CADERNO TÉCNICO 5

Rotas Turísticas



Coleção 11º ANOS DE TURISMO NO PARANÁ

FICHA TÉCNICA

Carlos Roberto Massa Júnior
Governador do Estado do Paraná

Darci Piana
Vice-governador do Estado do Paraná

Luciano Ferreira Bartolomeu
Secretário de Estado do Turismo

Jefferson Abade
Diretor Geral

Diretoria de Gestão, Sustentabilidade e Qualificação do Turismo
Tatiana Nasser e Silva

Coordenadoria de Gestão e Sustentabilidade do Turismo
Alessandra Giselle Rosa de Paula Xavier

Elaboração
Milena de Vasconcelos Rezende
Monike Caroline Ramos
Gisele Pereira do Nascimento Frai
Milena Gehring
Jucelene Policarpo da Silva

Diagramação
Ana Paula Cordeiro Breda
Emilly Karvat Ferreira da Rosa

Colaboradores
Vera Lucia Meza
Giullia Worm Lobler
Monike Caroline Ramos
Anna Flavia Levrevost
Alexane Salles
Mirani Fossá Rodrigues
Janara Cristina Battisti
Jucelene Policarpo da Silva
Milena de Vasconcelos Rezende
Ana Paula Cordeiro Breda
Emilly Karvat Ferreira da Rosa
Gisele Pereira do Nascimento Frai

Ilustrações
Eloir Amaro Júnior





SUMÁRIO

Fala do Secretário 04

O Artista e a Obra 05

Apresentação 06

Guia de Conceitos Essenciais 07

Vamos Desenvolver uma Rota Turística 10

Diagnóstico - O Caminho da Implementação 12

Plano de Ação - Colocando Sua Rota Turística no Mundo 29

Do Caminho ao Destino: O Nascimento do Seu Roteiro 37

Formulario 39

Referências 43



FALA DO SECRETÁRIO

O turismo é estratégico para o desenvolvimento do Paraná, promovendo a valorização do patrimônio natural, cultural e histórico, a geração de emprego e renda e o fortalecimento regional.

Nesse contexto, os Cadernos Técnicos de Turismo constituem instrumentos de orientação para a implementação da Política Estadual de Turismo, oferecendo referências metodológicas e práticas para gestores públicos, Instâncias de Governança Regionais - IGRs, empreendedores e demais agentes do setor.

Esses materiais contribuem para qualificar a gestão, orientar decisões e estruturar iniciativas alinhadas às vocações e potencialidades dos territórios, fortalecendo um turismo integrado, competitivo e sustentável.

Nosso compromisso é avançar na consolidação de uma política estadual de turismo estruturada, integrada e orientada por conhecimento técnico, capaz de reconhecer as particularidades dos territórios e, ao mesmo tempo, promover uma visão compartilhada de desenvolvimento para todo o Paraná.

Seguimos trabalhando para que o turismo seja cada vez mais um vetor de desenvolvimento regional, valorização da nossa identidade e melhoria da qualidade de vida dos paranaenses.

Muito obrigado.

Luciano Ferreira Bartolomeu



O ARTISTA E A OBRA

Eloir Jr. artista plástico curitibano, cujo trabalho alegre e colorido resgata as memórias culturais trazidas pelas etnias europeias que imigraram e colonizaram a terra inspirando-se no folclore polonês ucraniano, português, italiano entre outros, evidenciando ainda a convivência harmoniosa das etnias que fazem parte de sua terra natal, A Terra de Todas as Gentes.

Identificando-se com a linguagem näif que traduz a expressão ingênua da cultura, hábitos e costumes em harmonaa com ícones paranıstas como a gralha-azul, araucárias e pinhões, Eloir Jr. aceitou de imediato o tema proposto e abraçando o desafio, de maneira inédita, fez com que as Regiões Turisticas fossem representadas sob sua inspirada interpretação, transpondo para as telas muito de sua sensibilidade e todo o paranismo que lhe é nato.

Mergulhando no tema, como hábil artesão tece filigranas: delineando rotas e caminhos, prospectando paisagens, resgatando a história perpetuando devoções, colorindo sabores, formatando assim os atrativos em forma de ícones e como mosaicos, as Regiões Turisticas se amalgamam e se completam fazendo o Paraná Turístico explodir em cores.

