

Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico Sustentável – Maricá 2030

Tema: Trabalho de diagnóstico para o fortalecimento das vocações turísticas e de promoção do município de Maricá/RJ.

Período de campo: Junho a Dezembro de 2018

Ações desenvolvidas:

- **Inventário sintético sobre os meios de hospedagem de Maricá;**
- **Diagnóstico e avaliação para formatação de roteiros turísticos em Maricá;**
- **Visita técnica aos atrativos turísticos divulgados**

- **Reuniões para alinhamento com atores locais e desenvolvimento das atividades propostas**

1.1) Introdução:

A proposta de conhecer a realidade dos meios de hospedagem do município de Maricá é parte integrante do PMDTS Maricá 2030 – Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico Sustentável. O projeto consiste na realização de um amplo trabalho que visa criar mecanismos e estratégias que possibilitem um aumento gradual no fluxo de turistas para o município, observando as condicionantes de crescimento e desenvolvimento econômico projetados, com base nos procedimentos regulatórios para um desenvolvimento sustentável.

Após a implantação de todas as etapas descritas nesse relatório e que deverão ser consideradas para os próximos anos, a proposta é de um aumento na geração de renda, fomento ao empreendedorismo local e a possibilidade de novas oportunidades aos empresários e empreendedores. Além do incremento de receita para o município, através do turismo, o projeto pretende desenvolver a imagem de Maricá como um município que pensa o turismo de longo prazo (Maricá 2030), através de práticas sustentáveis, ecologicamente corretas e que possam neutralizar os efeitos nocivos ao meio ambiente, através de compensação ambiental.

Ao conhecer a realidade do segmento de meios de hospedagens, será possível a realização de um diagnóstico para a estruturação da oferta turística, bem como organização de ações coordenadas, que possam contribuir para as melhorias nesse setor. Os desdobramentos deverão ir no sentido da oferta de apoio técnico aos empresários, capacitação de mão obra, apoio junto a entidades de fomento para obtenção de linhas crédito, etc.

O trabalho será de fundamental importância para as estratégias de promoção, comercialização e aumento de fluxo turístico nos meses considerados de baixa. No que se refere ao trabalho de organização de roteiros turísticos integrados, a real identificação da estrutura atual dos meios de hospedagens de Maricá, torna-se necessária para o auxílio aos profissionais de turismo (agentes e operadores) quando no momento de criação de pacotes para a melhor acomodação dos hóspedes, de acordo com o perfil desejado.

Quanto ao necessário trabalho de estruturação de um calendário de eventos turísticos, obedecendo ao planejamento já existente do município, as projeções para eventos futuros e a sazonalidade e as informações geradas a partir desse trabalho, serão fundamentais para o fortalecimento na geração de novas oportunidades de negócios, emprego e renda a partir do turismo.

A terceira fase, em curso, do PMDTS Maricá 2030, consiste no amplo trabalho de fortalecimento das vocações turísticas do município de Maricá. Com a conclusão da análise dos meios de hospedagens, será possível obter a orientação para a promoção de ações geradoras de fluxo turístico, mapeando a geração de novos eventos e estruturando a cadeia produtiva do turismo: hotéis, pousadas, restaurantes, comércio, serviços, artesanato etc.

Ao iniciar o trabalho de campo, conhecendo a realidade da oferta turística do município, identificamos em consonância com a Secretaria Municipal de Turismo e a CODEMAR, que seria um risco para a imagem do destino iniciar nesse momento o trabalho profissional de promoção. Ao fomentar o aumento de fluxo turístico sem a devida organização da oferta, poderia se correr o risco de comprometer todo o trabalho, uma vez que se deverão ser propostas ações segmentadas, onde a formação de pacotes e roteiros deve estar alinhada a um perfeito funcionamento dos meios de hospedagem e dos equipamentos que são oferecidos como atrações, sejam em espaços públicos e/ou privados.

Nesse sentido, diversas reuniões de planejamento foram realizadas (vide relatórios parciais mensais) dentro do contexto das ações que estão propostas no projeto. Torna-se primordial a organização das informações, evitando assim que grupos oriundos do trabalho de promoção, que está sendo proposto, não tenham suas expectativas atendidas pela falta de estrutura básica, quer seja nos meios de hospedagem, ou nos atrativos oferecidos.

Desta forma, com o trabalho ora apresentado, será possível avançar nas ações propostas dentro do PMDTS Maricá 2030, uma vez que ao conhecer a realidade dos meios de hospedagem, a oferta turística e a organização dos roteiros integrados, torna-se mais eficaz a estratégia de promoção junto aos mercados emissores identificados.

Ações propostas na fase 3 do PMDTS Maricá 2030.

- 1.1.1) Trabalho de prospecção dos eventos propostos no calendário turístico de Maricá junto aos agentes e operadores, visando à formatação de pacotes e fechamento de grupos para visita por ocasião dos eventos (fan tour). Desta forma, trazendo um fluxo de turistas até então não frequente, proporcionando geração de negócio para a cadeia produtiva do setor no município, em especial para pousadas, hotéis e restaurantes.
- 1.1.2) Realização de visitas técnicas de acompanhamento para monitoramento das ações propostas e desenvolvidas nas fases anteriores.
- 1.1.3) Realização de reuniões com cada área envolvida para ordenamento e compartilhamento das informações para o atendimento as metas estabelecidas nas fases anteriores.
- 1.1.4) Realização de workshop de fortalecimento de imagem do destino e apresentação do calendário de eventos para agentes e operadores de turismo, com a finalidade de comercialização de pacotes turísticos para o ano de 2019.
- 1.1.5) Realização de fan-tour (visita de familiarização com agentes e operadores de turismo)
- 1.1.6) Realização de fan-press (visita técnica de acompanhamento com jornalistas especializados no segmento de turismo)

1.2) Informações sobre o setor

Para que se possa entender a organização dos meios de hospedagem no município de Maricá, é importante conhecer a forma de classificação desse segmento. Os meios de hospedagem são estabelecimentos comerciais que

exercem a função de receber e oferecer estadia, entre outros serviços, a turistas e viajantes em seus deslocamentos.

Segundo os registros obtidos, acredita-se que o primeiro meio de hospedagem da história, foi uma grande hospedaria construída para receber os visitantes no período dos Jogos Olímpicos, na Grécia Antiga.

Desde então, até os dias atuais, diversos meios de hospedagem surgiram pelo mundo e justamente devido a essa grande variedade de meios de hospedagem existentes, que devemos entender a forma de organização atual no município.

Apesar de existirem vários tipos de hospedagem, o Ministério do Turismo (Mtur) desenvolveu o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, o SBClass. Esse sistema está em fase de modernização em função das alterações na forma de comercialização, muito em função da significativa importância da internet como meio de escolha e concretização de negócios.

Como a nova forma de classificação e categorização não foi implementada a nível nacional, podemos utilizar a atual organização de oferta desse setor para parametrizar este trabalho no município de Maricá. O objetivo deste sistema, além de organizar o setor hoteleiro, é estabelecer um padrão nos serviços de hospedagem do país.

“De acordo com a classificação do SBClass, os meios de hospedagem são categorizados em 7 tipos, e variam em categorias de 1 a 5 estrelas, dependendo dos serviços oferecidos. O atual sistema (em modificação) sugere que os meios de hospedagem, realizem um cadastro junto ao Mtur, para então receber uma **classificação oficial**.

Esses são os sete tipos de hospedagem reconhecidos pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem:

HOTEL



O Hotel é um estabelecimento comercial que disponibiliza para estadia do hóspede, unidades ou quartos individuais, acompanhado de serviços como: recepção, serviço de quarto, café da manhã, entre outros que variam de acordo com o tamanho e categoria do hotel.

POUSADA



Pousada é um estabelecimento comercial que disponibiliza para estadia quartos individuais, chalés ou bangalôs. Este, assim como o hotel, oferece os serviços

básicos de acomodação, como café de manhã e serviço de quarto, entre outros que variam de acordo com o tamanho da pousada. Este modelo de hospedagem pode chegar até no máximo 3 andares, e se diferencia por oferecer uma estadia mais intimista e familiar.

RESORT



O Resort nada mais é, do que um hotel comercial, que além dos serviços básicos de acomodação, oferece também uma infraestrutura completa de lazer e entretenimento. Em sua grande maioria, disponibiliza serviços de alimentação completa, spa, academia, piscina quente e fria, recreação, trilhas e outras atividades em meio a natureza. Basicamente para um meio de hospedagem ser considerado resort, é preciso oferecer todo tipo de serviço necessário para que o hóspede seja atendido como um todo, sem precisar sair de suas mediações.

HOTEL FAZENDA



O Hotel Fazenda também se assemelha ao hotel comercial, porém a diferença, como o próprio nome sugere, está em sua localização. Este se encontra em área rural, em meio a natureza, e se caracteriza por oferecer, além dos serviços básicos de acomodação e alimentação, entretenimento e vivência no campo. Trilhas, passeios a cavalo, açudes para alimentar peixes, galinhas, coelhos, pássaros entre outros animais, são atividades típicas oferecidas por esse meio de hospedagem.

BED AND BREAKFAST OU CAMA E CAFÉ



O modelo Bed and Breakfast ou em português Cama e Café, é um estabelecimento residencial, no qual seus proprietários oferecem ao hóspede um quarto para estadia, acompanhado de café da manhã, em troca de um valor determinado. Este modelo de hospedagem compartilhada ganhou força nos últimos anos, principalmente com a propagação do aplicativo Airbnb.

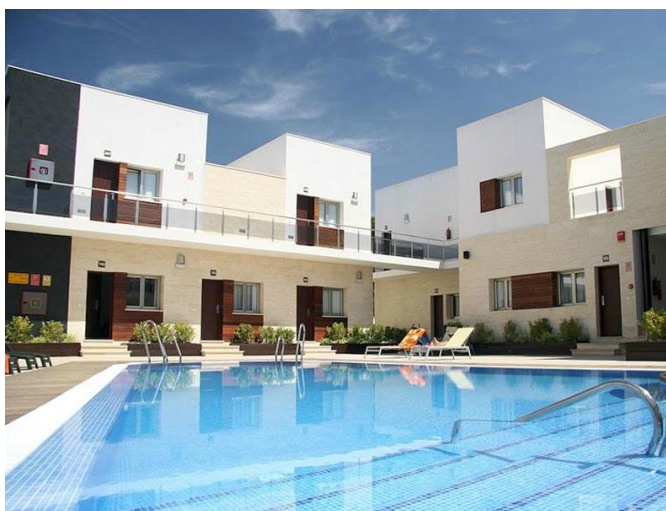
HOTEL HISTÓRICO



O Hotel Histórico é um estabelecimento comercial que, assim como os demais, também oferece os serviços básicos de acomodação e alimentação. Porém o que caracteriza este meio de hospedagem, é que este é instalado em uma construção histórica, original ou restaurada.

É considerado histórico o estabelecimento que tenha sido palco de fatos culturais, ou reconhecido como patrimônio histórico ou cultural. Seja por meio formal, reconhecido pelo Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular da sociedade.

FLAT OU APART-HOTEL



O Apart-hotel é um estabelecimento comercial semelhante a um apartamento, mas que possui as comodidades de um hotel. Este disponibiliza ao hóspede um quarto com banheiro, sala, cozinha e área de serviço, além do serviço de recepção e camareira para limpeza de quarto. Este meio de hospedagem é muito escolhido por aqueles que precisam se hospedar em um determinado local por um período mais longo.

Mas, além desses meios de hospedagem reconhecidos pelo SBClass, ainda podemos encontrar outros tipos como:

HOSTEL OU ALBERGUE



O Hostel, ou em português, Albergue, é um estabelecimento comercial que oferece estadia, na sua grande maioria, em quartos compartilhados. Por este motivo, o valor da diária se torna mais em conta, atraindo principalmente viajantes mais jovens, ou podemos dizer, da geração millennials.

CASAS DE ALUGUEL



Casas de Aluguel são imóveis comerciais ou residenciais, oferecidos como estadia, principalmente em períodos de alta temporada. Este modelo de

hospedagem é a opção mais procurada por famílias e grupos de amigos que pretendem passar um período de férias em uma determinada cidade.

GUEST HOUSE



Guest House nada mais é do que uma casa de família. Trata-se de um estabelecimento residencial, em que os proprietários alugam por um determinado período um quarto da casa ao hóspede. É um modelo de hospedagem muito comum para viajantes em programas de intercâmbio, tendo em vista que o hóspede convive com a família e a cultura local.

PENSÃO



Pensão é um estabelecimento comercial que oferece moradia, em quartos compartilhados ou não a moradores da região. Normalmente este modelo de hospedagem é utilizado por estudantes, pessoas que ficaram desabrigadas, ou que chegaram recentemente na cidade, e ainda não possuem uma boa estabilidade financeira para pagar o aluguel de uma casa.

1.3) Informações sobre o destino – MARICÁ

A história do desbravamento do atual município de Maricá remonta às últimas décadas do século XVI. Suas origens permanecem ignoradas, sabendo-se apenas que os primeiros colonizadores aí chegaram graças à doação de sesmarias, concedidas na faixa litorânea, compreendida entre Itaipuaçu e as margens da lagoa, no local onde mais tarde surgiu a Cidade.

Em 1584, José de Anchieta partiu de Cabuçu, com o padre Leitão e numeroso grupo de índios, com destino à lagoa de Maricá, onde efetuou a célebre 'pesca miraculosa'. Ali encontrou sinais da colonização, pois já estavam sendo exploradas várias sesmarias. Onde hoje se localizam o povoado de São José de Imbaçaí e a fazenda São Bento, fundada em 1635 pelos padres beneditinos, surgiram os primeiros núcleos de povoação em Maricá. Às primitivas populações desses dois núcleos deve-se a construção da primeira capela em terras maricaenses, destinada ao culto de Nossa Senhora do Amparo. Os habitantes da região aos poucos se deslocaram para a outra margem da lagoa, que possuía clima mais saudável. Nesse novo local teve origem a Vila de Santa Maria de Maricá.

Maricá apresenta um dos maiores complexos lagunares do estado denominado Maricá-Guarapina, com rios, lagoas, riachos e brejos. O sistema lagunar é formado pela lagoa Brava, de Maricá, da Barra, do Padre e Guaripina. A Lagoa de Jaconé fica isolada a leste na divisa com Saquarema.

O município corresponde à bacia hidrográfica do grande sistema lagunar, um fato bastante raro, desta forma, praticamente todos os rios nascem e deságuam dentro do município. Seu principal rio é o Ubatiba/Mombuca, que não passa dos 20 metros de largura, mas que abastece o Centro da cidade e alguns bairros.

Maricá também tem canais artificiais que ligam o complexo lagunar ao mar como os canais de Ponta Negra e Itaipuaçu.

A Cidade de Maricá tem um dos carnavais de rua mais ativos da região e atrai turistas de diversas regiões do Estado do Rio de Janeiro e de outros estados. Devido a suas características geográficas, possui pontos turísticos diversificados, dos quais se destacam: -

Lagoa de Araçatiba e Boqueirão - Farol de Ponta Negra - Cachoeira do Espraiado - Rampa de Parapente (Bairro do Retiro) - Pedra do Elefante (Bairro de Itaipuaçu) - Praia da Barra de Maricá - Praia de Itaipuaçu - Fazenda de Itaocaia (Itaipuaçu). O município de Maricá também é conhecido por suas propriedades rurais, chácaras e grandes fazendas, muitas delas ricas em conteúdo histórico.

O trem também já passou pela cidade, ainda hoje se encontram resquícios daquela época, como estações, trilhos, um túnel e uma ponte no bairro de Inoã, com a inscrição da Estrada de Ferro Maricá. O município possui um aeroporto, conhecido como Aeroporto de Maricá, localizado no centro urbano.

Segundo o IBGE, Maricá, ocupa uma área territorial de 361.995 Km e tem uma população estimada da ordem de 127.461 habitantes, sendo 98% na área urbana. A população estimada para 2018 é de 157.789 habitantes.

O Município, que apresenta uma densidade demográfica da ordem de 351,55 habitantes por Km² distribuídos em cerca de 42.831 mil domicílios.

A população feminina é de 64.812 habitantes e a masculina é de 62.649 habitantes.

Do número total de domicílios, em apenas 3.267 a renda per capita ultrapassa os 5 (cinco) salários mínimos. O rendimento nominal mediano mensal das pessoas de 10 anos ou mais de idade é de R\$ 900,00 reais.

No que tange a idade, 16.997 habitantes têm mais de 60 anos, enquanto 49.560 habitantes estão na faixa entre 15 e 40 anos e 34.460 habitantes estão entre 40 e 59 anos.

O censo de 2010 informa que aproximadamente 44.874 pessoas são consideradas sem instrução e/ou com ensino fundamental incompleto.

Com relação ao saneamento, 64.4% dos domicílios foram avaliados como “adequados” pelo IBGE, 45.6% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 8.1% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio).

Segundo o último Censo (2010) do IBGE, o valor médio e mediano do rendimento mensal total nominal do homem é de R\$ 1.735,54, enquanto o feminino chega apenas a R\$ 1.170,41. Ainda segundo o IBGE, as análises das informações econômicas de Maricá apontam para um PIB per capita (Produto Interno Bruto) de R\$ 65.334,32 em 2015.

Os dados de cadastro geral de empresas do IBGE com base em 2016 apontavam um total de 2.419 unidades empresariais com um total de pessoas ocupadas na ordem de 17.568 que recebem em média 2,0 salários mínimos.

