



Programa Líderes Cariocas

PCRJ / COPPEAD UFRJ – TURMA 3 – Dezembro 2012

Marcio Martins, Leonardo Cavalcanti, Adriano Monteiro e Bruno Bôscaro

AGÊNCIAS DE INCENTIVO AO TURISMO LOCAL

PROJETO PILOTO – SÃO CONRADO

1 - Introdução

A cidade do Rio de Janeiro passa hoje por um momento de boas oportunidades para o seu desenvolvimento. Ser sede da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016 proporciona maior visibilidade ao município e o projeta globalmente. Nos últimos anos observa-se crescimento no número de eventos realizados no Rio, sejam estes esportivos, culturais ou de negócios.

O Rio de Janeiro é uma cidade com vocação turística, com suas belezas naturais inseridas numa paisagem urbana de metrópole, cosmopolita, com rica arquitetura, Centro Histórico e Zona Portuária em processo de revitalização. Há vários parques, florestas, vida cultural ativa, variadas opções de gastronomia, lazer e, acima de tudo, seu povo, sempre cordial e alegre.

Apesar disso, o turista médio, seja por desinformação, dificuldades no sistema de transportes ou sensação de insegurança geralmente limita-se a visitar os pontos turísticos clássicos e consagrados, como o Corcovado, Pão de Açúcar, Praias de Copacabana e Ipanema e Estádio do Maracanã.

A cidade conta com o Parque Nacional da Tijuca (maior floresta urbana do Mundo), praias como as da Reserva, Grumari, Macumba e Prainha, Pedras da Gávea e Bonita, trilhas ecológicas e de escalada, comunidades pacificadas, entre outros inúmeros pontos de grande potencial turístico, tem tradicionalmente fluxo de visitantes reduzido em relação às áreas mais conhecidas nacional e



internacionalmente. São atrações visitadas, mas que poderiam melhor aproveitar seu imenso potencial atrativo.

Entende-se que uma das principais causas dessa distorção é a deficiência do acesso à informação do turista e, até mesmo, do empreendedor local com negócios voltados para o turismo. A ideia central deste projeto seria reunir, em um mesmo espaço físico, centros de atendimento ao turista e incentivo aos empreendedores locais.

2 - Projeto Agências de Incentivo ao Turismo

Objetivo:

Localizar, inicialmente, no Bairro de São Conrado, agência de incentivo às atividades de turismo, cultura, lazer e esporte, além de centro de informação ao visitante e à população em geral, para onde convergiriam turistas ou empresários locais com interesse em produzir eventos ou atividades e necessitem de suporte, divulgação ou informações sobre processo de aprovação da municipalidade para sua realização. Ponto de referência para visitantes estrangeiros, brasileiros e os próprios cariocas.

Esta estrutura seria também responsável por alimentar as fontes de informação turística da cidade, repassando as informações sobre o calendário de atividades da região para que possam ser divulgadas através dos canais de internet como o Guia Oficial (<http://www.rioguiaoficial.com.br/>) e o aplicativo Rio Guia Oficial.

Ainda dentro das funções destes centros estaria o incentivo e o suporte ao desenvolvimento de atividades culturais e atividades naturais (em parques e praias), o acompanhamento dos processos de aprovação de eventos e projetos, o desenvolvimento de programas de treinamento para a população local em atividades de serviço e atendimento, a integração entre os diferentes órgãos e entes envolvidos. (Administrações Regionais, Administrações de Parques, Secretaria de Meio Ambiente, Secretaria de Esportes, Conservação, Guarda Municipal, Polícia, Bombeiros, etc.)

Este projeto considera a construção de uma unidade própria, com arquitetura a ser desenvolvida e aprovada pela Administração e localizada no bairro, preferencialmente próximo à futura estação do Metrô-Rio de São Conrado.



Ações propostas: Criação de unidades físicas de atendimento ao turista e ao empreendedor local, reunindo ambas as partes, tomadores e prestadores de serviço, com pessoal treinado, informatizada e moderna, localizadas em pontos estratégicos e com projeto de arquitetura condizente com a paisagem urbana local, não necessariamente sendo padronizadas. Inicialmente propõe-se a implantação de uma unidade piloto no bairro de São Conrado.

Sugere-se que a Secretaria Especial de Turismo (SETUR) seja a responsável pela implementação do projeto e o gerenciamento da unidade modelo através da RIOTUR.

4 – Estimativas de custos da unidade São Conrado

Abaixo, são apresentados os custos estimados para implantação da unidade modelo. Esta primeira agência poderá ter como fonte de recursos a própria PCRJ, através da Secretaria Especial de Turismo (SETUR).

Tipo de Despesa	Custo Operacional/mês (R\$)	Investimento (R\$)	Prazo de execução (dias)
Projeto de arquitetura	-	30.000,00	30
Construção da unidade piloto	-	250.000,00	180
Mobiliário, equipamentos, sistemas.	-	65.000,00	210
Operação da unidade	25.000,00	-	Mensal após início das operações
Custo estimado	25.000,00/mês	345.000,00	

Observações: As estimativas apresentadas consideram a implantação da unidade piloto em terreno da Municipalidade, em local exato a ser definido, preferencialmente junto à estação do Metrô-Rio do Bairro de São Conrado. Considerando agência de 120 m² e 1,5x o CUB Básico Comercial. Previsão para início das operações: outubro de 2013.