ILUSTRAÇÕES: Eloir Amaro Junior (Eloir Jr.)

Ilustrações utilizadas mediante cessão de direitos autorais patrimoniais ao Estado do Paraná, por intermédio da Secretaria de Estado do Turismo – SETU, conforme Termo de Cessão de Direitos Autorais Patrimoniais nº 01/2026, Protocolo nº 26.201.339-1.

© Eloir Jr. – autoria das ilustrações.
Direitos autorais patrimoniais cedidos ao Estado do Paraná.

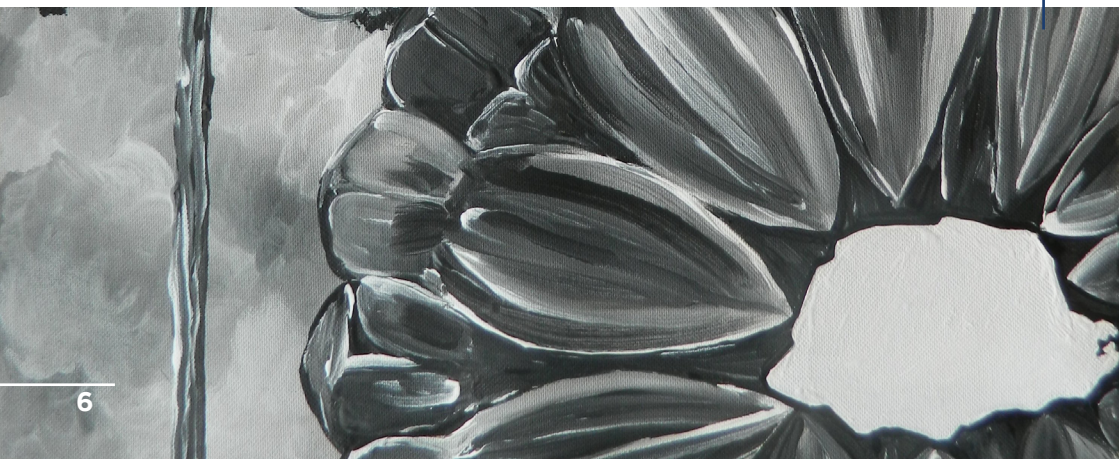


APRESENTAÇÃO

Com o propósito de apoiar os empreendedores na implementação de rotas turísticas, a presente cartilha foi desenvolvida pela Secretaria de Estado do Turismo do Paraná - SETU.

Entendemos que o fomento ao turismo vai muito além da visitação, ele se consolida como uma alternativa econômica vital para os territórios, colocando o talento e o esforço dos empreendedores locais sob o olhar atento de diversos perfis de consumidores. Ao promover esse desenvolvimento, favorecemos ganhos econômicos e sociais que transformam realidades, uma vez que a troca de experiências inerente à atividade turística possibilita o conhecimento mútuo e encurta distâncias entre pessoas e culturas.

Ao longo das próximas páginas, será apresentado todo o processo necessário para a elaboração de uma rota turística de sucesso, desde a fundamentação teórica até a execução. Via explicações conceituais claras e dicas úteis para o fortalecimento do seu território, buscamos capacitar cada agente envolvido para que o potencial local se transforme em um produto turístico competitivo e memorável.



GUIA DE CONCEITOS ESSENCIAIS

Atividade Turística

Turismo é muito mais que viagem, é um fenômeno multifacetado. Ele acontece quando pessoas deixam seu cotidiano em busca de **experiências fora do comum**.

- **Por que viajam?** Pela busca do lazer, mas também por trabalho, saúde ou eventos.
- **O que move a economia?** Cada visitante movimenta uma cadeia enorme: hotéis, restaurantes, guias e o comércio local, é dinheiro que entra e empregos que surgem.
- **O Olhar do Turista:** Para nós, um prato típico ou uma festa religiosa pode ser "apenas o dia a dia", mas para o turista, isso é a **identidade do lugar.**



Rota vs Roteiro

Ao longo deste material, você verá esses termos se misturando, e não é por acaso, eles são parceiros inseparáveis na criação de um destino de sucesso. Mas você sabe distinguir o trajeto físico da narrativa da viagem?