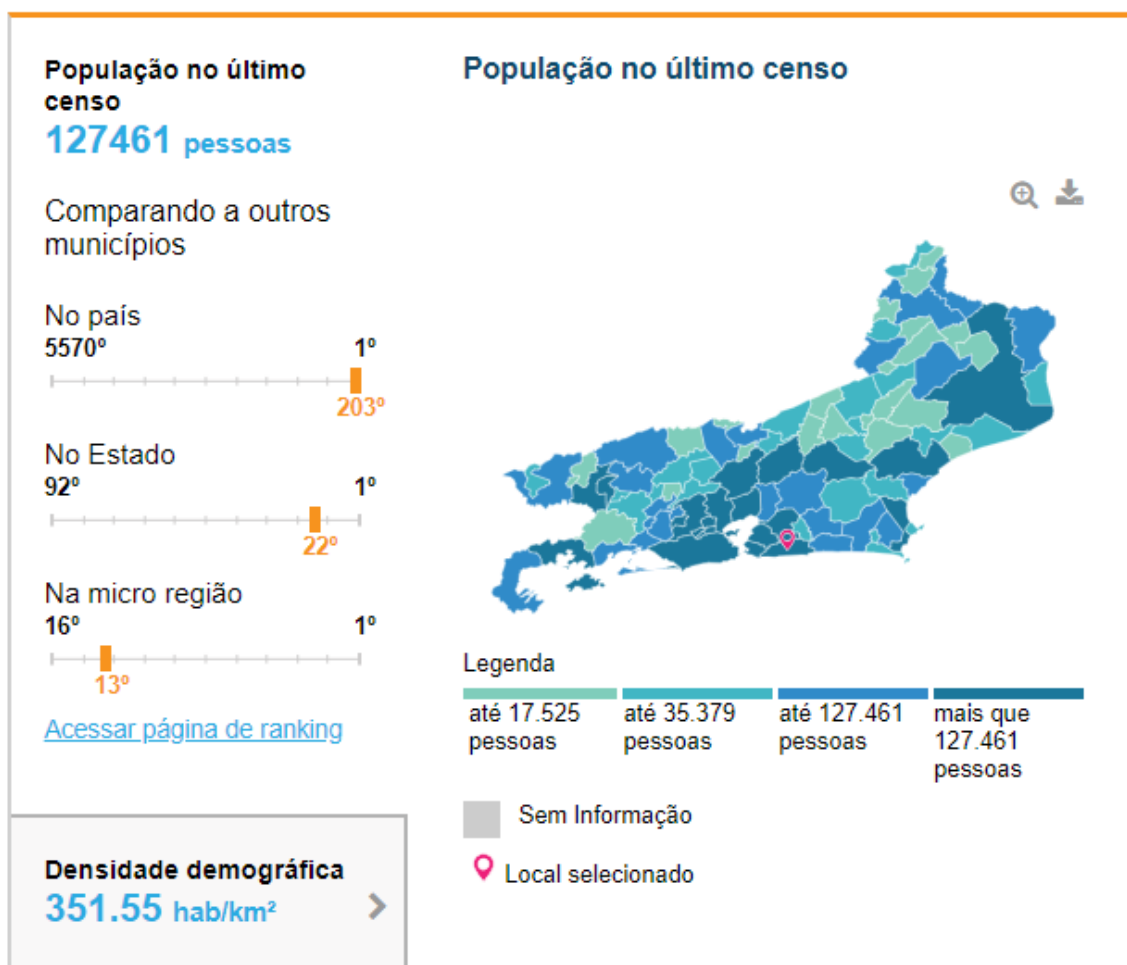
Os números da oferta de serviços de saúde publicados pelo IBGE (base 2009) revelam que, Maricá disponibiliza um total de 39 estabelecimentos de saúde, dos quais 21 são de responsabilidade da administração pública. Do número total, apenas 2 oferecem serviço de internação.

São 18 as unidades de atendimento que operam por meio de planos de saúde. Do total de 89 leitos para internação, 75 são ofertados pela rede pública, outros 14 são ofertados pela rede privada.

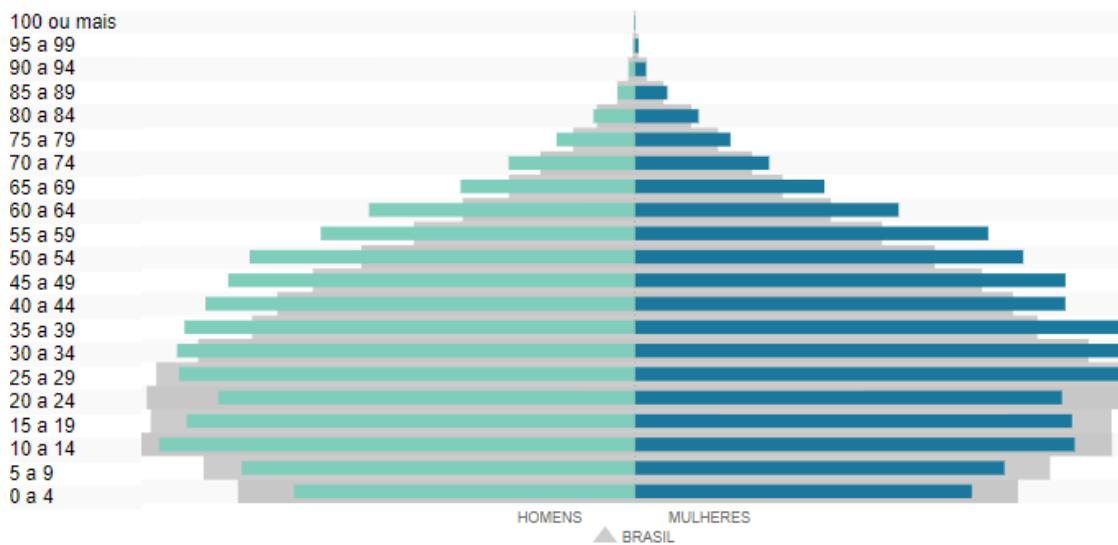
Na modalidade de prestação de serviços 18 são particulares, 17 prestam serviços à planos de terceiros e 26 unidades atendem pelo SUS.

Do total de estabelecimentos de saúde, 25 prestam atendimento ambulatorial, e 14 prestam serviços de apoio à diagnose e terapia – SADT. Dos tipos de estabelecimento 38 são únicos, 1 é terceirizado e 1 presta serviço com terceirização.

População



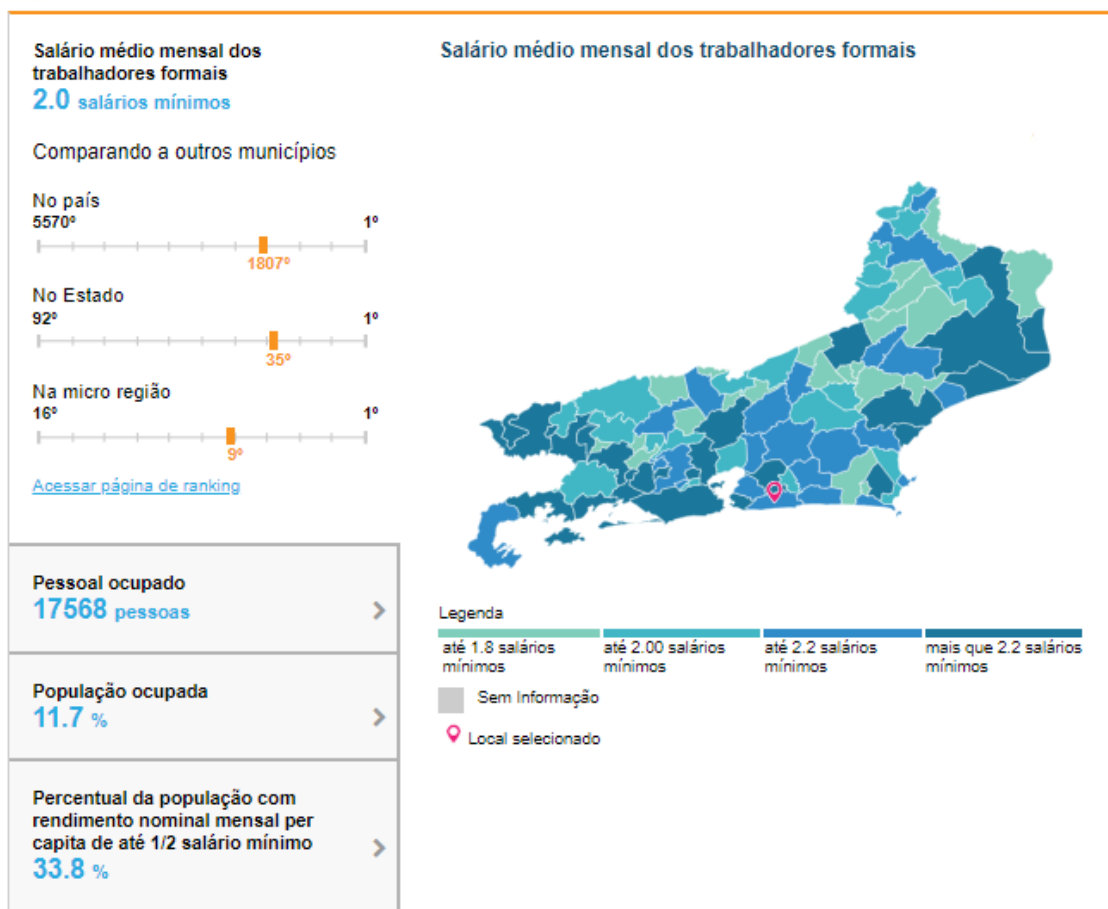
Pirâmide Etária



Trabalho e Rendimento

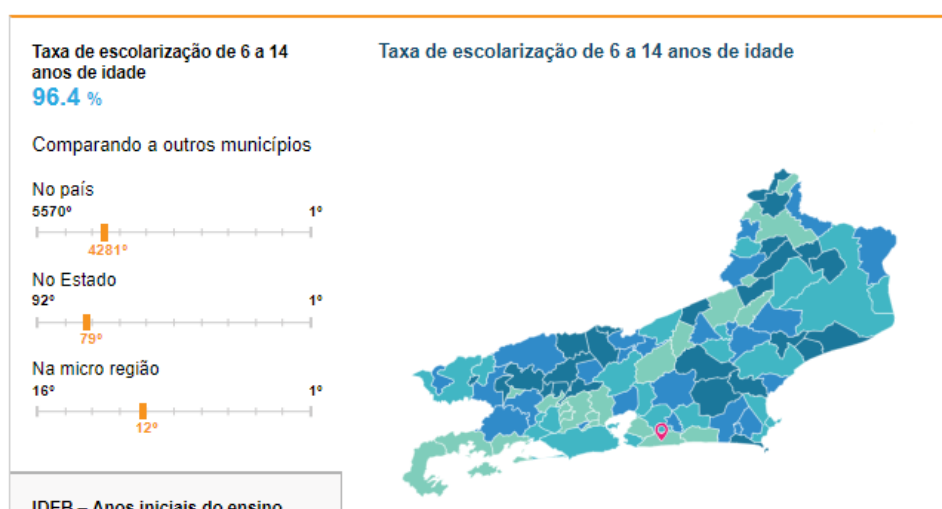
Em 2016, o salário médio mensal era de 2.0 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 11.7%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 35 de 92 e 83 de 92, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 1807 de 5570 e 2744 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 33.8% da

população nessas condições, o que o colocava na posição 58 de 92 dentre as cidades do estado e na posição 3821 de 5570 dentre as cidades do Brasil.

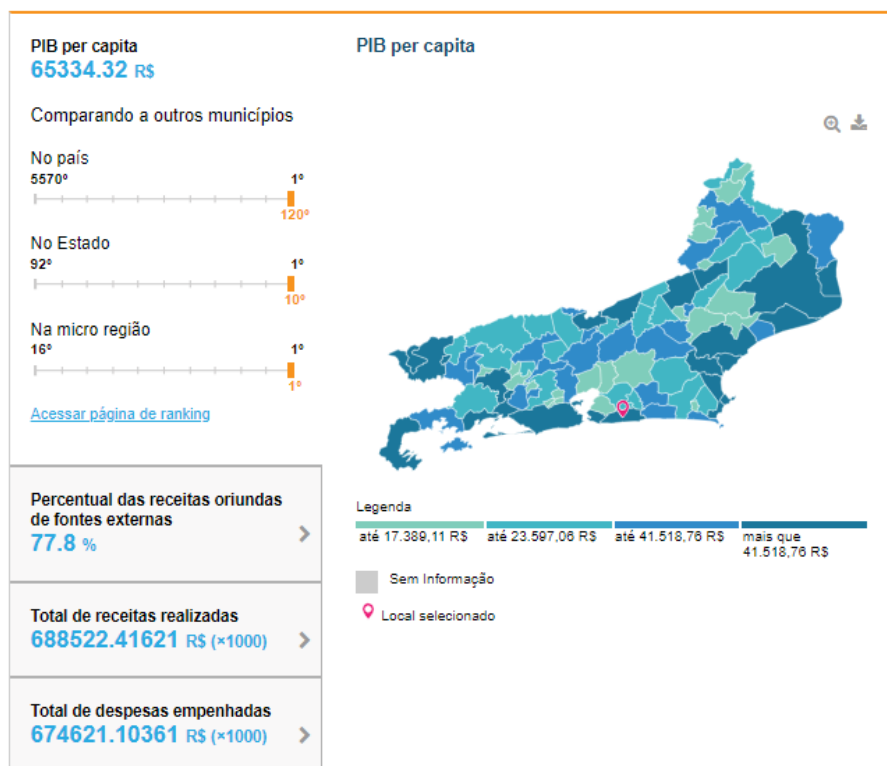


Educação

Em 2015, os alunos dos anos iniciais da rede pública da cidade tiveram nota média de 4.9 no IDEB. Para os alunos dos anos finais, essa nota foi de 3.7. Na comparação com cidades do mesmo estado, a nota dos alunos dos anos iniciais colocava esta cidade na posição 58 de 92. Considerando a nota dos alunos dos anos finais, a posição passava a 71 de 92. A taxa de escolarização (para pessoas de 6 a 14 anos) foi de 96.4 em 2010. Isso posicionava o município na posição 79 de 92 dentre as cidades do estado e na posição 4281 de 5570 dentre as cidades do Brasil.

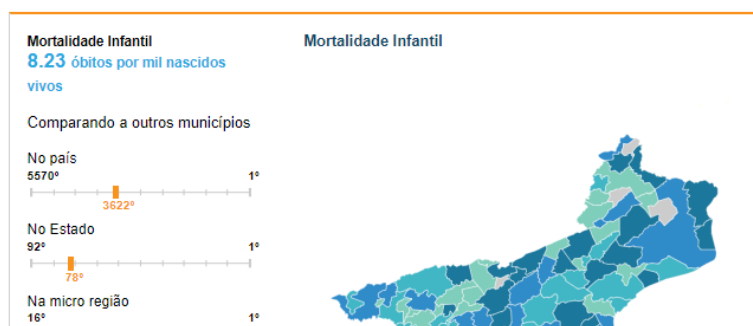


Economia



Saúde

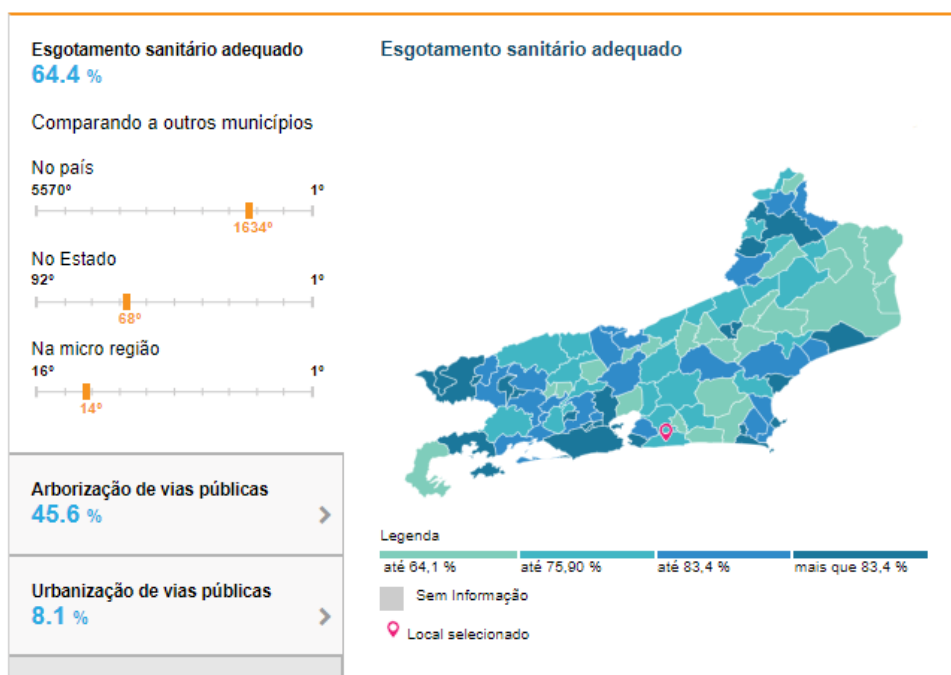
A taxa de mortalidade infantil média na cidade é de 8.23 para 1.000 nascidos vivos. Comparado com todos os municípios do estado, fica nas posições 78 de 92 e 48 de 92, respectivamente. Quando comparado a cidades do Brasil todo, essas posições são de 3622 de 5570 e 4284 de 5570, respectivamente.



Território e Ambiente

Apresenta 64.4% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 45.6% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 8.1% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio).

Quando comparado com os outros municípios do estado, fica na posição 68 de 92, 68 de 92 e 89 de 92, respectivamente. Já quando comparado a outras cidades do Brasil, sua posição é 1634 de 5570, 4293 de 5570 e 3002 de 5570, respectivamente.



1.4) Análise conjuntural do setor de turismo – Os três pilares a serem desenvolvidos

As informações descritas têm por objetivo apresentar uma análise dos limites e das possibilidades do setor de turismo em Maricá, município localizado na região metropolitana do estado do Rio de Janeiro.

