silva, ESCOBAR, Amanda Greff. **Um olhar sobre o turismo na Serra de Itabaiana/SE: avaliação de seu potencial turístico**. Research, Society and Development, v. 9, n. 9, e427997034, 2020 (CC BY 4.0) | ISSN 2525-3409 | DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i9.7034>

FRATUCCI, Aguinaldo César; MORAES, Claudia Corrêa de Almeida. **INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA: REFLEXÕES TEÓRICAS PARA O PLANEJAMENTO E ORDENAMENTO DO ESPAÇO TURÍSTICO**. Caderno Virtual de Turismo. vol.20. núm. 1, 2020 Universidade Federal do Rio de Janeiro. Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115462634002>.

FERREIRA, Paula Leão; SCALCO, Raquel Faria; FONSECA, Virginia Martins. **O Inventário da Oferta Turística como Estratégia de Diálogo com a Comunidade: um Estudo de Caso sobre o Parque Nacional das Sempre-Vivas e seu Entorno**. Revista científica Biodiversidade Brasileira. v.12.n.3.2021 Disponível em: <https://revistaeletronica.icmbio.gov.br/BioBR/article/view/1931/1380>.

GOMES, Cristiane Soares Cardoso Dantas. **Potencial turístico de destinos: proposição de um modelo de avaliação com base nos recursos endógenos..** 179f. Tese (Doutorado em Turismo) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/28373>. Acesso em: 08 de maio de 2024

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7.ed. São Paulo. Atlas.2019

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos da metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. Petrópolis-RJ. Vozes.2011

LIBERATO, Mônica Maria; VIEIRA, Lício Valério Lima. **Planejamento municipal do turismo** Estratégias e Práticas. Editora IFS. Aracaju. 2021. Disponível em: https://www.ifs.edu.br/images/EDIFS/ebooks/2021/Planejamento_Municipal_do_Turismo_-_Estrat%C3%A9gias_e_Pr%C3%A1ticas.pdf. Acesso em: 02 de abril de 2024

LEMOS, Clara C. **Planejamento do turismo em âmbito federal: uma análise dos instrumentos utilizados e dos investimentos no setor**. Rev. Adm. Pública. Rio de Janeiro.2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000600004>.

LLUPART, María Rosa Naranjo; RODRÍGUEZ, María de los Angeles Martínez. LA OFERTA TURÍSTICA: PRECISIONES TEÓRICAS PARA SU ANÁLISIS The tourist supply: theoretical precisions for its analysi. **ENCUENTROS - Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico**. 2022. P 406-422. Disponível em: (unermb.web.http://www.encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/335/288ve) . Acesso em: 14 de abril de 2024

MEDIOTTE, Elias José. **Avaliação da governança em instâncias deliberativas coletivas e sua relação com o planejamento turístico no município de Tiradentes (MG)**. 2020. 238 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa. 2020. Disponível em: <https://www.locus.ufv.br/handle/123456789/27798>. Acesso em: 01 de abril de 2024

MÜLLER, Renato Lisboa; SILVA, Rodrigo Borsatto Sommer da. **Planejamento e Organização do Turismo**. Indaial: Uniasselvi, 2011

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria; Atualização João Bosco Medeiro. **METODOLOGIA CIENTÍFICA**. 8.ed. Barueri-SP. Atlas.2022

NASCIMENTO, Maria Elenita Menezes; SILVA, Dilceia Novak. **Estratégias para implantação das práticas de planejamento estratégico e gestão do conhecimento para avaliar o plano nacional do turismo**. [2004?]. Disponível em:<https://fundacao.ucs.br/site/midia/arquivos/gt13-estrategias.pdf>. Acesso em: 01 de abril de 2024

NOBRE, Aline Santos. **Um estudo da potencialidade turística do Mirante das Lajes**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo). Universidade do Estado do Amazonas. Manaus. 2019. Disponível em: <http://repositorioinstitucional.uea.edu.br/handle/riuea/4910s> - Repositorio: Um estudo da potencialidade turística do Mirante das Lajes (uea.edu.br).

PIMENTEL, THIAGO DUARTE; CARVALHO, FABÍOLA CRISTINA COSTA DE AUTOAVALIAÇÃO DO GRAU DE DESENVOLVIMENTO DA OFERTA TURÍSTICA COM BASE EM SEUS RECURSOS, ATRATIVOS E PRODUTOS TURÍSTICOS Rosa dos Ventos, vol. 12, núm. 1, 2020. Universidade de Caxias do Sul, Brasil Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473563286006> DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i1p4>. Acesso em: 14 de abril de 2024

OLIVEIRA, Cassio dos Santos e; MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes; MARQUES, Sílvio César Moral. Processo de Formação de Atrativos Turísticos Sustentáveis. Revista Turismo em Análise, São Paulo, Brasil, v. 26, n. 3, p. 639–667, 2015. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v26i3p639-667. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/88600>