A Rota: O Caminho Temático

A rota é o itinerário contínuo que interliga destinos e atrações. Ela é o "coração" da experiência, servindo como o fio condutor que une diferentes pontos por meio de uma identidade comum.

- **Identidade Própria:** Baseada em história, cultura, gastronomia ou paisagens.
- **Conexão:** Organiza os atrativos de forma integrada e coerente.
- **Base Estratégica:** É o mapa que define o território a ser desenvolvido.

O Roteiro: O Plano Operacional

O roteiro é o **detalhamento prático** de como o visitante irá percorrer a rota. Ele transforma o potencial turístico em um produto comercial pronto para o consumo.

- **Logística:** Define horários, transporte e ordem das visitas.
- **Serviços:** Inclui hospedagem, alimentação e custos envolvidos.
- **Experiência:** Foca no "o que fazer", garantindo que o visitante aproveite cada momento sem imprevistos.

Por Que Investir na Criação de Uma Rota?

O desenvolvimento de rotas temáticas é uma ferramenta poderosa de gestão pública e privada, servindo para:

- **Fortalecer a Identidade Local:** Cria uma marca regional forte que atrai visitantes e diferencia o destino no mercado.
- **Fomentar a Economia Regional:** Estimula parcerias entre municípios e fortalece os negócios locais.
- **Atrair Investimentos:** Uma rota bem estruturada é um convite para melhorias em infraestrutura e novos empreendimentos.
- **Viabilizar o Mercado:** Facilita para que agências e operadoras criem roteiros comerciais detalhados e competitivos.

Produto Turístico

É o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Os locais, monumentos, paisagens naturais ou eventos culturais que motivam o viajante a escolher e visitar um determinado destino.

INFRAESTRUTURA DE APOIO

Os serviços e estruturas básicas que não são exclusivamente turísticos, mas são essenciais para a viagem acontecer, como hospitais, segurança pública, saneamento, estradas e aeroportos.



SERVIÇOS TURÍSTICOS

As empresas e facilidades que viabilizam a viagem e a estadia, como meios de hospedagem (hotéis, pousadas), agências de viagem, guias e transporte.

EXPERIÊNCIAS NO DESTINO

As vivências, sentimentos e memórias que o viajante adquire durante a viagem (como a gastronomia local, a interação com a cultura e o atendimento), transformando a simples visita em algo marcante.

PARA MAIS INFORMAÇÕES:

Glossário do Turismo

VAMOS DESENVOLVER UMA ROTA TURÍSTICA?

Formação do Grupo de Trabalho

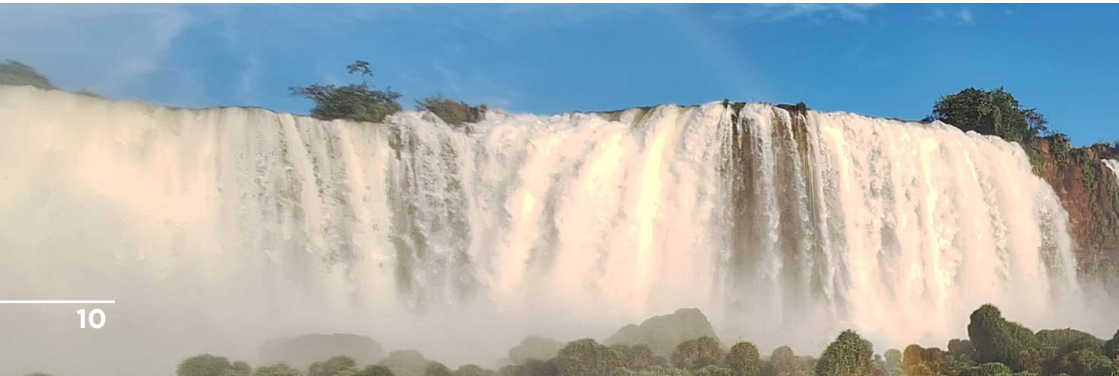
Ao planejar uma rota turística, o estabelecimento de um grupo de trabalho é o alicerce para o engajamento da comunidade, a função desse grupo é educar e integrar as pessoas envolvidas no projeto, transformando-as em agentes ativos. É essencial que este grupo seja composto por lideranças de diversos segmentos, tais como:

- **Setor Público** — representantes dos órgãos governamentais municipais, estaduais e federais.
- **Iniciativa Privada** — profissionais envolvidos com a prestação de serviços e comércio, com atuação no território da rota turística.
- **Sociedade Civil** — conjunto de indivíduos, grupos e organizações voluntárias (como ONGs, associações, sindicatos, clubes) que atuem no território da rota turística.

Engajamento Local

Em regiões que já possuem uma Instância de Governança Regional (IGR), esta figura pode atuar como o principal agente catalisador do grupo de trabalho. No entanto, o surgimento de uma rota não está restrito a órgãos formais, **qualquer ator local que identifique o potencial turístico de seu território pode assumir o protagonismo da mobilização**. Nesse cenário, o líder proativo assume a responsabilidade pelas seguintes ações estratégicas:

- Favorecer a integração e o relacionamento entre os membros do grupo;



- Resolver harmoniosamente as situações criadas no grupo;
- Facilitar a aprendizagem, o repasse e a troca de conhecimentos;
- Conduzir o grupo a uma adequação de postura frente as situações do planejamento participativo;
- Estimular o grupo a participar.

E para que esse grupo de trabalho tenha um bom desempenho, é necessária sua qualificação, momento dedicado ao repasse de informações relevantes ao projeto, como:

- Oportunidades e desafios de atuar na atividade turística;
- Divulgação de conceitos, visando à padronização das terminologias a serem utilizadas, como: rota, roteiro, atrativo turístico, infraestrutura de apoio;
- Vantagens do desenvolvimento de rotas e roteiros turísticos;
- Metodologias para o planejamento participativo.



HORA DE PRATICAR

A qualificação do grupo de trabalho pode ser construída coletivamente, principalmente nos casos em que o agente mobilizador não possua o domínio técnico. Algumas ações para esse momento são:

- Encontros para o estudo de cartilhas que tenham foco na roteirização turística;
- Visitas técnicas em rotas turísticas já estabelecidas;
- Trocas de conhecimento com representantes governamentais ou instituições de ensino.



Foz do Iguaçu - Parque Nacional Iguaçu - Viaje Paraná

Envolvimento da Comunidade

Com o grupo de trabalho estabelecido, o foco volta-se à **qualificação e sensibilização** da comunidade. Este é o momento de evidenciar os impactos positivos do turismo e, acima de tudo, cultivar o **sentimento de pertencimento**. Ao demonstrar que cada morador é peça-chave na construção coletiva, criamos uma base sólida de aceitação e engajamento, facilitando parcerias futuras e garantindo que a rota seja sustentável a longo prazo.

Uma vez sensibilizada, a comunidade amadurece para a fase de **mobilização**. Aqui, a participação deixa de ser consultiva e torna-se **ativa e decisória**, o desafio nesta etapa é a **coletivização**: alinhar os interesses individuais à proposta da rota turística e, para sustentar esse movimento, o grupo de trabalho deve não apenas acompanhar o progresso, mas desenvolver ferramentas eficazes de **comunicação e divulgação**, garantindo que todos os envolvidos visualizem os avanços e sintam-se parte do sucesso da rota.



HORA DE PRATICAR

Para promover o envolvimento da comunidade, pode-se realizar:

- Eventos: reuniões, oficinas, seminários, para conhecerem e se interessarem pela ação proposta;
- Identificar lideranças locais: visando sua inserção à proposta da rota;
- Apresentar casos e iniciativas de sucesso: para demonstrar as vantagens e a necessidade de fortalecer a atividade turística.

DIAGNÓSTICO - O CAMINHO DA IMPLEMENTAÇÃO

Antes de traçar caminhos, precisamos entender onde estamos e o que nos torna únicos. O diagnóstico nasce da necessidade de olhar para o nosso cotidiano com ‘olhos de visitante’, identificando as possibilidades turísticas do nosso local. Realizamos essa análise para que a rota não seja apenas um traçado no mapa, mas uma experiência autêntica, fundamentada naquilo que o local tem de melhor.