Sua construção contempla o PMDTS – Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico Sustentável - Maricá 2030, que visa apresentar uma proposta de planejamento estratégico integrado do setor de turismo, prevendo a participação do setor público, iniciativa privada e entidades de fomento.

Como forma de estruturar o PMDTS Maricá 2030, foram realizadas, de maio a outubro de 2018, diversas reuniões de planejamento e alinhamento de ações e idéias. A FC&VB-RJ como forma de organização da oferta turística e qualificação da governança do setor de turismo, estimulou a criação do Maricá Convention & Visitors Bureau.

Para o alcance desse objetivo, foi de fundamental importância à realização do 1º Seminário Empresarial de Turismo de Maricá, ocorrido no dia 29 de maio de 2018 – como parte integrante da segunda fase do PMDTS 2030. O público presente ao evento era formado por empresários das áreas de hotelaria, gastronomia, comércio, indústria, artesanato, profissionais liberais, estudantes e também por gestores públicos e privados.

Como apoio ao desenvolvimento de ações para o fomento do turismo, a Prefeitura Municipal de Maricá, através da Secretaria de Turismo e a CODEMAR, contratou a FC&VB-RJ para a organização deste evento que contou com o apoio da Câmara de Dirigentes Lojista de Maricá – CDL e da Associação Comercial e Industrial de Maricá - ACM. Os presidentes destas entidades empresariais do município estiveram presentes por todo o evento, participando ativamente dos painéis, inclusive, adquirindo informações importantes para o desenvolvimento de ações futuras em benefício dos empresários da cidade.

O Seminário contou com a presença de diversas lideranças políticas, secretários e subsecretários municipais e integrantes do trade turístico e de cidades vizinhas.

Na concepção dos painéis, foi fundamental a apresentação do cenário atual do setor de turismo estadual e nacional, formas de cooperação entre a iniciativa privada e o poder público, apresentação de cases e projetos em cursos em diversas regiões do país.

Podemos constatar nos meses subseqüentes ao Seminário que as apresentações dos painéis, por profissionais renomados do setor de turismo nacional, despertaram nos empresários e empreendedores presentes várias iniciativas para a consolidação do trabalho, ora em curso pela FC&VB-RJ, através do presente termo de colaboração com a CODEMAR.

Até a chegada da fase atual, foram realizadas visitas técnicas a diversos equipamentos turísticos, sendo identificado pela FC&VB-RJ e validado pela Secretaria Municipal de Turismo três pilares para o desenvolvimento do trabalho de promoção, sendo eles:

- 1) Roteiro de Turismo Rural – Região do Espraiado**
- 2) Roteiro de Turismo de Experiência – Visitação de Tribo Indígena**
- 3) Roteiro de Turismo Religioso - Caminhos de Anchieta**

Desta forma, por se tratar de uma vocação natural do município o turismo rural, dedicamos uma especial atenção no período de junho a setembro ao TURISMO RURAL / REGIÃO DO ESPRAIADO. Durante esse período foram realizadas diversas visitas técnicas, reuniões de planejamento e inventário da oferta turística local, onde foi possível identificar o imenso potencial daquela região. A partir desse diagnóstico, serão proposta ações de promoção e ordenamento turístico, que deverão contar com a participação dos empresários e empreendedores locais, tendo o apoio e incentivo do poder público municipal.

1.4.1) Metodologia

Para a construção deste plano, além de estudos diversos, foi realizada uma “Pesquisa de análise sintética para meios de hospedagem”, quantitativa por meio de entrevistas diretas com questionários estruturados, cujo objetivo foi o de conhecer e analisar a atual estrutura e a oferta de meios de hospedagem de Maricá. A entrevista tinha também a finalidade de conversar com os proprietários e gerentes, saber sobre a gestão, necessidades e o nível de

conhecimento sobre a transformação que a cidade passa futuros investimentos e suas expectativas quanto ao atendimento às demandas que estão por vir.

Com base nas informações fornecidas pela Secretaria Municipal de Turismo e pesquisadas pela FC&VB-RJ através de redes sociais, sites e OTAS (Online Travel Agencies), foram realizadas análises preliminares sobre a atual operação desses meios de hospedagem, formalização, e condições de operação para promoção e trabalho profissional.

DISCRIMINAÇÃO	Nº	LEITOS	QUARTOS
Hotéis e pousadas identificadas	35	1117	412
Hotéis e pousadas não pesquisadas	19	423	192
Hotéis e pousadas pesquisadas	16	694	220
Hotéis e pousadas pesquisadas em %	45 %	62%	53%

O trabalho de campo foi realizado no período de julho a setembro, sendo dividido em três fases:

JULHO / 2018 – REGIÃO CENTRAL - 10 M.H. PESQUISADOS
AGOSTO / 2018 – REGIÃO PONTA NEGRA – 3 M.H. PESQUISADOS
SETEMBRO– SÃO JOSÉ IMBASSAÍ – 1 M.H. PESQUISADO
SETEMBRO / 2018 – REGIÃO ITAIPUAÇU – 2 M.H. PESQUISADOS

Em complemento ao trabalho de campo, foi colhida junto aos empresários a opinião sobre o turismo de Maricá, suas expectativas e disposição para possíveis investimentos para melhoria de suas estruturas.

As pesquisas permitiram conhecer um pouco o perfil dos empresários e empreendedores locais do setor de meios de hospedagem e sua percepção sobre o turismo e o impacto que ele representa para a economia e a geração de empregos em Maricá.

Das entrevistas realizadas com os empresários e empreendedores, podemos destacar alguns pontos considerados relevantes:

87% dos meios de hospedagem são gerenciados por pessoas da mesma família, que dividem funções gerenciais, de apoio, manutenção e logística.

75% dos entrevistados sabem (de forma superficial) sobre os investimentos que estão em curso na cidade para os próximos anos: aeroporto, porto, parque tecnológico, resort, etc.

93% dos entrevistados reconhecem o trabalho realizado pela Prefeitura nas melhorias de acesso, infraestrutura, transporte, paisagismo, ciclovias, etc.

100% dos entrevistados consideram a deficiência, em parte da cidade, no serviço de saneamento básico, oferta de água de qualidade e energia elétrica como fatores que atrapalham o desenvolvimento do turismo no município.

25% realizaram cursos de capacitação e gerenciamento nos últimos 12 meses.

87% dos meios de hospedagens entrevistados se utilizam de OTAs como forma de comercializar tarifas e pacotes.

31% dos empresários pesquisados são filiados a alguma entidade de classe na cidade.

100% reconhecem que os eventos realizados fortalecem a ocupação e venda de pacotes.

75% dos meios de hospedagem necessitam de melhorias, reparos e novos investimentos como forma de melhorar as condições de oferta e atração de mais hóspedes.

81% dos estabelecimentos necessitam melhorar apresentação visual, recepção e sinalização interna para orientação dos hóspedes.

7% dos entrevistados buscam qualificação regular para seus colaboradores, muito em função da grande totalidade das pousadas serem operadas por familiares.

75% não realizam, ou tem planos de realizar, investimentos em suas estruturas com o objetivo de buscar um novo perfil de hóspede. Desta forma, consideram o valor praticado de tarifa satisfatório, não almejando mudar de categoria.

62% desejam fazer ampliações e melhorias e somente com capital próprio.

100% dos pesquisados não realizaram financiamento nos últimos meses visando a melhoria de suas estruturas.

18% dos entrevistados fazem contatos com empresas de transporte locais (taxi – uber – receptivo) para oferta de passeios a visitas aos atrativos da cidade.

87% não conhecem exatamente os atrativos turísticos que possam ser oferecidos aos seus hóspedes e nem utilizam informações disponíveis no site da Prefeitura, e não conhecem o portal www.conheca.marica.rj.gov.br

12% dispõem de espaços para realização de eventos com até 50 pessoas em auditório.

2– Diagnóstico e avaliação para formatação de roteiros turísticos

2.1 – Circuito Rural do Espraiado

2.1 – Espraiado

1. Apresentação

Este documento apresenta o diagnóstico do turismo rural no Espraiado 2º Distrito do município de Maricá, elaborado pela Federação de Convention Visitors Bureau do Estado do Rio de Janeiro em parceria firmada com a Prefeitura Municipal Maricá.

O Espraiado, dentre tantas riquezas e aptidões, se destaca por seu potencial para o turismo rural. De forma participativa e sustentável, é necessário sistematizar o turismo no distrito e assim fazer com que esse setor econômico seja capaz de gerar renda, dinamizar outros setores e inserir a comunidade local, para que esta seja a principal protagonista da exploração econômica de seu potencial turístico.

Através dos levantamentos realizados, o Espraiado será capaz de indicar os métodos e diretrizes que devem ser tomados a curto, médio e longo prazo para o desenvolvimento turístico local e fortalecimento de toda economia do município, que transformará o potencial turístico em produtos turísticos reais.

A análise da situação atual do turismo no Espraiado servirá como base para futuros planos estratégicos que visarão desenvolver ações para serem

tomadas para a estruturação física dos atrativos, bem como a inserção da comunidade local nas atividades turísticas, tanto com a finalidade de lazer como com a finalidade de geração de renda e a capacitação de mão de obra específica.

O diagnóstico turístico atual dará noção do potencial competitivo do Espraiado e seu posicionamento atual (imagem de mercado), sendo possível traçar metas, objetivos e projetos estratégicos prioritários.

Consiste em um trabalho que dê uma visão turística atualizada e abrangente do distrito, contendo as características e os mercados relacionados, análise do produto turístico (Evento: Espraiado de Portas Abertas) que já foi implementado e avaliação de recursos, atrativos e produtos turísticos já existentes no inventário turístico, caracterização sociocultural, levantamento dos pontos fracos e fortes, ameaças e oportunidades.

2. Objetivo

O presente estudo possui como objetivo geral levantar e analisar a atual situação do turismo no Espraiado, 2º Distrito de Maricá.

Como objetivos específicos, o estudo aqui exposto, possui os seguintes itens:

- Listar o atrativo turístico já consolidado;

- Identificar os potenciais atrativos turísticos;
- Quantificar os serviços e equipamentos turísticos;
- Identificar o perfil do turista local;
- Determinar estratégias e ações para o fomento do turismo no distrito;
- Fundamentar as próximas etapas de ação de desenvolvimento;

3. Aspectos metodológicos

Para considerar os aspectos metodológicos deste estudo, se faz necessário esclarecer que o presente trabalho se trata de um diagnóstico turístico, e é, portanto, fonte direta de informações. O diagnóstico turístico é “o estágio de planejamento que estabelece e avalia a situação de um destino em um determinado momento”, fazendo, portanto, por muitas vezes, o papel de buscar informações primárias, que até então nunca haviam sido buscadas.

Para realizar o presente diagnóstico, muitas vezes, os dados já existentes até então, não foram suficientes para entender plenamente o funcionamento do turismo no distrito, por isso foi necessário recorrer a novas pesquisas, análise in loco e conviver na rotina do Espraiado. Cada atrativo citado nesse contexto foi visitado e analisado in loco, com o objetivo de conhecer a real situação de cada um, e quando possível às visitas foram observações participantes, o que proporcionaram maior conhecimento de causa sobre os itens analisados.

Também foi analisado todo e qualquer conteúdo online sobre o distrito possível de se encontrar, como sites de busca, redes sociais e portais.

Em determinados momentos, recorreu-se a relação direta com o turista, em conversas informais e aplicações de questionários no distrito, tanto com a população residente, como com os empresários do trade turístico local e com os visitantes, o que proporcionou maior detalhamento e compreensão do funcionamento do turismo local.

4. Caracterização Turística do Espraiado

4.1. Introdução.

Localizada à 13 km do centro de maricá, o Espraiado fica a 600 metros de altitude com vista para o vale do São Francisco e o litoral de Maricá. É formado pelas escarpas da serra do silvado, pela serra do mato grosso e pela serra do barro do ouro. No alto, vegetação densa da mata tropical. Ao fundo, áreas de gramíneas e vegetação esparsa. A paisagem é composta por serras, córregos e riachos que nascem em suas encostas e correm em leitos pedregosos para o fundo do vale, onde forma a cachoeira do Espraiado.

Os acessos ao Espraiado podem se dar pelo km 38 da rodovia RJ 106 por via asfaltada, e também, acessando o trevo de ponta negra por via de estrada de terra.

Existem uma operadora de celular, telefonia fixa e internet que atendem o distrito.

A administração pública realizada pela prefeitura municipal é a responsável pela gestão do turismo local, através da secretaria de turismo em parceria com associação de moradores e amigos do Espraiado.

4.2 Inventário do equipamento turístico do Espraiado

4.2.1 Serviços e equipamentos de hospedagem

O Espraiado conta com 01 pousada e 01 cama e café em todo seu território com mais ou menos infraestrutura. Na maioria os serviços são simples e necessitam mais profissionalismo. Foram selecionados apenas aqueles equipamentos que ficam abertos o ano todo e que possuem infraestrutura mínima de atendimento ao turista, totalizando 33 quartos e 73 leitos.

➤ Imagem - Pousada Ponta Negra



➤ Imagem - Horse Center



4.2.2 Serviços e equipamentos de alimentos e bebidas

O Espraiado conta com cerca de 14 estabelecimentos registrados como bares e restaurantes, entretanto é necessário especificar que apenas 05 desses locais possuem infraestrutura suficiente para o recebimento de turistas e visitantes.

Quando se diz infraestrutura suficiente, foi levado em consideração aqueles, os quais possuem estrutura básica de atendimento ao turista, pensando na capacidade física, localização, asseio, atendimento e notoriedade pública.

Segue abaixo a relação dos equipamentos:

Restaurante Aventura na Roça



Bar da Izabel

Cantinho da Dilma



Bar e Merceria do Cauby



Varandão do Melo



Bar do Luciano



Sítio do Riacho



Bar do Benedito e Sueli

Horse Center



Restaurante Costela Fogo de Chão

Pensão da Tia Joana



Djalma Bar Botafoguense

Bar do Binho

4.2.3 Serviços e equipamentos para eventos

Há uma sede da secretária da cidade sustentável, que tem um auditório, que dá suporte a eventos ambientais para até 40 pessoas sentadas. Além disso, há mais dois espaços privados destinados a eventos no Espraiado, o Sítio do Riacho que comporta até 60 pessoas sentadas, e Horse Center que comporta até 120 pessoas.

- Imagem - Secretaria de Cidade Sustentável (Refúgio da Vida Silvestre)



4.2.4 Transporte

O Espraiado possui transporte público gratuito interno, que liga o distrito até o centro do município de Maricá.

4.2.5 Lazer e entretenimento

O Espraiado possui um centro de treinamento de equitação, com várias modalidades equestres e um clube de aeromodelismo.

- Imagem - Centro de Equitação



➤ Imagem - Clube de Aeromodelismo



4.2.6 Serviços de apoio

O Espraiado conta com o apoio de 01 posto de saúde, reformado recentemente visando à ampliação do atendimento. Localizado estrategicamente na parte central do distrito.

Cabe ressaltar a presença da Escola Municipal Espraiado, que realiza ações sócias- pedagógica.

5. Inventário do patrimônio natural, cultural e imaterial

5.1 - Patrimônio Natural

- Caminho Vale do São Francisco
- Trilhas
- Serras
- Reservas florestais
- Rios
- Fauna
- Flora

5.2 - Patrimônio Cultural

- Capela de São Jorge
- Capela de Santo Antônio
- Capela Nossa Senhora de Nazareth
- Capela Sagrado Coração de Maria
- Capela Nossa Senhora de Fatima
- Museu ambiental

- Museu Regional
- Acervo Madeleine Colasso

5.3 - Patrimônio Cultural Imaterial

- Sítios Arqueológicos
- Sítios Históricos
- Sítios de produção agricultura familiar
- Gastronomia
- Eventos

6. Patrimônio Natural

Um lugar que deseja ser turístico deve ter como ponto de partida a valorização de seu patrimônio natural. Abaixo, se encontra caracterizado o patrimônio natural que poderá se posicionar como atração turística.

CAMINHO VALE DE SÃO FRANCISCO

Descrição:

Trilha do Recanto das Águas, iniciada dentro de uma propriedade particular (Sítio Recanto das Águas) que conta com uma boa estrutura de apoio com almoço, rio com cascata, banheiro e venda de produtos orgânicos.

A intensidade da trilha é de fácil a moderado. Inicia-se com uma subida mais íngreme e depois o terreno vai se horizontalizando e ficando um pouco mais estável. Após uma boa parte na mata tornamos a subir novamente, só que desta vez, de forma suave.

A maior parte da caminhada se dá dentro de uma mata agradável e cercada por córregos, o que dá um alívio ao calor. Chegando ao cume pegamos um pouco mais de sol devido a área de pastagem e poucas sombras.

A volta foi feita quase que pelo mesmo caminho, sem grandes dificuldades para se orientar.

➤ Imagem - Caminho Vale do São Francisco



Descrição:

O roteiro inclui caminhada pelo Vale de São Francisco, no Espraiado, até o Vilarejo de Tomascar, em Rio Bonito, onde existe uma fazenda desativada com moinho de farinha de roda d'água construída pelos escravos. No trajeto, estão previstas paradas em riachos, cachoeiras e piscinas naturais. O percurso leva seis horas de duração, com alto grau de dificuldade.

➤ Imagem - Trilha Espraiado x Tomascar



Especificações Turísticas:

TRILHA MIRANTE DO VALE DO SÃO FRANCISCO

Descrição:

A trilha vai subir o Vale São Francisco, através do REVIS – Refúgio da Vida Silvestre, até o seu cume, passando por córregos e riachos que cortam esse lugar de beleza singular. No alto do mirante os participantes terão uma vista privilegiada das serras e de espécies da Mata Atlântica.

➤ Imagem - Trilha Mirante do Vale de São Francisco



Especificações Turísticas:

TRILHA DOS PÁSSAROS

Descrição:

Caminhada leve, os participantes irão percorrer a Trilha dos Pássaros, realizando uma caminhada de observação pela Mata Atlântica, apreciando a fauna e a flora local. O tempo de atividade será de aproximadamente duas horas e com leves subidas, ideais para crianças e iniciantes da prática “Hiking” (caminhada de curta duração, praticada em ambientes naturais).