OLIVEIRA, Aparecida Soares. Inventariação turística de Japoatã. Monografia (Graduação - Tecnólogo em Gestão de Turismo.) - Instituto Federal de Sergipe. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ifs.edu.br/biblioteca/bitstream/123456789/1553/1/Aparecida%20Soares%20de%20Oliveira.pdf>. Acesso em: 27 de abril de 2024

PINTO Débora Beron; MOESCH, Marutschka Martini. **Inventariação Turística: por um modelo de superação metodológica**. Trabalho apresentado ao GT 14 “Epistemologia e Pesquisa” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Caxias do Sul. 2006. Disponível em: [https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT14-14.pdf\(ucs.br\)](https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT14-14.pdf(ucs.br))

PROPLAN. **GUIA PRÁTICO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NA UFRPE**. Universidade Federal Rural de Pernambuco. 3 ed. Recife. 2022. Disponível em: https://www.ufrpe.br/sites/www.ufrpe.br/files/GUIA_PR%C3%81TICO_DE_PLANEJAMENTO_ESTRAT%C3%89GICO_NA_UFRPE_VERSAO3_2022.pdf

PREFEITURA DE SANTA CRUZ CABRÁLIA; SEBRAE BAHIA. Plano Municipal do Turismo Santa Cruz Cabralia. Dezembro de 2022.

RUIZ, Thays Cristina Domareski; Lopes, Eduardo Batista; Anjos, Francisco dos. O desenvolvimento turístico de foz do iguaçu a partir dos processos de planejamento urbano e turísticos. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, v.9. n°1.2020. P.1-20. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/podium.v9i1.17480>. Acesso em: 02 de abril de 2024

RUSCHMANN, **Turismo e planejamento sustentável** a proteção do meio ambiente. 16 e. Campinas-SP. Papirus.2012

REIS, Jarlene Rodrigues. Oferta turística – o outro lado da moeda. 2008. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/589/Aula_05.pdf?sequence=7

SILVA, Cristiane; FRANÇA JUNIOR, Romualdo Theophanes de. Política pública a partir do planejamento estratégico: uma análise do sistema territorial turístico no município de Joinville (SC). **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. Vol.16. N.º4.2018. P.957-970. Disponível em: https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/10793/PS_16_4_%282018%29_06.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 04 de abril de 2024

SILVA, Tatiana Alves de Almeida. **“Inventário da oferta turística e desenvolvimento sustentável”**. Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo-CET da Universidade de Brasília-UNB. Brasília-DF.2007. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/196863795RE> Reader.

SANTANA, Tarcizo Bitenourt; CERQUEIRA, Cristiane Aparecida de; FREIRE, Carla Regina Ferreira. **Relação entre a demanda e a oferta turística: uma reflexão teórica**. XIV seminário de Iniciação Científica da UESC. 2008. Disponível em: <http://www.uesc.br/nucleos/turismo/2008462.pdf#:~:text=N%C3%A3o%20%C3%A9%20a%20demanda%20de%20simples%20elementos%20isoladamente,que%20entra%20no%20mercado%20consumidor%20por%20um%20pre%C3%A7o>.

SILVA, Adriana Pisoni da; COELHO, Eva Regina, MOESCH, Norma Martini. **A Contribuição do Programa Inventário da Oferta Turística da Região Central do Rio Grande do Sul para a Regionalização do Turismo**. V Seminário de Pesquisa

em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR). Universidade de Caxias do Sul. Rio Grande do Sul.2008. Disponível em:
[/www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt07-01.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt07-01.pdf)

SILVA, Sibebe Leandra Penna; ROCHA, Fernanda Cristina Abrão da; DAL SASSO, Sônia Maria; SENRA, Luciana Xavier; ESPÍRITO SANTO, Jéssica Aparecida Corrêa do. **Livro texto Metodologia Científica**. Muriaé: FAMINAS, 2016. 150 p. Disponível em: <https://bibliotecadigital.faminas.edu.br/jspui/>.

TRENTIN, Fábila; FONSECA FILHO, Ari da Silva. **GESTÃO PÚBLICA EM TURISMO: COORDENAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA**. Caderno Virtual de Turismo. 2020. Disponível em:
<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1768/670>inventário da oferta turística | Trentin | Caderno Virtual de Turismo (ufrj.br).

XAVIER, Wlamir Gonçalves; MAIA Andrei Giovani. Planejamento estratégico do turismo: um estudo comparativo entre o planejamento estratégico do Município de Joinville/SC e o seu planejamento estratégico turístico. **V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo ANPTUR**. Belo Horizonte-MG.2008. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/197.pdf>. Acesso em: 04 de abril de 2024