5 – Ações a serem desempenhadas pela Agência.

A agência

- Atender os usuários à procura de informações turísticas na região, turistas brasileiros, estrangeiros e a população em geral;



- Estabelecer rotinas de cadastramento de empreendedores locais e suas atividades voltadas ao turismo;
- Controlar o número de atendimentos, para formação de banco de dados estatísticos a serem utilizados em futuras tomadas de decisão;
- Convidar o usuário a fornecer informações sobre tempo de estadia, origem, onde se hospeda, onde visitou, para fins estatísticos;
- Fornecer mapas da cidade e da área afetada, guias de turismo, folders de divulgação de eventos e atividades de lazer, cultura, esporte e ecoturismo;
- Orientar os empreendedores locais sobre aprovações necessárias para eventos e atividades, com informações sobre seus trâmites normais;
- Promover de uma maneira geral a aproximação entre as atrações locais e os visitantes,
- Ser ponto de referência para os visitantes da região afetada,
- Interagir com diferentes órgãos e entes envolvidos na região, como Administração Regional, Administrações de Parques, Secretaria de Meio Ambiente, Secretaria de Esportes, Conservação, Guarda Municipal, Polícia, Bombeiros, Associação de Moradores, etc.
- Incentivar o desenvolvimento de novas atividades.
- Indicar serviços com selo de qualidade atribuído pela Prefeitura.
- Desenvolver atividades de treinamento da população local e de baixa renda para serviços de atendimento. (Cursos de atendimento ao cliente, guias e idiomas).

6 – Ações futuras a serem adotadas pela Municipalidade

- Analisar os dados estatísticos fornecidos pela unidade modelo, de forma a permitir tomadas de decisão;
- Analisar os resultados obtidos com implantação da agência de incentivo ao turismo modelo, aperfeiçoando suas atividades para replicar seus sucessos a outras unidades futuras;
- Estudar e propor a implantação de novas unidades em outros bairros da cidade;
- Buscar parcerias com a iniciativa privada, para implantação de novas unidades em outros bairros da cidade.



ANEXO I - Análise da Situação Atual do Turismo no Rio de Janeiro (Matriz Swot)

FORÇAS	FRAQUEZAS
Cidade será sede de importantes eventos esportivos, como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Que deverão deixar um legado permanente ao setor de turismo ao proporcionar modernização da forma como se recebe o turista na cidade.	Falta de uma rede de serviços de informação ao turista permanente, não apenas montadas para atender aos eventos internacionais.
Vocação turística por natureza, com belezas naturais únicas, renome internacional, principal porta de entrada do turismo no Brasil.	Maior concentração de turistas nos pontos mais conhecidos, reduzindo seu tempo de permanência na cidade e desfavorecendo outras regiões com excelente potencial turístico.
Processo contínuo de recuperação e revitalização da estrutura urbana da cidade, com projetos como Bairro Maravilha e recuperação do equipamento urbano da cidade.	Grande passivo, ainda remanescente, de áreas a serem revitalizadas, recuperadas e/ou modernizadas, com maior disponibilidade de serviços ao turista e poder de atração do público visitante.
Construção de novos corredores viários, como Transoeste, Transolímpica, Transcarioca, além de novo trecho de metrô.	Sérios problemas no trânsito, com engarrafamentos crescentes e transporte público demandando melhorias significativas.
Processo de pacificação de comunidades antes ocupadas pelo crime organizado, melhorando a sensação de segurança na cidade e valorizando áreas, e atraindo a geração de riquezas.	Rede hoteleira bem desenvolvida mas ainda demandando investimentos para fazer frente ao turismo de massa.
População reconhecida como alegre e acolhedora.	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Grande fluxo de visitantes esperados nos eventos que a cidade sediará, proporcionando ótimas oportunidades ao setor de turismo.	Risco de redução significativa do fluxo de turistas após o encerramento dos eventos, que poderia desaquecer o setor de forma rápida.
Grande visibilidade internacional, o que poderá incrementar o fluxo de turistas antes e depois dos eventos.	Perda da oportunidade de divulgar a cidade maciçamente na fase de maior visibilidade.
Atração de novos empreendimentos e incremento nos negócios ligados ao turismo,	A cidade não conseguir se preparar adequadamente para os eventos, reduzindo o legado para a atividade turística e causando má impressão nos visitantes.



	Mudanças nas políticas atuais, de grandes investimentos da Municipalidade e de outras esferas governamentais.
	Segurança pública passar por outra crise, afugentando visitantes. Ser conhecida como uma cidade perigosa, com comunidades ainda ocupadas pelo tráfico de drogas. Segurança pública ainda aquém das necessidades da sociedade, embora em evolução.