➤ Imagem - Trilha dos Pássaros



TRILHA DO JEQUITIBÁ

Descrição:

Percurso de cinco horas de trilha, entre ida e volta, em uma trilha que irá da Serra do Padre até a Serra do Mato Grosso. Com trechos de subida íngreme, a caminhada de nível pesado passará por uma propriedade particular (com a devida autorização) com alto grau de conservação, onde os participantes poderão conhecer o Jequitibá milenar, árvore considerada o “Gigante da Floresta”.

➤ Imagem - Trilha do Jequitibá



7. Patrimônio Cultural

O Patrimônio material é formado por um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis – núcleos urbanos, sítios arqueológicos, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos.

Através das visitas realizadas, constatamos a existência de sítios históricos e arqueológicos na região do Espraiado. Que ainda não foram inventariados.

Sendo assim, seguem os potenciais e, também, produtos turísticos existente no Espraiado, segundo seu patrimônio cultural e imaterial.

CAPELA DE SÃO JORGE

Descrição:

A devoção ao santo guerreiro leva visitantes o ano todo ao local, às margens da RJ-106, mas é no mês de abril que os fiéis se reúnem para prestar suas homenagens e movimentam a região. A tradicional cavalgada é uma das atrações.

➤ Imagem - Capela de São Jorge



CAPELA DE SANTO ANTONIO

Descrição:

Localizada no largo do Espraiado, a capela de Santo Antônio é um atrativo turístico religioso, onde muitos turistas e devotos comemoram o festejo do santo casamenteiro no dia 13 de junho.

➤ Imagem - Capela de Santo Antônio



CAPELA NOSSA SENHORA DE NAZARETH

Descrição:

A capela de Nossa Senhora de Nazareth, com sessenta anos de existência, com localização em uma estrada de terra secundária no Espraiado, recebe muitos turistas e romeiros no mês de setembro em comemoração da festa religiosa da padroeira.

➤ Imagem - Capela Nossa Senhora de Nazareth



CAPELA SAGRADO CORAÇÃO DE MARIA

Descrição:

A capela do Sagrado Coração de Maria, com localização em uma estrada de terra secundária no Espraiado, ao lado da Capela de Nossa Senhora de Nazareth recebe muitos turistas e romeiros no mês de setembro em comemoração da festa religiosa da padroeira.

➤ Imagem - Capela Sagrado Coração de Maria

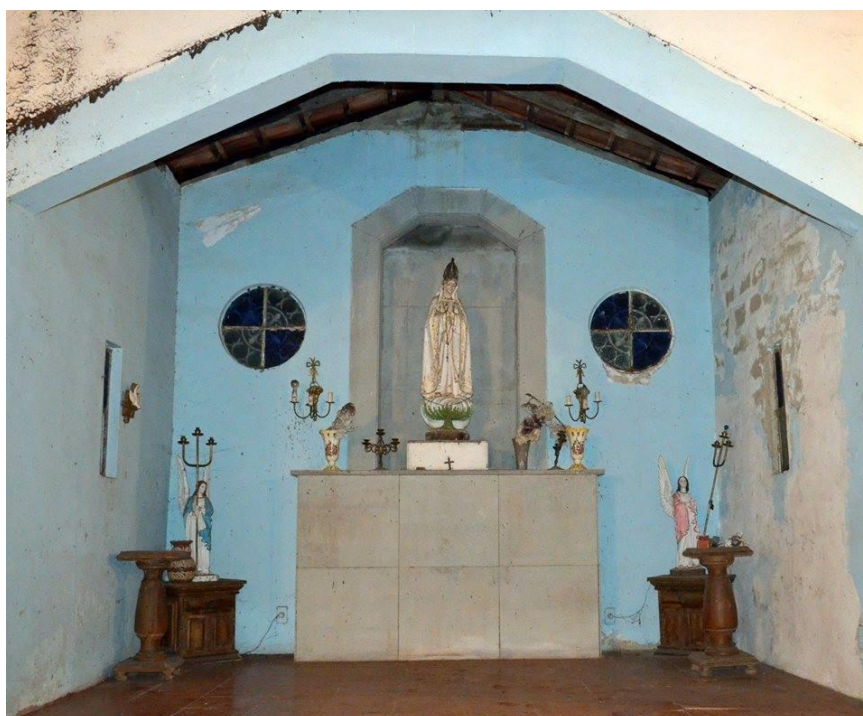


CAPELA NOSSA SENHORA DE FATIMA

Descrição:

Localizada no pedregulho, estava desativada há alguns anos após a morte do Frei Buenaventura Pieras Florit. Era um local de orações, missas, batismos, primeira comunhão, representação da paixão de cristo e festas das mais animadas. Efervescência cultural e religiosa na comunidade do Espriado.

➤ Imagem - Capela Nossa Senhora de Fátima



CAPELA DE SÃO JOÃO BATISTA

Descrição:

Com 11 anos de fundação, a capela do Espraiado faz as suas homenagens religiosas, e também são realizadas orações com a participação das comunidades de outras capelas. Essas novenas são realizadas até o dia 24 de junho.

➤ Imagem - Capela de São João Batista



8. AS DEMANDAS TURÍSTICAS DO CIRCUITO RURAL DO ESPRAIADO

É preciso entender o comportamento do turista, que visita o Espraiado e quais são as informações atuais para que as ações de desenvolvimento e promoção do turismo sejam direcionadas a ações reais que tragam o resultado esperado ao turismo do Espraiado.

Sendo assim o perfil do turista do Espraiado foi traçado, através de pesquisas dos pontos turísticos visitados, e também através de pesquisas já realizadas.

É necessário definir o perfil do turista, que já frequenta o distrito para saber como continuar mantendo-os, para que eles continuem satisfeitos e não troquem o destino. Entretanto é preciso também saber qual o público potencial, ou seja, pessoas que tem o perfil para visitar o Espraiado, mas por algum motivo não fazem.

O marketing promocional do destino é um fator determinante para ampliação da vinda de outros turistas ao circuito rural do Espraiado. Isso implica na captação de outros grupos de turistas que gostam de viajar para destinos em meio à natureza, que tem propensão a fazer atividades de trilhas a pé, cavalgadas, trilhas de bike, experimentarem a gastronomia rural e, ou ficar em lugares tranquilos para relaxar e fugir do estresse das grandes cidades. Logo, é preciso trabalhar o destino potencial para se tornar real.

É importante frisar que o perfil do visitante atual são pessoas do centro e das regiões circunvizinhas da cidade de Maricá que frequentam o evento “ESPRAIADO DE PORTAS ABERTAS” que acontece bimestralmente. Esse público é formado por pessoas de faixa etária variada, geralmente acompanhado de amigos e/ou familiares com o objetivo de conhecer e usufruir dos atrativos turísticos e degustar a gastronomia local.

Todos os atores dos equipamentos turísticos do circuito rural do Espraiado, apontam os seguintes pontos ausentes na infra- estrutura turística:

- Projetos de paisagismo
- Portais turísticos nas entradas do Espraiado
- Construção da rotatória na entrada do Espraiado no km 38 da RJ 106, na região de Manoel ribeiro.
- Coletores de lixo ao longo do circuito
- Abrigos nos pontos de ônibus
- Expositores para venda de produtos rural
- Implementação de mobilidade rural
- Implantação de transporte turístico
- Implantação de uma praça turística
- Consolidação e manejo das trilhas
- Capacitação dos jovens do Espraiado para condutores de trilhas
- Implementação do calendário de eventos
- Apoio para divulgação

- Aquisição da área da cachoeira do Espraiado e da igreja de Nossa Senhora de Fatima
- Dialogo e estruturação das secretarias municipais afins para o planejamento e execução de ações

Anexo: Inventário turístico de infra- estrutura.

9. MONITORAMENTO/POSICIONAMENTO

O posicionamento é como o destino é visto na mente das pessoas. É a imagem que o turista constrói sobre o lugar, enquanto destino turístico, sendo uma das principais ferramentas técnicas, em que se baseia a estratégia e a ação de marketing do destino. É o resultado da mescla do fluxo de comunicação colocado no mercado e o que pode ser encontrado no lugar.

Desta forma o marketing promocional turístico, inicialmente, é uma ferramenta fundamental da construção do posicionamento do turista, motivando-o a conhecer o destino. Assim como, a infraestrutura do lugar deve garantir as ações propagadas, motivando o retorno desse turista, “O QUE SE VENDE É O QUE SE TEM”.

O turismo local não possui marca, logo, slogan, site, blog, branding, performance e nem produtos de souvenir de promoção turística. Em pesquisa realizada in loco foi identificado que há uma divulgação do evento, ESPRAIADO DE PORTAS ABERTAS, através de uma fanpage de um equipamento local.

10. CONCLUSÕES DO DIAGNÓSTICO/ANÁLISE

10.1 Análise e propostas de ação

O presente estudo possui componente estratégico que necessita completar mais detalhadamente as análises feitas dos recursos e produtos do Espraiado.

Para isto, propõe a utilização de metodologia conhecida como Análise de SWOT, de acordo com o idioma, que consiste nos estudos dos pontos fortes e pontos fracos competitivos (ambiente interno) e ameaças e oportunidades (ambiente externo).

As propostas de ações abaixo descritas foram definidas e divididas em tópicos para melhor compreensão e visualização das áreas, sendo elas: Governança, Infraestrutura e Apoio, Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos, Aspectos sociais, econômicos, culturais e ambientais e Análise do Ambiente Externo. É certo que parte desta análise se deu no início deste trabalho, porém aqui se apresenta as consequências dos feitos e as propostas de ações como conclusão do presente estudo. Os feitos são as informações importantes tiradas da análise dos recursos e estrutura, bem como informações tiradas em entrevistas e pesquisas com o visitante e empresários do trade turístico.

10.1.1 Governança

Feito	Consequências	Ação	SWOT
Carência de gestão pública adequada e ausência de profissionais qualificados	Falta de planejamento e ações	- Contratar mão de obra técnica qualificada - Qualificar mão de obra existente - Integração com outras secretarias - Propor novas formas de gestão integrada público/privada do turismo municipal	Fraqueza
Inexistência do plano de marketing integrado do destino;	Deficiência na promoção do destino Dificuldade de posicionamento Nenhuma participação em feiras e eventos para divulgação do destino	- Elaborar um Plano de Marketing Turístico que defina devidas ações estratégicas	Fraqueza

Inexistência de Plano Estratégico de Turismo	Deficiência no desenvolvimento do turismo Dificuldade em elaborar planos de metas e realizar planejamento Ações sem objetividade secretarias não sintonizadas com as necessidades de planejamento do setor;	- Elaborar Plano Estratégico de Turismo - Desenvolver Ações conjuntas (equipe) na gestão do turismo para acompanhamento do Plano e continuidade nas ações	Fraqueza
--	---	---	----------

10.1.2 Infraestrutura e Apoio

Feito	Consequências	Ação	SWOT
Existência de recursos/atrativos com grande valor potencial e baixo aproveitamento atual	Menor competitividade turística Mau aproveitamento de atrativos Menos turistas potenciais	- Estruturar atrativos que tenham grande valor potencial - Criar cronograma de ações e prioridade na formação desses 'produtos turísticos'	Fraqueza
Inexistência de sinalização de equipamentos turísticos	Dificuldade na localização Descontentamento do visitante	- Aplicar projeto de sinalização dos equipamentos turísticos	Fraqueza
Falta de estrutura em vários atrativos	Insatisfação do turista Risco de acidentes Prejudica a imagem do município como destino turístico	- Melhoria contínua de estrutura dos atrativos - Executar ações de infraestrutura nos atrativos que não possuem	Fraqueza

Falta de sinalização nos espaços rurais	Dificulta acesso aos atrativos Diminuição do fluxo turístico	- Aplicar a sinalização nos espaços rurais	Fraqueza
---	---	--	----------

10.1.3 Serviços e Equipamentos turísticos

Feito	Consequências	Ação	SWOT
Ausência um centro de atendimento ao turista	Falta de informação adequada ao visitante Dificuldade na promoção dos atrativos e equipamentos turísticos	Implantar um centro de atendimento ao turista Oferecer cursos para funcionários e empresas turísticas que ajudem na informação local aos visitantes	Fraqueza
Inexistência de agências ou operadoras de receptivos	Dificuldades em realizar passeios turísticos Dificuldade em promover os atrativos locais	Criar políticas públicas que fomentem a abertura de agências de receptivo	Fraqueza
Baixa qualificação nos serviços de alimentos e bebidas	Insatisfação por parte dos visitantes Prejudica a imagem do destino	Incentivar e apoiar a capacitação do setor	Fraqueza

PLANO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL

Setor empresarial ainda com reduzido conhecimento e recurso a novas tecnologias de informação e comunicação na gestão e promoção de serviços e atividades turísticas	Serviço com baixa qualidade	Criar formas de estimular a participação dos integrantes do ramo nas oficinas de melhorias	Fraqueza
Serviço de hospedagem precário	Prejudica a imagem do destino Não suporta um aumento no fluxo turístico Insatisfação por parte dos visitantes	Incentivar a melhoria dos meios de hospedagem Incentivar a construção de novos meios de hospedagem	Fraqueza

Existência de bons serviços públicos de saúde e segurança	Satisfação do turista e população local Transmite uma boa imagem do município Interfere no momento de escolha do destino que será visitado pelo turista	Criar ações que mantenham a boa situação atual Utilizar esse feito na promoção turística	Força
---	--	--	-------

10.1.4 Atrativos turísticos

Feito	Consequências	Ação	SWOT
Maioria de atrativos culturais e naturais sem estrutura de visitação;	Baixa circulação de turistas Prejudica a imagem do destino	Investir na estruturação dos atrativos	Fraqueza
Muitos atrativos ainda são apenas potenciais e não um atrativo concreto	Baixa oferta turística	Desenvolver ações que fortaleçam atrativos potenciais a fim de se tornarem atrativos reais	Fraqueza

Sazonalidade da demanda na região;	Diminuição do fluxo turístico em determinados períodos do ano.	Criar novas alternativas que estimulem o turismo	Fraqueza
Os atrativos culturais possuem pouca visibilidade;	Visitação sazonal dos atrativos culturais	Criar roteiros turísticos que insiram os atrativos culturais Fazer ações locais que promovam os atrativos culturais	Fraqueza
Existência de potencial para ampliação da oferta turísticas, como a ampliação do ecoturismo, turismo de aventura, o turismo rural, o esportivo, cultural e o religioso;	Maior fluxo de turistas Maior geração de renda Diversificação da oferta turística	Incentivar e dar subsídios aos equipamentos existente e empresas que queiram implantar atividades desses setores no destino	Fortaleza

10.1.5 Aspectos sociais, econômicos, culturais e ambientais.

Feito	Consequências	Ação	SWOT
A população local ainda é pouco sensibilizada e mobilizada para o turismo;	A atividade turística não é vista como um gerador de renda	Criar campanhas de conscientização e sensibilização da atividade turística	Fraqueza
Falta de estrutura de visitação nas áreas de preservação ambiental	Acarreta prejuízos para o meio ambiente Aumento em gastos de manutenção	Certificação e normatização dos produtos turísticos Criação de estudos de impactos para preservação dos atrativos naturais	Fraqueza
O apoio à produção cultural e sua associação ao turismo é ainda, muito fraca.	Diminui a oferta turística Desvalorização da cultura local	Criar ações que fomentem e valorizem a cultura local e sua relação com o turismo	Fraqueza
Geração de renda	Aumento do poder aquisitivo da população Aumento da qualidade de vida da população	Criar programas de incentivo para a própria população trabalhar com o turismo	Força

Organização dos produtores rurais	Geração de renda Diversificação dos Produtos Turísticos, agroturismo e agroindústria	Apoiar as ações criadas e desenvolvidas pelos produtores rurais no turismo local Inserir o turismo rural nos roteiros turísticos locais	Força
A população local faz uso dos atrativos e equipamentos turísticos	Sensibilização da população em relação as atividades turísticas	Criar campanhas internas que fortaleçam essa relação	Força

10.2 -Análise de ambiente externo – oportunidades e ameaças

Feito	Consequências	Ação	SWOT
Aumento do fluxo do turismo	Aumento no número de turistas Maior oportunidade de ser um potencial atrativo turístico	Realizar ações de promoção turística do destino	Oportunidade
Boa relação política entre governo e a associação do Espraiado	Facilidade na realização de projetos conjuntos.	Propor participação nos programas de turismo do distrito	Oportunidade
Nova classe média brasileira	As pessoas investem mais em viagens	Promover ações de captação deste público	Oportunidade

Nota-se a expectativa da comunidade local e empresários com relação ao turismo no Espraiado, sendo uma atividade com potencial reconhecido e já possuindo pessoas que sua renda provém do turismo.

Outra questão que atrapalha o desenvolvimento do turismo local é a notável falta de capacitação de conhecimento teóricos e práticos daqueles que lidam diretamente com o turismo como: bares e restaurantes, hotéis,

dentre outros, que proporcionam o descontentamento do turista e por consequência o seu não retorno no local.

Existe um público que se destaca mais no Espraiado que são aqueles que vêm ao distrito motivados pelas trilhas a pé, que movimentam economicamente o destino. De outra forma, se vê um público potencial não explorado, que são os turistas ligados às atividades equestres e ao cicloturismo e uma crescente identidade gastronômica que atrai periodicamente turistas ao evento Espraiado de portas abertas no CIRCUITO RURAL DO ESPRAIADO.

2 – Diagnóstico e avaliação para formatação de roteiros turísticos

2.2 – Circuito Religioso Caminhos de Anchieta

Sumário

1. INTRODUÇÃO

Em 1584, José de Anchieta partiu de Cabuçu, com o padre Leitão e numeroso grupo de índios, com destino à lagoa de Maricá, onde efetuou a célebre “pesca miraculosa”. Ali encontrou sinais da colonização, pois já exploravam várias sesmarias, onde hoje, se localizam o povoado de São José de Imbaçai e a fazenda São Bento. Esta fundada em 1635 pelos padres beneditinos, surgindo os primeiros núcleos de povoação em Maricá. As primitivas populações desses dois núcleos deve-se a construção da primeira capela em terras maricaenses, destinada ao culto de Nossa Senhora do Amparo. Os habitantes da região, aos poucos, se deslocaram para a outra margem da lagoa, que possuía clima mais saudável. Nesse novo local teve origem a vila de Santa Maria de Maricá.

2. CONCEITO

O turismo religioso é uma viagem, em que a fé é o motivo principal, mas que pode traduzir motivos culturais em conhecer outras manifestações religiosas. Dessa forma, o “turismo religioso é aquele empreendido por

pessoas que se deslocam por motivações religiosas e/ou para participarem em eventos de caráter religioso. Compreende romarias, peregrinações e visitação a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas”

Considerando a realidade da cidade de Maricá, podemos classificar como atrativo religioso de grande significado histórico-cultural e cunho religioso, roteiro de fé.

O projeto “Caminho de Anchieta” é uma proposta de peregrinação na rota, na qual o padre José de Anchieta percorria com o propósito de catequisar os índios e os pescadores.

Localidades marcadas por devoções religiosas, núcleos receptores importantes em termos da fé e, conseqüentemente, em termos de turismo, cujas dimensões – pelo merchandising e pelo marketing – superam as manifestações de fé e as próprias motivações religiosas.

3. JUSTIFICATIVA

No ano de 2019, em data a ser definida, estaremos percorrendo a pé o Caminho de Anchieta no primeiro semestre pelo trecho já delimitado. Assim finalizaremos todas as etapas do projeto, sempre contando com a integração e envolvimento de todos os atores locais, secretarias parceiras e o fcvb-rj. Ocasão em que, vamos coletar maiores detalhes, Para se levantar todos os recursos necessários de apoio aos peregrinos e turistas.

Este roteiro, com aproximadamente 50 km de extensão, foi traçado por estradas de terra e pavimentadas, contemplando o litoral, restingas, lagoas e montanhas. O plano é que, todo o trajeto venha receber placas indicativas e sinalizações, características de caminhos religiosos existentes

no Brasil e no mundo todo; de forma a atender todo turista interessado a percorrer o Caminho de Anchieta, a pé, em bicicleta ou a cavalo.

A implementação de tais ações dará visibilidade a localidades, até então, pouco visitadas, bem como aquecer a economia local com crescente número de romeiros e turistas visitantes.

4. DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS

4.1 Objetivo geral

Realizar o caminho pedalando, caminhando e cavalgando por estradas mais seguras e com belas paisagens do município de Maricá, e também proporcionar aos romeiros de José de Anchieta, um novo roteiro de peregrinação todo sinalizado e com os recursos necessários. Lembrando que, este é o primeiro roteiro religioso do estado do Rio de Janeiro do padre José de Anchieta.

4.2 Objetivos específicos

Efetuar levantamento, georeferenciamento e mapeamento do roteiro, identificando os atores locais, e problemas que possam ocorrer durante o percurso, possíveis e importantes pontos de apoio e outros locais estratégicos para pernoite dos turistas/romeiros.

Identificar a existência de pontos, equipamentos turísticos, meios de hospedagem e locais apropriados onde os peregrinos possam também fazer as paradas de descanso a qualquer hora do dia, para os momentos de reflexão, obtenção do carimbo em seus respectivos passaportes, e oração durante o percurso. E que, estes referidos pontos tenham alguma estrutura

para receber os cicloturistas, os caminhantes e também os romeiros a cavalo.

Também promover campanhas de promoção, marketing turístico e ambiental, no sentido de preservar e manter limpo todos os locais visitados da região.

5. ETAPAS DE EXECUÇÃO

- Levantamento, georeferenciamento e mapeamento do roteiro.
- Identificação dos equipamentos turísticos ao longo do Caminho de Anchieta.
- Identificação dos atores locais.
- Capacitação e qualificação dos equipamentos turísticos.
- Capacitação e qualificação dos condutores.
- Campanha de marketing turístico do Caminho de Anchieta.
- Campanha de promoção turística do Caminho de Anchieta.
- Normatização e certificação do Caminho de Anchieta.

6. ACOMPANHAMENTO E MONITORAMENTO

Primeira fase do projeto: A comunicação e o acompanhamento serão feitos através de ferramentas de produtividade online.

Segunda fase do projeto: Será criada uma página web, e consequentemente um portal web com todas as facilidades como chat, fórum e informações detalhadas. Além de uma proposta de criação de um aplicativo de

navegação, para os romeiros que desejarem utilizar deste tipo de orientação.

O Caminho de Anchieta será monitorado, através de pesquisas, opiniões e dados coletados, obtendo assim informações, que garantam um processo de constante melhoria.

7. ROTEIRO

O seguinte roteiro é um projeto inicial de ações, que poderá sofrer modificações e ajustes, conforme necessidades/demandas detectadas, ao longo do percurso, para preservar sempre a integridade e segurança dos turistas, desta forma Visando atingir as melhorias necessárias e desta forma, alcançarmos o máximo de excelência na sua execução.

8. CRONOGRAMA

No primeiro momento, diagnosticamos que o roteiro do Caminho de Anchieta terá a duração de dois dias, sendo considerado um trajeto de média duração.

8.1 Primeiro dia

Na localidade de Itaipuaçu, ponto inicial de partida do peregrino com missa campal na fazenda Itaocaia onde o turista/peregrino obterá o passaporte e as bênçãos. Este equipamento turístico foi construído na época do império, abriga ruínas da senzala e uma capela. Serviu de hospedagem a D. Pedro I.

O trajeto será realizado por estrada de terra na av Itaocaia valley, chegando à via principal na rodovia Carlos Mariguella até a Praça do Barroco localizada no centro de Itaipuaçu. Em seguida, descendo avenida.

Zumbi dos Palmares até a praia de Itaipuaçu, percorrendo o litoral, passando pela localidade da aeronáutica, chegando a aldeia indígena Mata Verde (Tekoa KaÀguy Ovy Porã). Esta será a primeira parada, onde o peregrino terá o primeiro carimbo no seu passaporte.

Prosseguindo o caminho até o canal São Bento, onde o peregrino se acomodará em canoas/barcos de pescadores, da localidade de Zacarias, navegando até a lagoa de Amendoeira. Onde acontecerá a segunda parada, na capela de São José de Imbassai, construída 1675, onde em torno dela, formou-se o primeiro povoado de Maricá, arquitetura de valor histórico e ambiental de estilo jesuítico, caracteriza-se pela simplicidade. Situada no outeiro do mesmo nome, área não urbanizada, que serve como mirante de Maricá, avistando-se do local a lagoa, o canal de São Bento, a restinga além das pedras de Inoã e de Macacos.

Retorna-se a lagoa da Amendoeira navegando pelo canal de São Bento. Caminhando pela estrada, contemplando a restinga e a lagoa, chegando a colônia de pescadores na localidade de Zacarias. Seguindo para Barra de Maricá, lagoa do Bouqueirão e lagoa de Araçatiba, onde se encontra na terceira parada, O monumento a José de Anchieta, em homenagem aos 400 anos de sua morte, próximo a cruz que demarca o local da realização da primeira missa e da pesca milagrosa. No final da lagoa de Araçatiba

será a quarta parada de caminhada da peregrinação na capela de São Pedro. Aqui se finaliza o primeiro dia.

8.2 Segundo dia

Retomando a caminhada da capela de São Pedro até a Igreja Matriz de Nossa Senhora do Amparo construção do século XVIII, entre os anos de 1788 a 1802. A matriz, apesar de sofrer modificações, apresenta o estilo tradicional da arquitetura religiosa brasileira do século XIX.

Nessa quinta parada, acontecerá a visita do interior da igreja e no museu sacro (anexo à matriz). Continuando a caminhada sentido a saída da cidade, atravessando a rodovia RJ 106 e percorrendo a rodovia RJ 114 até a capela Nossa Senhora da Saúde situada às margens da rodovia, num pequeno outeiro. Lá se avista todo o vale da saúde (Ubatiba), tendo ao fundo a serra do Lagarto, e margeando a estrada destaca-se o rio Roncador. Construída entre aos séculos XVII e XVIII, foi erguida nas terras e fazenda Ubatiba em cumprimento a uma promessa feita pelo morador da região.

Construção de linhas neoclássicas tem a sua direita um coreto em planta sextavada. Aqui o peregrino receberá a medalha e o certificado de conclusão do **CAMINHO DE ANCHIETA**.



Início da rota Caminho de Anchieta



Imagem Fazenda Itaocaia



Rota Caminho de Anchieta Av Itaocaia Valley II



Trevo Rota caminho de Anchieta Final da Av Itacocaia



Rota Caminho de Anchieta Praça do Barroco



Rota Caminho de Anchieta Trecho Sentido Praia de Itaipuaçu



Rota Caminho de Anchieta Trecho da Praça do Gavião



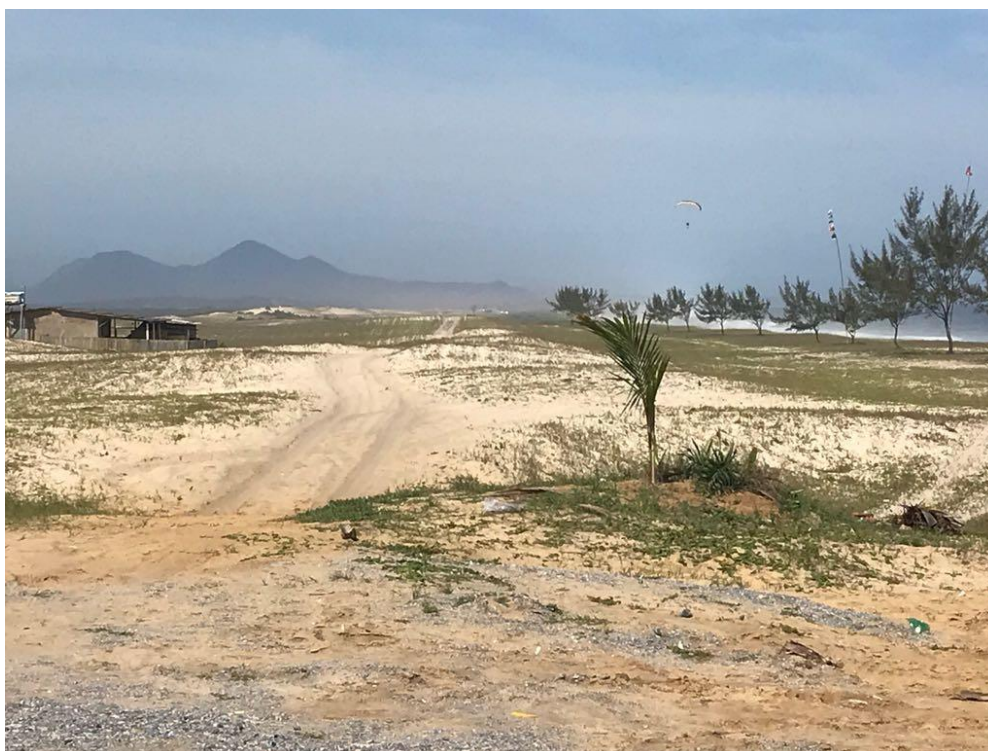
Rota Caminho de Anchieta Litoral de Itaipuaçu vista para Pedra do Elefante



Rota Caminho de Anchieta Litoral de Itaipuaçu



Rota Caminho de Anchieta Litoral Vista para Ilhas



Rota Caminho de Anchieta chegada na localidade da



Rota do caminho de Anchieta localidade da Aeronautica



Rota caminho de Anchieta trevo sentido Aldeia Indigena Mata Verde



Imagem Aldeia Mata Verde IX



Rota Caminho de Anchieta Canal São Bento



Rota Caminho de Anchieta vista da Ponte o Canal São Bento e no Alto a Igreja São José do Imbaaí



Rota Caminho de Anchieta vista de cima do canal São Bento e Lagoa da Amendoeira



Imagem Igreja São José do Imbaçai



Rota Caminho de Anchieta



Rota Caminho de Anchieta Restinga



Imagem da Igreja São José do Imbassáí



Rota Caminho de Anchieta Lagoa de Amendoeira



Rota Caminho de Anchieta vista para ilha



Rota Caminho de Anchieta localidade de Zacarias



Rota Caminho de Anchieta Chegada em Barra de Maricá



Entrada de Barra de Maricá



Boqueirão



Atrativo da Lagoa de Boqueirão



Lagoa de Boqueirão



Ponte da Lagoa de Boqueirão



Praça do Skate



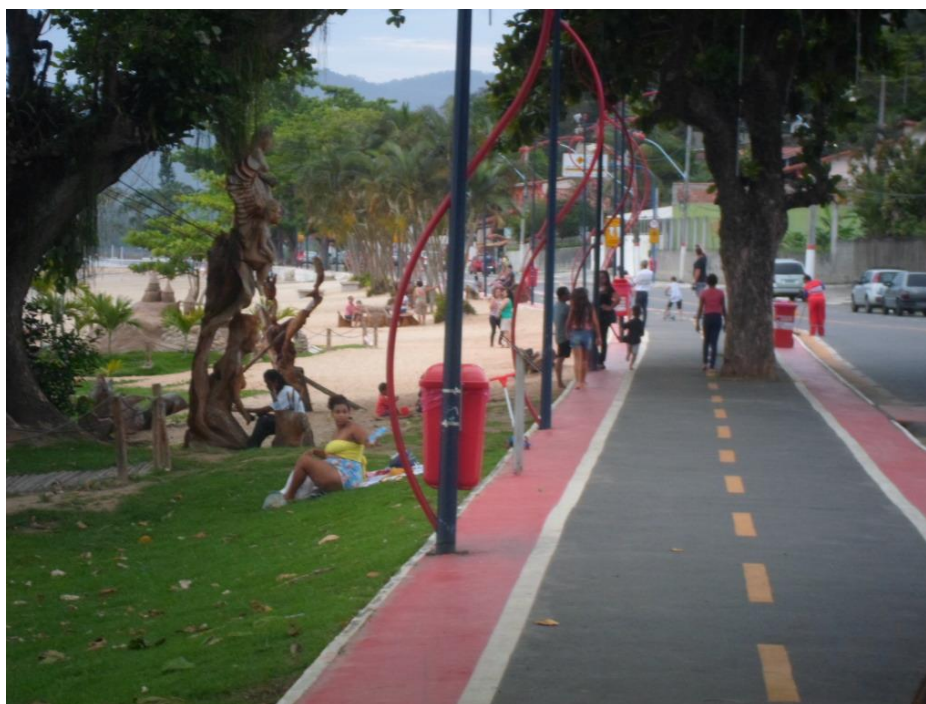
Rota da Lagoa de Araçatiba



Contorno da Lagoa de Araçatiba



Lagoa de Araçatiba



Rota do Caminho de Anchieta



Esculturas na Lagoa de Araçatiba



Esculturas na Lagoa de Araçatiba



Monumento Padre José de Anchieta II

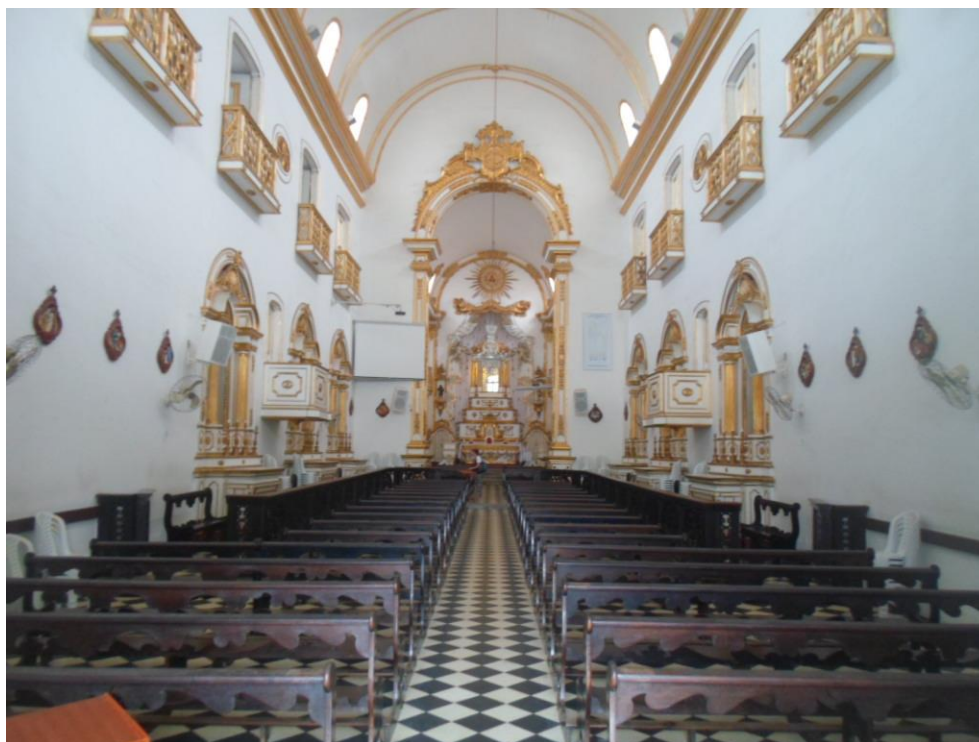


Capela de São Pedro



Rota do Caminho de Anchieta sentido Centro





Igreja Nossa Senhora do Amparo





Rota Caminho de Anchieta sentido saída da cidade



Rota Caminho de Anchieta localidade de Flamengo



Rota de Anchieta Travessia da RJ

FEDERAÇÃO AUTORIZADA E ASSOCIADA AO SISTEMA BRASIL CVB
Federação de Convention & Visitors Bureaux do Estado do Rio de Janeiro
CNPJ: 08.518.149/0001-79

Rua São José, 40 – 4º andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP: 22.270-060 – Tel. (21) 3231-9032
E-mail: fcvbrj@fcvbrj.org.br – site: www.fcvbrj.org.br



Rota de Anchieta chegada a Igreja Nossa Senhora da Saúde



Imagem da Igreja Nossa Senhora da Saúde



Imagem da Igreja Nossa Senhora da Saúde II



Coreto Anexo da Igreja Nossa Senhora da Saúde



Vista Panorâmica da Igreja Nossa Senhora da Saúde

3 – Visita técnica aos atrativos turísticos divulgados

3.1) Atrativo: FAROL DE PONTA NEGRA **Localidade: Ponta Negra / Maricá**



Descritivo:

Trata-se de um importante cartão postal de Maricá, localizado em posição estratégica, onde é possível avistar toda a orla marítima da cidade, com destaque para Restinga, Barra de Maricá, Guaratiba, Cordeirinho, Ponta Negra, além da lagoa do Padre ao fundo. A área é de propriedade da Marinha e possui um grande potencial para promoção da cidade, uma vez que o visual é belíssimo e integra o conjunto de atrativos visuais.

Situação atual (sugestões):

Existe sinalização para a chegada ao local, porém o acesso pode confundir o visitante por ter várias opções de entrada. A sinalização pode ser ampliada, principalmente nas áreas que possam gerar dúvidas.

Uma vez que o Farol de Ponta Negra é amplamente divulgado nos materiais de promoção da cidade, em eventos e como cartão postal, entendemos ser necessário observar alguns itens que foram considerados por ocasião da visita técnica:

- Falta de iluminação pública no acesso e no entorno do atrativo;
- Falta de local apropriado para acomodação de lixo;
- Falta de placas de sinalização e de apresentação do atrativo turístico;
- Falta de padronização da calçada e no entorno do equipamento;
- Falta de identificação de melhor ponto de observação, de preferência coberto;
- Falta de organização de vagas para veículos visitantes;
- Falta de placa indicativa de perigo em função do acesso as trilhas (não padronizadas) na proximidade do atrativo.
- Falta urbanização e paisagismo do local.

3.2) Atrativo: SACRISTIA

Localidade: Ponta Negra / Maricá



Descritivo:

Outro grande ponto de interesse turístico, a Sacristia é uma pequena extensão de praia, em sua maior parte ainda deserta. Por ter características próprias como águas límpidas e em muitos pontos a formação de pequenas piscinas naturais, o local é bastante procurado por visitantes.

Além de desfrutar de uma bela paisagem e pela procurada “pedra furada”, o local é muito utilizado por pescadores de linha, em razão de ser uma área com alta piscosidade, com destaque para as garoupas, que se utilizam da pedra como dormitório.

Situação atual (sugestões):

O local não é de difícil acesso, e a estrada está em boas condições de uso, porém a sinalização turística não está adequada para a beleza do atrativo. Logo na chegada não está disponibilizado nenhum marco, apenas uma placa com poucas informações sobre o atrativo.

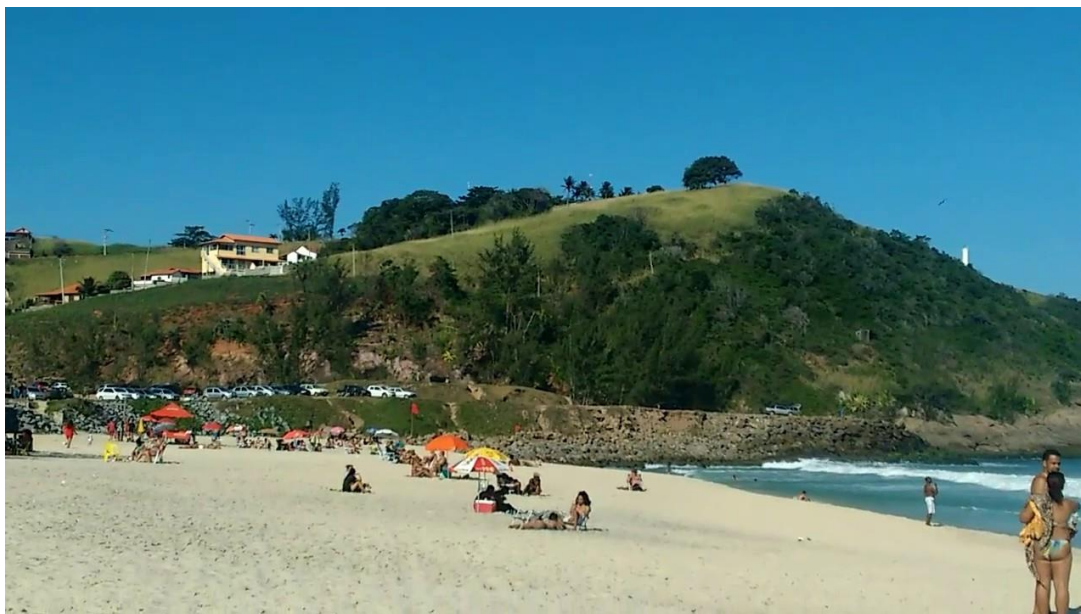
Apesar da beleza, o local não é adequado para a prática de banho, o que deve ficar bem explícito a todos os visitantes. Deve-se trabalhar mais o espaço como ponto de observação e registro de imagens, e informar os meses mais apropriados para banho, sinalizando o acesso perigoso, principalmente para crianças e idosos.

Na parte voltada para a praia de Jaconé, o acesso até a praia deve ser melhorado de forma que possa ser acessado com mais segurança. Torna-se importante, em cada atrativo, ter um mapa de identificação do ponto onde o visitante se encontra e a sinalização de outros pontos de interesse turístico e que estejam próximos a esse local.

Uma vez que a Sacristia é amplamente divulgada, entendemos ser necessário observar alguns itens validados por ocasião da visita técnica:

- Falta de iluminação pública no acesso e no entorno do atrativo;
- Falta de local apropriado para acomodação de lixo;
- Falta de placas de sinalização e de apresentação do atrativo turístico;
- Falta de sinalização de PERIGO;
- Falta de identificação de melhor ponto de observação, de preferência coberto;
- Falta de organização de vagas para veículos visitantes;

3.3) Atrativo: PRAIA DE PONTA NEGRA Localidade: Ponta Negra / Maricá



Descritivo:

A praia de Ponta Negra possui cerca de 5 km de extensão. Suas águas são frias e cristalinas, porém na maior parte do ano, o banho não é muito recomendado em função do mar ficar bem agitado.

A praia oferece uma grande extensão de areia, muito apropriada para ocupação por moradores e visitantes. Em seu entorno existe uma estrutura de serviços que necessita ser aprimorada para atendimento a um número maior de turistas, ofertando maior diversidade de opções para alimentação e hospedagem. A praia de Ponta Negra, aliada a outros atrativos do local, tem grande potencial para promoção turística de Maricá.

A realização de um calendário de eventos esportivos e culturais neste local seria uma forma de criar condições para o aumento de fluxo de turistas com maior poder aquisitivo, desta forma, ampliando a geração de negócios para os comerciantes com geração de renda e empregos.

Situação atual (sugestões):

- Bom acesso a praia, com rampas e facilitadores para o público;
- Necessita de ampliar a instalação de locais apropriados para acomodação de lixo;
- Falta sinalização indicativa das condições do mar e perigo;
- Falta informações sobre ordenamento urbano – regras de convivência.
- Ampliação de fiscalização para coibir comércio eventual não credenciado.

3.4) Atrativo: RECANTO DE ITAIPUAÇU

Localidade: Itaipuaçu / Maricá



Descritivo:

Espaço muito utilizado pela população residente, com visitação dos municípios do entorno, em especial, Niterói e Nova Iguaçu. O espaço, como é identificado pelo seu nome, é um recanto no início da praia de Itaipuaçu, próximo a uma concentração de pedras. Esse cenário oferece um ótimo espaço de lazer, principalmente para crianças e idosos. Um pequeno riacho serve como local para banhistas, onde já se encontra alguns pontos comerciais, em sua maioria comércio eventual, sem muita qualidade de serviço e oferta gastronômica.

O local é muito utilizado pelos pescadores, onde está instalada a sede da colônia, sendo também utilizado como espaço cultural improvisado. Possui áreas que representam perigo aos visitantes e banhistas, o que a fez ficar conhecida como “praia do tombo”.

O acesso as pedras não é estruturado nem certificado, o que precisa ser estudado para evitar acidentes, que certamente poderá prejudicar a imagem do local e do destino.

No geral é um espaço importante para promoção turística do município, que com pequenos detalhes e intervenções, poderá ser incluído no trabalho de divulgação de atrativos turísticos de Maricá.

Situação atual (sugestões):

- O acesso está restrito a moradores e pescadores, principalmente com utilização de veículos. (melhorar essa informação para os turistas);
- Necessita ampliar a instalação de locais apropriados para acomodação de lixo;
- Falta sinalização indicativa das condições do mar e perigo. A pedra de escalada representa perigo iminente.
- Falta informações sobre ordenamento urbano – regras de convivência.
- Necessita de instalação de rampa de acesso para PNE;
- Instalação de “deck” com chuveirão;
- Instalação de posto médico e salva vidas;
- Ampliação de fiscalização para coibir comércio eventual não credenciado.
- Falta de placas de sinalização e de apresentação do atrativo turístico;

3.5) Atrativo: MIRANTE / TRILHA PEDRA DO ELEFANTE

Localidade: Itaipuaçu / Maricá



Descritivo:

A localidade oferece uma linda vista da faixa litorânea de Maricá em Itaipuaçu. Tem destaque na promoção turística da cidade em função do potencial para geração de imagens.

Deste espaço é possível vislumbrar as encostas verdes do parque criado para proteger as belezas naturais. Também conhecido como Mirante da Serrinha, o lugar fica bem na divisa entre Maricá e Niterói. Além de local de contemplação demarca o início da famosa trilha para a Pedra do Elefante. O espaço tem uma grande procura de visitação, sendo considerado uma reserva da biosfera da Mata Atlântica.

Situação atual (sugestões):

- Nenhuma estrutura de apoio é oferecida para estacionamento e acomodação de veículos;
- Não está sinalizado como atrativo turístico, nem oferecendo informações relevantes sobre o local.
- Iluminação precária;
- Falta instalação de equipamento de apoio como lixeiras e bancos;
- Falta construção de calçadas e para acessibilidade;
- Falta informações sobre ordenamento urbano – regras de convivência.
- Falta estruturação e ordenamento para a trilha do elefante;
- Falta sinalização indicativa de áreas de risco e acidentes;

3.6) Atrativo: ORLA DE ARAÇATIBA

Localidade: Araçatiba - Centro / Maricá



Descritivo:

Muito utilizado para a realização de eventos de todas as naturezas, a Lagoa de Araçatiba, também conhecida como “Orla de Araçatiba”, passou pelos últimos anos por diversas intervenções urbanísticas, com melhorias importantes para a oferta de estrutura para a visitação turística e também dos seus residentes.

Certamente é considerado um dos mais bonitos cartões postais de Maricá por seu lindo visual, em especial o pôr do sol.

A grande faixa de areia, apesar de estreita, foi projetada para a acomodação de diversas práticas esportivas, como futsal, vôlei, futevôlei, etc.

O espaço recebeu nova iluminação, sinalização e ciclovias, tornando-o mais procurado para momentos de lazer e recreação em família.

Com toda essa estrutura, a Orla de Araçatiba vem nos últimos anos acomodando os principais eventos do calendário turístico de Maricá, como: FestMar – Festival de Maricá / aniversário da cidade; Festival de Cerveja Artesanal; Arraiá de Maricá; Natal; Carnaval e Réveillon e ainda campeonatos esportivos e eventos culturais.

Desta forma, o espaço deve ser intensificado na estratégia de promoção turística da cidade, por oferecer ótima infraestrutura, fácil localização e visual deslumbrante.



3.7) Atrativo: PONTE DO BOQUEIRÃO

Localidade: Boqueirão / Maricá



Descritivo:

Espaço localizado no bairro do Boqueirão, entre Araçatiba e Barra de Maricá, próximo ao centro da cidade. Recebeu recentemente reformas e intervenções como novo mobiliário, iluminação e paisagismo.

Muito apropriado para práticas esportivas, o espaço conta com ótima estrutura para estacionamento e sinalização indicativa e de funcionamento/regras para convívio social.

Seu posicionamento permite integrar as lagoas com uma ótima observação turística. Próximo está localizado um bom equipamento gastronômico com várias opções em seu cardápio.

Esse atrativo poderá ser inserido no trabalho de promoção turística por estar em condições de receber um bom fluxo, devendo-se observar adaptações e melhor estrutura de serviços em períodos de alta temporada e eventos especiais.

3.8) Atrativo: PRAIA DA BARRA / CORDEIRINHO

Localidade: Barra de Maricá – extensão com Cordeirinho / Maricá



Descritivo:

Essa grande faixa, localizada na área mais ao norte de Maricá, possui uma praia extensa de areia branca, fina e fofa, sendo o seu mar de tonalidade azulada, o que proporciona um excelente visual.

Na maior parte do ano, essas praias não são muito recomendadas ao banho em função de perigo iminente provocado pelas correntezas, e por alguns buracos formados no raso pelas ondas fortes, que quebram no local.

Alguns pontos da praia são frequentados por surfistas e em outros por pescadores. Na sua orla existem algumas dunas de areia e uma vegetação rasteira.

Possui alguns quiosques com boa oferta de serviços de alimentação, principalmente nos meses de alta temporada.

Deve-se fomentar a realização de eventos esportivos como campeonatos de body surf como forma de ampliar o fluxo de turistas como maior poder aquisitivo e ampliar opções ao calendário atual.

No planejamento já anunciado pelo município, existe projeto para tornar as praias de Maricá mais acessíveis aos usuários, diminuindo consideravelmente a possibilidade de acidentes.

Como forma de promoção, em função do seu visual, deve-se trabalhar a sua divulgação, porém torna-se necessário ampliar o nível de informação aos usuários, bem como estrutura de salva vidas e postos médicos.

Situação atual (sugestões):

- Ampliar oferta de local apropriado para acomodação de lixo;
- Falta de placas de sinalização e de apresentação do atrativo turístico;
- Falta de sinalização de PERIGO;
- Falta de organização de vagas para veículos visitantes;
- Falta informações sobre ordenamento urbano – regras de convivência.
- Necessita de instalação de rampa de acesso para PNE;
- Instalação de “deck” com chuveirão;
- Instalação de mais unidades de posto médico e salva vidas;



3.9) Atrativo: CASA DARCY RIBEIRO **Localidade: Cordeirinho / Maricá**



Descritivo:

A Casa está localizada na praia de Cordeirinho, em Maricá, onde o ex-senador, escritor e antropólogo Darcy Ribeiro morou. Com 11 cômodos, seu projeto original é do arquiteto Oscar Niemeyer.

Em fevereiro de 2009, a Fundação Darcy Ribeiro passou o espaço para a administração municipal através de um comodato. Reformada e restaurada, a Casa encontra-se em funcionamento. A entrada principal, de frente para a praia, possui uma estátua de bronze de Darcy.

Pelo importância política e cultural, a nível nacional e internacional, da personalidade Darcy Ribeiro, o equipamento tem forte apelo turístico. Nota-se que sua visitação ainda é pequena, também em função do trabalho profissional de turismo receptivo e roteirização ainda estar no início.

Dentro de um planejamento de promoção e formatação de novos roteiros, esse espaço deverá ser considerado, por se tratar de um grande diferencial para promoção do destino Maricá, e ainda atrair um público interessante, sendo alternativa aqueles que procuram somente pela atração sol e mar.

Situação atual (sugestões):

- Falta de placas de sinalização e de apresentação do atrativo turístico, com horário de funcionamento;
- Pode-se estudar a colocação de totens eletrônicos com a descrição de imagens e textos sobre Darcy Ribeiro.
- Instalação de painel fotográfico para registro do passeio;
- Instalação de mais opções para colocação de lixo;
- Instalação de pequeno espaço para alimentação “bistrô”.
- Espaço com souvenirs da cidade e da Casa Darcy Ribeiro.

3.10) Conclusões deste item:

Importante ressaltar que neste item apenas abordamos informações colhidas através de visitas técnicas realizadas a alguns dos atrativos turísticos, até então divulgados pela Secretaria Municipal de Turismo, através de material impresso e on line.

Após análise deste material, passamos a orientar a Secretaria de Turismo a somente realizar a divulgação dos atrativos que realmente estejam em condições de visitação, e que ofereçam estrutura para atendimento ao turista. Procuramos com as visitas técnicas orientar para o atendimento a práticas que possam oferecer maior conforto e segurança aos turistas.

Foi detectado que no material impresso “mapa turístico de Maricá”, são informados “atrativos” que não estão em condição de uso, ou mesmo, deveriam ter sido classificados como atrativos.

A trabalho contratado a FC&VB-RJ, em suma, é para estruturação da oferta turística e o planejamento da promoção da imagem do destino Maricá. Esse trabalho passa pela identificação da real estrutura do município, seu potencial turístico e na formatação de novos roteiros “produtos”.

Nesse sentido, como forma de auxiliar o município para a geração de fluxo turístico e fortalecimento de sua imagem, é importante a organização dessa oferta.

4 – Relatórios das reuniões e atividades realizadas

4.1 – JUNHO / 2018

Relatório parcial de execução – Fase 3 – sub fase 3.1

4 e 5 / junho) Reunião de avaliação das fases 1 e 2 e planejamento de ações seguintes, a serem executadas na fase 3, com o subsecretário de turismo e integrantes do corpo técnico da Codemar, onde foram identificados os três eixos para o trabalho de promoção;

1) **Turismo Rural e Ecoturismo** – com foco no trabalho a ser desenvolvido nas regiões rurais do município de Maricá, em especial a localidade do Espraiado e Itaipuaçu. Após as visitas técnicas a essas localidades, foram identificadas e mapeadas as potencialidades, formatação de novos produtos, e organização da oferta turística. Todas as informações colhidas nas visitas técnicas e entrevistas com os empresários e atores locais do turismo, foram inseridas no banco de dados da FC&VB-RJ e estão sendo processadas para a organização do roteiro específico para o trabalho de promoção em desenvolvimento.

2) **Turismo de Experiência (Indígena)** – Essa proposta de roteiro turístico se mostra viável pelo enorme apelo que envolve a região onde se encontra a Aldeia Indígena, e também pela trabalho, ainda embrionário, de estruturação daquele “equipamento” para receber visita guiada e o devido ordenamento turístico. Foi realizada visita técnica no local, no 30 de maio de 2018, dia seguinte o Seminário Empresarial, com técnicos da FC&VB-RJ e consultor convidado, onde foi verificado o enorme potencial para a formatação deste roteiro.

3) **Turismo Religioso** – Esse roteiro foi evidenciado pela forte natureza de atividades religiosas na cidade e pela rica história ligada a personagens com grande apelo, como o caso de José de Anchieta. A proposta é de consolidação deste roteiro através de visitas guiadas, incluindo visitas a Igrejas e espaços que estão sendo preparados para melhor acomodar o

turista. Um desses espaços será o Museu da Igreja Matriz de Nossa Senhora do Amparo, com previsão de inauguração para o mês de agosto.

14 e 15 / junho) Trabalho de visitação a pontos turísticos do município para avaliação das condições para inserção nos roteiros que estão sendo formatados, para posterior apresentação e validação. Locais visitados: Barra de Maricá / Cordeirinho / Museu Darcy Ribeiro / Ponta Negra – Mirante.

21 e 22 / junho) Trabalho realizado de visita técnica a Fazenda Soares na localidade do Espraiado para conhecimento da proposta para o local e identificação de formas de cooperação entre as Secretarias de Turismo, Agricultura e CODEMAR, com finalidade de promover o espaço para aumento do fluxo de turistas na cidade e criação de um novo atrativo.

28 e 29/ junho) Trabalho realizado de visita técnica a pousadas e hotéis da região central da cidade.

4.2 – JULHO / 2018

Relatório parcial de execução – Fase 3 – sub fase 3.2

Dias 05 / 06 / 19 / 26 julho) Trabalho realizado de visita técnica a pousadas e hotéis da cidade.

19 de Julho) Realização de duas palestras para apresentação do projeto a ser desenvolvido através do PMDTS Maricá 2030 aos funcionários da Secretaria Municipal de Turismo – as palestras foram realizadas nas instalações da CODEMAR.

25 de Julho) Visita técnica a localidade de São José do Imbassaí para conhecimento de área na busca de informações para a elaboração dos roteiros turísticos indígena e rural.

27 de Julho) Visita técnica a localidade do Espraiado para conhecimento da proposta para o local e identificação de formas de cooperação entre as Secretarias de Turismo e a Associação de Moradores e Amigos do Espraiado. Visita técnica ao espaço cultural (desativado) de Madeleine

Colação – visita as áreas de concentração de visitantes – cachoeiras – pousada – sítios – etc. O objetivo das reuniões é de promover o espaço para aumento do fluxo de turistas na cidade e criação de novos atrativos.

4.3 – AGOSTO / 2018

Relatório parcial de execução – Fase 3 – sub fase 3.3

Dias 01 / 02 agosto) Trabalho realizado de visita técnica acompanhando a Secretaria de Turismo ao Espraiado para inventário sintético dos equipamentos rurais: Bar da Izabel – Cantinho da Dilma – Clube de Aeromodelismo. Reunião com os atores locais e associação de moradores e amigos do Espraiado para organização e logística da 3ª edição do evento Espraiado de Portas Abertas, onde o tema foi o Guandu.

Dias 05 / 06 / 07 de Agosto) Visita técnica ao Evento Espraiado de Portas Abertas e ao Haras Center House.

Dias 15 / 16 / 17 de Agosto) Inventário sintético dos equipamentos turísticos da região do Espraiado: Varandão do Melo – Pensão da Tia Joana. Reunião de Avaliação pós evento da Associação de Moradores e Amigos do Espraiado.

Dias 22 e 23 / Agosto) Reunião com a Secretaria de Assuntos Religiosos: Padre Ricardo / Ciro – Pauta: Circuito Turístico Caminhos de Anchieta – Inventário sintético na região do Espraiado: Pousada Ponta Negra – Restaurante Aventura na Roça e Atelier da Ilmas.

4.4 – SETEMBRO / 2018

Relatório parcial de execução – Fase 3 – sub fase 3.4

Dias 03 / 04 setembro) Trabalho realizado de visita técnica acompanhando a Secretaria de Turismo, Guarda municipal e Associação de Moradores do Espraiado para reunião de planejamento de mobilidade urbana-rural para ser executado na 4ª edição do evento Espraiado de Portas Abertas, que acontecerá no dia 14 de outubro.

Dias 13 / 14 de setembro) Visita técnica ao Espraiado no equipamento na secretaria da cidade sustentável, onde foi realizada dois dias de reuniões para inventário sintético e infraestrutura turística do circuito rural do espraiado com a equipe da secretaria.

Dias 20 / 21 de setembro) Inventário sintético dos equipamentos turísticos da região do Espraiado: Bar do Luciano – Bar do Djalma.

Dias 14 / 15 de Setembro) Visitas técnicas a pousadas da região do centro (Araçatiba – Barra de Maricá e Condado) – Reunião de alinhamento com o Maricá CVB – Codemar e Secretaria de Turismo

Dias 20 / 21 de Setembro) Visitas técnicas a pousadas da região de Itaipuaçu e Ponta Negra – Reunião de alinhamento com o Maricá CVB – Codemar e Secretaria de Turismo

Dias 25 / 26 Setembro) visita técnica ao equipamento do sitio do riacho e reunião de pauta sobre a infraestrutura do circuito rural do espraiado com Regina Sebold proprietária do sitio do riacho e a técnica ambiental da secretaria da cidade sustentável Marcia Freitas.

4.5 – OUTUBRO / 2018

Relatório parcial de execução – Fase 3 – sub fase 3.5

Dias 04 / 05 outubro) Inventário sintético do equipamento turístico da região do Espraiado: Restaurante Costela fogo de chão.

Visita técnica aos meios de hospedagem na região de Ponta Negra / Itaipuaçu e Boqueirão. Reunião de alinhamento com o Maricá C&VB.

Dias 10, 11 e 12 de outubro) Visita técnica a Aldeia Indígena Mata Verde. Visita técnica Hotel Casa & Mar – Ponta Negra. Reunião planejamento com Secretaria de Turismo e Maricá C&VB. Diagnóstico turístico do Caminho de Anchieta.

Dias 13 /14 outubro) Diagnóstico turístico do Caminho de Anchieta e acompanhamento técnico da 4º edição do Espraiado de Portas Abertas.

Dia 17 de outubro) Reunião de planejamento FC&VB-RJ / Codemar / Secretaria de Turismo, realizada na Codemar.

Dias 24 e 25 de outubro) Reunião com diretoria do Maricá C&VB – apresentação de ações. Apresentação dos resultados do inventário sintético dos meios de hospedagem ao Subsecretário de Turismo.

4.6 – NOVEMBRO / 2018

Relatório parcial de execução – Fase 3 – sub fase 3.6

Dias 12 de novembro) Visita técnica a Secretaria de Agricultura na fazenda de cultivo de orgânicos para o desenvolvimento do projeto de agroturismo.

Dias 13 / 14 novembro) Apresentação do relatório parcial do trabalho realizado no período de maio a outubro referente ao inventário sintético dos meios de hospedagem e dos roteiros turísticos do Espraiado e Caminhos de Anchieta. O trabalho foi apresentado na sala de reuniões anexa ao gabinete do prefeito, estando presente os Srs. Leonardo (Secretário de Planejamento e Gestão), Robson Dutra (Secretário de Turismo), Welton Campello (Subsecretário de Turismo), Tânia Recalde – representando a CODEMAR e o Presidente da FC&VB-RJ – Marco Navega acompanhado dos técnicos José Alexandre Almeida, Ézio Tavares e Leonardo Abreu.

Reunião com o Sub Secretário de Turismo para alinhamento das próximas ações a serem executadas.

Visita técnica ao Espraiado, no equipamento Hourse Center e reunião na Escola Municipal do Espraiado com Associação dos Moradores e Amigos do Espraiado para debate de ações e projetos para a promoção turística da região.

Dias 23 e 24 novembro) Reunião para apresentação do relatório parcial do trabalho realizado no período de maio a outubro referente ao inventário sintético dos meios de hospedagem e dos roteiros turísticos do Espraiado e Caminhos de Anchieta a diretoria do Maricá Convention & Visitors Bureau, reunião realizada na sede do Maricá CVB.

Reunião na sede da CODEMAR com Bruna Correa para organização da Regata de Remo Olímpica, evento que será realizado no dia 9/12 no espaço Garota de Maricá, no Boqueirão. Esse evento estava programado para acontecer em Maio, devido a greve dos caminhoneiros foi adiado.

4.7 – DEZEMBRO / 2018

Relatório parcial de execução – Fase 3 – sub fase 3.7

Dias 03 / 04 de dezembro) Reunião com subsecretário de Turismo, Welton Campello e a subsecretária de Trabalho Arilda para apresentação do trabalho que está em curso e identificação de demandas para inserção de conteúdo junto ao convênio da Prefeitura de Maricá e o SENAC, visando a qualificação dos empresários do setor de turismo e dos meios de hospedagem.

Reunião na Codemar com Bruna para ajuste no trabalho pendente na fase 1 para a realização da Regata Olímpica de Maricá.

Dia 9 de dezembro) Acompanhamento da realização do evento 1ª Regata Olímpica de Maricá – atendimento a produção do evento. Reunião com Bruna e José Orlando da Codemar.

Dia 13 de dezembro) Reunião com subsecretário de Turismo, Welton Campello e a subsecretaria de Trabalho Arilda e com os técnicos do SENAC Rio – Adriana, Fabiana e Ricardo Santos. Na reunião houve o alinhamento das ações futuras para geração de conteúdo dentro do PMDTS Maricá 2030, visando uma melhor estruturação dos cursos a serem desenvolvidos em 2019. Também foi iniciada as tratativas para a elaboração de um projeto conjunto entre as Secretarias de Turismo e Trabalho e Renda, SENAC Rio e FC&VB-RJ para a realização de um seminário e um programa de qualificação dos meios de hospedagem de Maricá no curso de 2019.

Dia 20 de dezembro) Reunião com subsecretário de Turismo, Welton Campello e o presidente da Associação do Espraiado Sandro para apresentação do relatório preliminar das ações desenvolvidas no PMDTS Maricá 2030. A reunião foi importante para avançar na estruturação do roteiro turístico integrado de turismo rural no Espraiado, e as ações e eventos que devem ser implementadas em 2019.

Reunião com o Secretário de Turismo Robson Dutra para conhecimento do trabalho de estruturação do projeto Natal Iluminado, com vistas a iniciar o trabalho de promoção em 2019 para o fortalecimento do fluxo turístico a partir de novembro. Foi identificada a necessidade da estruturação do calendário de eventos turísticos para que o setor possa se programar com a confecção de pacotes para esse período.

5) Conclusões

Após a realização de reuniões de planejamento, visitas técnicas, entrevistas com agentes públicos, empresários e lideranças, constatamos o enorme potencial para o desenvolvimento do setor de turismo no município de Maricá. A transformação econômica e social ocorrida na cidade nos últimos anos, com a receita dos royalties do petróleo, possibilitou o município investir em infraestrutura, conservação de espaços públicos, acessibilidade e na melhoria do calendário de eventos.

Esses avanços fizeram com que o município fortalecesse sua condição como destino turístico, aumentando o fluxo de pessoas, principalmente nos meses de alta temporada (verão). Identificamos que alguns fatores ainda prejudicam a ampliação da rede, e a melhoria da estrutura atualmente oferecida. Um fator relevante está na questão da falta de saneamento básico e na oferta de água de qualidade (em algumas regiões da cidade) aos estabelecimentos.

Em vários meios de hospedagem, foi percebido que a qualidade da água não atende aos requisitos necessários para o atendimento aos hóspedes. Os estabelecimentos que desejam oferecer água de qualidade ainda necessitam investir em carros pipa, o que interfere diretamente em seus resultados. A oferta irregular de energia elétrica também foi percebida, porém em menor escala com relação à água potável. As redes de comunicação e internet foram objeto de reclamação, porém nada foi identificado que esteja comprometendo significativamente o trabalho de comercialização on-line.

No que se refere ao trabalho de promoção dos seus espaços, não identificamos o conhecimento necessário na maior parte dos entrevistados para qualificar seu equipamento nas plataformas on-line. Quase 40% das pousadas não tem site, entendendo que as redes sociais podem suprir tal demanda. Para os que têm site, verificamos que a grande maioria “se vende” de forma pouco profissional, não se preocupando na construção de um site com boas fotos, com textos deficientes e desatualizados. Em todos

os sites consultados não verificamos anúncios de promoções, pacotes especiais ou programas de fidelização.

A falta de um claro posicionamento de Maricá enquanto destino turismo, possibilita criar algumas dificuldades para sua comercialização, seja nas plataformas on-line, ou seja, através de agentes de turismo e operadores. Ao oferecer Maricá como um destino de SOL & MAR apenas, cria-se no imaginário que a cidade pode ser equiparada a destinos próximos, que possuem as praias em melhores condições de utilização. Nesse sentido uma alternativa seria a orientação aos empresários para melhorar o serviço em suas áreas de lazer. Mesmo sendo motivado a visitar a cidade pela atração SOL & MAR, o hóspede teria a alternativa de desfrutar um ambiente de lazer com sua família, caso não seja possível eventualmente à utilização da praia como opção de lazer.

Cerca de 47% dos estabelecimentos pesquisados possuem piscina, sendo que somente 30% desses, trabalha esse equipamento como forma de fidelizar o cliente, ou mesmo oferecendo algum serviço de alimentação no local. No que se refere à oferta de sauna, 86% dos meios de hospedagem não possui esse atrativo. Os serviços de quarto, em quase sua totalidade, são deficitários. Apesar de 86% dos meios de hospedagem possuir frigobar nos quartos, os mesmos não são abastecidos de produtos, ficando como opção do hóspede comprar produtos no comércio local para seu consumo.

Cerca de 80% não dispõe de um espaço apropriado para receber os hóspedes, como uma sala de estar ou uma recepção. A comunicação precisa ser feita através de deslocamento até a entrada, uma vez que 92% não oferecem telefone nos quartos. Apenas 40% dos meios de hospedagem possuem TV de led ou plasma, sendo a maioria ainda oferecendo TVs antigas. Um ponto positivo está na oferta de 93% dos quartos equipados com ar condicionado. Os produtos de higiene pessoal não são padronizados, e cerca de 60% oferecem toalhas / roupas de cama e travesseiros com pouca qualidade.

Outro fator relevante e que pode atrapalhar a estratégia de promoção é o fato de apenas 7% dos meios de hospedagem visitados possuir área/parque infantil. Também não foi identificado em 90% a realização de trabalhos com recreadores ou atividades desenvolvidas especificamente para o público infantil.

No decorrer dos oito meses de trabalho, onde destacamos as fases 1 e 2 como importantes no contexto de nortear as ações da fase 3, houve a necessidade de ampliar a captação da base dados. Como descrevemos na introdução deste relatório, no item 1, sub itens 1.1.1 a 1.1.6 (ações propostas), passamos agora a relatar as alterações necessárias e as ações que deverão ser implementadas pelo nosso contratante, em eventuais convênios futuros, para análise e providências que julgar necessárias.

No sub item 1.1.1, destacamos o trabalho de prospecção dos eventos propostos no calendário turístico de Maricá junto aos agentes e operadores, visando à formatação de pacotes e fechamento de grupos para visitação por ocasião dos eventos. Ressaltamos que para o cumprimento desse item, foi necessário identificar base da dados da oferta turística. Logo nas primeiras reuniões de planejamento não conseguimos obter por parte da Secretaria de Turismo dados e informações sobre a oferta turística, tais como: relação atualizada dos meios de hospedagem, estrutura de oferta de quartos e leitos, roteiros turísticos, etc. A maior dificuldades encontrada foi a ausência de um calendário de eventos fixo, onde poderia ser estruturada a oferta com antecedência para a formatação de pacotes.

Nos foi apresentado apenas um relação de eventos realizados e a serem realizados pela Secretaria de Turismo, onde detectamos um maior número de eventos voltados para atendimento ao público residente do que eventos geradores de fluxo turístico.

Com isso exposto, foi necessário iniciar um grande trabalho de organização dessa oferta, atendimento aos atores locais, reuniões com os setores empresariais e iniciar o alinhamento das informações com as demais área de governo: planejamento, trabalho, desenvolvimento econômico, agricultura, etc.

Como fica evidenciado no item 4 – Relatório de Atividades / junho a dezembro de 2018, foram realizadas dezenas de reuniões que nos auxiliaram iniciar o trabalho de estruturação da oferta turística de Maricá. Importante ressaltar, que a maior parte desse trabalho realizado não estava previsto na memória de cálculos desta contratação, onde a FC&VB-RJ entendeu que deveria avançar na obtenção da coleta dessas informações, para que se pudesse ter pleno êxito com o trabalho proposto.

Nesta lógica, realizamos o trabalho de Inventário Sintético dos Meios de Hospedagem de Maricá (item 1 deste relatório) e visitas técnicas aos atrativos turísticos divulgados (item 3), trabalhos estes que não estavam inicialmente previstos, porém necessários para a organização dos roteiros.

Com o estudo já desenvolvido da estrutura atual dos meios de hospedagem e a análise dos atrativos, que entendemos estar em condições satisfatórias para promoção, será possível a CODEMAR e a Secretaria de Turismo auxiliarem os agentes de viagem e operadores para a criação de pacotes e roteiros turísticos e de compras.

No que se refere ao trabalho indicado no sub item 1.1.1, a FC&VB-RJ entende que somente deverá apresentar os roteiros e a base para a formatação de pacotes, ações previstas nos sub itens 1.1.4 – fan-tour / 1.1.5 – fan-press, no momento da definição pelo município do **Calendário Oficial de Eventos Turísticos**, em fase final de estruturação pela Secretaria de Turismo.

Com relação ao sub item 1.1.3 *“realização de workshop para o fortalecimento de imagem do destino e apresentação calendário de eventos”*, deve ser explicado que este trabalho é de assessoramento técnico, não incluindo a esta estrutura para a realização do workshop. Esse trabalho, por decisão da Secretaria de Turismo, ficou adiado para o momento após a estruturação do calendário de eventos.

O sub item 1.1.2 *“realização de reuniões para o ordenamento e compartilhamento de informações e metas”*, foi plenamente atendido, conforme demonstradas nas atividades realizadas e descritas no item 3.

Fica evidenciado, através dos trabalhos realizados no período de oito meses, que foi possível avançar na estruturação da oferta turística, estabelecimento da governança do setor (Ex. Criação do Maricá Convention & Visitors Bureau), e no levantamento de dados relevantes para o andamento da proposta de promover o destino Maricá juntos a mercados emissores no Brasil e no exterior.

A seguir, ampliamos nossas considerações para as áreas onde entendemos que deverão ser objeto de análise para tomada de decisões acerca da continuidade deste trabalho.

5.1) Turismo corporativo – Enorme potencial identificado a ser desenvolvido:

O turismo corporativo no Brasil é um mercado em plena expansão e cada vez mais especializado para quem deseja trabalhar com um setor altamente rentável. O turista corporativo também consome serviços de lazer, podendo assim fortalecer o marketing do destino. Os serviços normalmente são realizados por uma agência de viagem especializada em turismo corporativo e de eventos.

A vantagem do desenvolvimento do trabalho nesse segmento está em fortalecer a manutenção da cadeia produtiva em meses de baixa temporada no turismo de lazer. As empresas e entidades procuram fechar os eventos nos meses de baixa, desta forma, negociando tarifas melhores. Apesar de um desaquecimento ocorrido nos últimos anos na realização de eventos corporativos com participantes acima de 800 pessoas, a faixa que vai de 100 a 300 participantes continua aquecida.

Olhando para esse mercado, em função do grande potencial de exploração das bacias petrolíferas que cercam a região, o município vem se preparando para atender a esse segmento, com a manifestação de interesse da instalação de grandes empresas deste setor. Sendo assim, com a característica do segmento offshore, a previsão é que em um curto espaço de tempo, Maricá receba uma grande quantidade de empresas prestadoras de serviços, que deverá demandar um grande fluxo diário de pessoas ligadas ao segmento.

No trabalho de campo realizado, notamos que a maior parte dos meios de hospedagem de Maricá não está voltada para atendimento a esse mercado, ou desconhece as oportunidades que podem ser geradas. Conforme pesquisa realizada pela FC&VB-RJ, apresentada nas páginas 20 e 21 deste estudo, apenas 12% dos meios de hospedagem de Maricá possuem algum espaço para realização de eventos. Outro dado importante coletado mostra que 75% dos entrevistados não realizaram, ou tem planos de realizar, investimentos em suas estruturas com o objetivo de buscar um novo perfil de hóspedes.

A medida em que cresce o interesse de empresas offshore para instalação de suas operações em Maricá, será necessário, na mesma velocidade, que a cidade esteja preparada para absorver tal demanda por espaços corporativos e para capacitação. Torna-se necessário ampliar a oferta de espaços na cidade que possam acomodar capacitação, cursos, seminários, etc.

O município necessita dispor de informações gerenciais desses espaços, sendo insuficientes para atender a demanda, estabelecer o planejamento para construção ou aquisição dos mesmos.

Na própria manifestação de interesse dessas empresas para instalação de um unidade em Maricá, é comum a solicitação de um levantamento de espaços preparados na cidade para tais atividades. Face ao exposto, constatamos a necessidade da realização de um amplo trabalho de identificação, classificação e estruturação dessas informações, que terá como objetivo oferecer suporte as empresas interessadas em se instalar no município.

As análises apontam para a necessidade de ampliar o conhecimento do destino Maricá nesse segmento de offshore. A participação de feiras nacionais e internacionais desse segmento pode trazer grandes benefícios para a promoção do município. No geral o turismo corporativo está relacionado diretamente ao turismo de lazer. Em seus momentos de descanso, esse público, em geral com bom poder aquisitivo, poderá conhecer mais a cidade, seus atrativos e sua cultura, possibilitando ainda mais a geração de negócios.

Ao participar das feiras de offshore, além do fornecer informações sobre a infraestrutura e serviços para esses público, entendemos que a CODEMAR poderá ampliar os serviços para a promoção de toda a cidade. Nesta ocasião, poderá ser realizada uma pesquisa junto a esse público para a busca de informações do perfil turístico, estudo comportamental, preferências e expectativas que vislumbram encontrar em um destino onde o foco inicial é o trabalho, que porém fará parte de sua rotina por determinado tempo.

O entendimento especial que dedicamos a esse capítulo do trabalho, evidencia o quando se deve aprofundar os estudos nessa área do turismo, bem como na busca por uma oferta de qualidade para atendimento ao segmento corporativo.

As metas estabelecidas neste trabalho não contemplam o grau de aprofundamento que merece e deve ser dado a este segmento turístico, com grande potencial, porém até então não explorado.

5.2) Calendário de eventos – necessidade de fortalecer eventos nos meses de baixa ocupação.

Em todo o trabalho realizado, não somente na fase de entrevistas aos meios de hospedagem, como também no trabalho de fortalecimento da governança local do turismo e no relacionamento com os empresários e lideranças locais, foi nos relatado que a realização de eventos como shows, exposições e feiras, têm sido importante para a entrada de receita.

Ressaltamos também que falta um planejamento na promoção do calendário de eventos do município, deixando de existir um trabalho coordenado e com antecedência necessária para o fechamento de pacotes. Outro questionamento está na ausência de realização de eventos que possam atrair um público mais qualificado, principalmente em períodos de baixa temporada e fora de feriados prolongados.

Foi identificada a necessidade de separar o calendário de eventos municipal, que atende em sua maioria o público residente, de um calendário de eventos turísticos, capaz de atrair um público com poder aquisitivo maior.

O trabalho desenvolvido junto aos meios de hospedagem foi fundamental para que fosse identificado a curva de ocupação e a sazonalidade. Esse é

um fator de grande importância para o fortalecimento de toda a cadeia produtiva do turismo de Maricá, uma vez que nos meses de baixa temporada, com a queda do fluxo de turistas, é real o desaquecimento nas atividades turísticas e no comércio, com reflexo em toda a economia do município.

Os eventos tradicionais como Natal, Réveillon e Carnaval, já são realizados em períodos de feriados nacionais, o que já cria um fluxo natural de turistas para Maricá. Em pesquisa realizada junto aos meios de hospedagem, apresentada nesse estudo a partir da página 21, o gráfico apresentado mostra os meses de alta temporada (dezembro a março), no período de verão.

Um bom exemplo foi a realização do 1º FESTMAR Festival de Maricá, evento criado em 2018 para acontecer simultaneamente aos comemorações de aniversário da cidade. Todos os anos o município organiza nos dias próximo a data de seu aniversário (26 de maio), uma grande festa, com shows e barracas para atendimento em grande parte da própria população residente. A realização do FESTMAR, por sua concepção e grade de atrações, conseguiu atrair um público visitante que não era comum visitar o município naquele final de semana. Dentre as atrações oferecidas estavam um festival gastronômico com cerveja artesanal, barracas gourmet, exposição de carros antigos, shows musicais, recreação infantil, entre outros.

A realização do FESTMAR, fortaleceu a ocupação nos meios de hospedagem, uma vez que o mês de maio é considerado mês de baixa temporada.

Fica evidenciado a necessidade de se investir em eventos, de qualidade, para atração de um público visitante justamente nos meses de baixa temporada, em especial de abril a outubro. Vale ressaltar que o mês de julho, apesar das férias escolares, não foi identificada uma boa ocupação hoteleira, devendo-se criar eventos e atividades para atração de mais turistas a cidade.

5.3) Trabalho de capacitação para melhoria da estrutura turística de Maricá.

Quando se estabelece condições para o desenvolvimento de um destino turístico, vários fatores deverão ser observados, tais como: melhoria na infraestrutura, ampliação de acessos, sinalização turística, melhoria dos meios de hospedagem, oferta de serviços, boa gastronomia, etc. Porém em todos esses itens é importante que as pessoas que estão na operação do turismo estejam capacitadas, com informações corretas sobre o destino, podendo assim oferecer mais segurança aos hóspedes e aos visitantes.

O estudo realizado e apresentado mostra que o município de Maricá necessita ampliar mais a oferta para capacitação do setor de turismo. As análises identificaram que em função da grande maioria dos estabelecimentos serem gerenciados por integrantes da mesma família, não existe um trabalho de profissionalização na gestão. As visitas técnicas ao interior dos quartos, em sua grande maioria, refletiu somente a preocupação em oferecer um ambiente limpo, deixando de oferecer pequenos detalhes, porém que fazem muita diferença a quem está hospedado.

Grande parte dos equipamentos não está organizada para receber bem os hóspedes, não existem rotinas e manuais de hospedagem para sua orientação. Em apenas cinco estabelecimentos foi identificado regulamento de funcionamento, horários de café da manhã, oferta de hi-fi, e apoio para alimentação fora do estabelecimento.

Em sua maioria, o café da manhã oferecido, que poderia ser trabalhado como um diferencial para que aqueles que possuem alguma deficiência em outra área, não atende os requisitos de qualidade. Desta forma, identificamos a urgente necessidade de formação de cursos de qualificação nas áreas de operação (camareira, garçom, atendente, copeira, etc).

Dados colhidos apontam que 87% dos meios de hospedagem são gerenciados por pessoas da mesma família, que se dividem nas funções gerenciais, de apoio, manutenção e logística. Também foi constatado que

somente 25% dos entrevistados participaram de alguma atividade de capacitação e gerenciamento nos últimos 12 meses. Somente 7% dos proprietários de pousadas informaram buscar capacitação para seus colaboradores.

Nesse sentido a realização do 1º Seminário Empresarial de Turismo de Maricá, ocorrido em maio de 2018, foi de fundamental importância para ampliar o leque de conhecimento dos empresários para a gestão de seus negócios. Para a primeira edição do evento, a organização buscou trazer informações iniciais da operação do turismo de uma cidade, inovações, serviços e experiências exitosas em funcionamento em outros destinos turísticos.

A preocupação estava em mostrar ao público presente a importância do trabalho conjunto no turismo e a qualidade que precisa ser ofertada a quem nos visita. Nos painéis do Seminário, profissionais do turismo de algumas regiões do País puderam interagir com o público presente, fazendo uma grande mostra da importância da parceria público privada para as ações do turismo.

Foi identificada uma presença positiva dos empresários dos setores de hotelaria, gastronomia e serviços. Importante destacar que o 1º Seminário Empresarial de Turismo de Maricá foi a alavanca para a criação da Associação Empresarial e Turística de Maricá (Marica C&VB). O estabelecimento de uma governança coordenada, com o trabalho de planejamento por parte do poder público será fundamental para que se possa alcançar o pleno êxito dos resultados esperados.

Neste ponto, a realização do Seminário Empresarial atendeu o propósito de trazer conhecimento, promover o debate sobre os benefícios da atividade turística e motivar os atores locais na participação das ações de fomento e estruturação do destino. O conteúdo programático atendeu perfeitamente essa primeira demanda, porém torna-se necessário ampliar para outras áreas do conhecimento, trabalhando o setor para um alinhamento do que está ocorrendo na atualidade.

Importante que essa ação tenha continuidade e se busque estabelecer cooperação também em outras áreas, que por razões de falta de tempo, não puderam ser debatidas na primeira edição do Seminário Empresarial. Entre os temas necessários para inserção na grade de uma segunda edição, podemos relacionar: A importância das plataformas digitais para a comercialização de produtos e serviços turísticos, e o trabalho profissional para captação de eventos e turistas face a grande oferta de destinos no mercado.

Como sugestão, entendemos que o trabalho de qualificação e atualização deve ser iniciado pelos gestores (pais de família), uma vez que existe um alto índice de rotatividade nas funções mais básicas. Cursos de gestão em hotelaria, formação de preços, rotinas de atendimento, e-commerce, liderança e associativismo devem ser propostos, em caso de já estarem sendo realizados, oferecidos com mais intensidades aos meios de hospedagem.

Para fazer face as necessidade de infraestrutura turística, necessária para absorver toda a demanda projetada para os próximos anos, o que se vislumbra no curto prazo são duas hipóteses. A construção de novas estruturas de hotéis e pousadas, que demanda no mínimo dois ou três anos, ou a iniciativa dos empresários que já estão no ramo proceder a melhoria e a ampliação do seus negócios, com o objetivo de atender as exigências de um novo público.

Nesse propósito surge a necessidade de ser criado um programa de capacitação voltado para os gestores, devendo-se flexibilizar os dias e horários para realização, onde a qualificação seja feita para atender as necessidade de operacionalização dos estabelecimentos, formação de pacotes, comercialização on-line, etc. Nesse projeto pode-se inserir uma capacitação para o atendimento os segmentos empresariais já contratados, bem como o atendimento a um público visitante crescente, a medida que o calendário de eventos se estenda para os meses de baixa temporada.

5.4) Estruturação do turismo gastronômico enquanto produto.

Já abordamos a importância do turismo de lazer e o corporativo para o desenvolvimento de Maricá enquanto destino turístico. Em todos os seus segmentos o turismo está interligado. Em um primeiro momento, após decidir qual cidade visitar, o turista decide onde ficar. Logo em seguida inicia-se a busca por locais para sua alimentação, sendo os mais comuns; bares, restaurantes, casas de espetáculos, etc. Nesse ponto que o turismo gastronômico ganha força, e ao somar força aos outros segmentos do turismo, cria-se todas as condições para a transformação de apenas um belo lugar em um local de interesse turístico.

O turismo gastronômico é muito mais que uma lista de restaurantes e não está relacionado apenas a atividades de alto custo, ou com percepção gourmet requintada. Também não está somente voltada ao agroturismo. Tampouco exige grandes deslocamentos. Mas sim, está relacionado a todas as atividades que utilizam a comida como meio de conexão entre as pessoas, os lugares e o tempo.

Ações de custo relativamente baixo vem se mostrando eficientes para a fidelização de turistas. Já é comum em cidades a realização de um tour para experimentar comidas de rua, ou mesmo a degustação de pratos e bebidas locais. Regiões estão criando rotas de produtos (ex. Viajar pela Rota do Café), onde também é possível compartilhar refeições com pessoas locais.

Os festivais gastronômicos vem ganhando força, como forma de alavancar o turismo em meses de baixa ocupação. Visitas a feiras e mercados locais, visitação aos produtos produzidos no destino e oficinas gastronômicas, são atividades comuns, que costumam produzir um efeito muito positivo para quem os promove.

Nesse sentido que identificamos a necessidade de se realizar um amplo levantamento na estrutura gastronômica de Maricá, onde deverá ser estruturado um banco de dados que possa ser utilizado para a formatação de pacotes de viagens, facilitando assim o trabalho de agentes de viagem e operadores de turismo. Esse inventário será importante também para

criação de eventos gastronômicos, que servirão de apoio para os segmentos do turismo que se pretende ampliar no município, como o de lazer e o corporativo. A medida em que a cidade venha a ampliar a sua oferta turística, com a melhoria, ampliação e construção de novos meios de hospedagem, ou mesmo com a criação de novos eventos para garantir o fluxo de turistas nos meses de baixa temporada, será necessário que a rede gastronômica de Maricá esteja em conexão com todos esses acontecimentos.

Fica evidente que hospedagem e alimentação andam lado a lado, e necessitam ser “vendidos” juntos no mesmo canal de comercialização. Avançar na estruturação do setor de hotelaria e eventos, sem consideração uma preparação no setor de gastronomia, pode-se levar o destino a cometer erros que comprometerão todo o conjunto do trabalho.

5.5) Avaliação técnica final do trabalho desenvolvido – fase 3

Importante ressaltar que o município de Maricá vive atualmente um momento com a possibilidade de muitos investimentos, com projetos sendo elaborados e muitos já na fase de implementação. Todo esse contexto colabora para que a cidade promova um planejamento para que acomodar essa nova realidade.

No momento em que a FC&VB-RJ foi convidada a apresentar sua proposta para o implantação de um plano estratégico para o turismo, fica claro a impossibilidade de que no período de 12 meses se pudesse implantar todas as ações estratégicas que findam em 2030. Assim sendo, o presente relatório faz a entrega das informações relevantes, colhidas no marco zero deste trabalho, que foram executadas ao longo de doze meses.

Importante ressaltar que o trabalho desenvolvido é cíclico, com fases de aperfeiçoamento e melhorias constantes, devendo o setor elaborar análises e pesquisas permanentes com indicadores, que possam balizar a continuidade ou não de determinadas ações que visam consolidar o objetivo final.

A interrupção das ações implantadas neste primeiro ano, irão fadar ao insucesso de todo o plano, que sequer atingir até 2030. As ações devem

ser encadeadas, com base nos estudos já realizados e apresentados neste trabalho.