Identificação dos Pontos de Interesse

A identificação dos pontos de interesse é uma etapa fundamental para a estruturação de uma rota turística. Consiste no levantamento dos recursos turísticos, atrativos, equipamentos e serviços de apoio existentes no território, permitindo reconhecer suas potencialidades, limitações e possibilidades de integração ao percurso.

Esse processo deve considerar os aspectos históricos, culturais, ambientais e socioeconômicos locais, garantindo que a rota valorize a identidade territorial, proporcione experiências autênticas e contribua para o desenvolvimento turístico sustentável.

Mas o que são pontos de interesse?

Recursos Turísticos: elementos naturais, culturais, históricos ou construídos que despertam interesse turístico, mas não necessariamente possuem estrutura para visitação, como cachoeiras, paisagens e manifestações culturais.

Potencial Turístico: possibilidade de aproveitamento de determinado recurso ou território para o desenvolvimento do turismo, considerando sua atratividade e viabilidade de utilização.

Atrativos Turísticos: elementos naturais, culturais, históricos ou construídos que motivam a visitação e podem ser usufruídos pelos visitantes, como parques, museus, monumentos e eventos culturais.

Produtos Turísticos: conjunto organizado de atrativos, serviços e experiências oferecidos aos visitantes, como roteiros, passeios e atividades turísticas integradas.

Pontos Estratégicos e de Apoio: equipamentos e serviços que facilitam o deslocamento, a segurança e a permanência dos visitantes, como Centros de Atendimento ao Turista, estacionamentos, postos de combustíveis e estabelecimentos de alimentação.



Guaratuba - Guarás - Instituto Guaju - Edgar Fernandez - Original

Do Recurso ao Atrativo e ao Produto Turístico

A estruturação turística consiste em avaliar e organizar recursos e atrativos para proporcionar condições adequadas de visitação e, quando pertinente, integrá-los a produtos turísticos.

Uma cachoeira, por exemplo, pode representar um recurso com potencial turístico. Com condições adequadas de acesso, segurança e visitação, pode funcionar como atrativo. Quando associada a outros atrativos, serviços e experiências, pode integrar um produto turístico.

Entretanto, nem todo recurso precisa ser transformado em atrativo, sendo necessário considerar sua viabilidade, conservação e condições de gestão.

Para orientar esse processo, destacam-se quatro elementos fundamentais:

1. Acessibilidade e Infraestrutura Básica

Compreende as condições necessárias para garantir acesso, circulação e permanência dos visitantes:

- **Acesso e acessibilidade:** estradas, trilhas, passarelas, rampas e estruturas adequadas aos diferentes públicos;
- **Serviços básicos:** sanitários, água, manejo de resíduos e estruturas de apoio;
- **Sinalização rodoviária e de trânsito:** placas de regulamentação, advertência e indicação nas vias públicas, conforme normas e competências dos órgãos responsáveis;
- **Sinalização de orientação turística:** identificação dos destinos, atrativos e serviços ao longo do percurso;
- **Sinalização interpretativa:** informações sobre os aspectos históricos, culturais e ambientais dos locais visitados, geralmente instaladas nos atrativos.


Ponta Grossa - Lagoa Dourada - Embratur Sebrae

As modalidades de sinalização possuem finalidades e responsabilidades de implantação distintas, exigindo planejamento e articulação com os órgãos competentes.

2. Estruturação dos Atrativos, Equipamentos e Serviços de Apoio

Envolve a organização dos espaços e serviços necessários à experiência turística:

- **Equipamentos de visitação:** mirantes, decks, passarelas, centros de visitantes e espaços expositivos;
- **Estruturas de conforto:** bancos, sanitários, bebedouros, áreas de descanso e estacionamentos;
- **Equipamentos de segurança:** corrimãos, guarda-corpos, barreiras de proteção e dispositivos de alerta;
- **Serviços de apoio:** alimentação, comércio de produtos locais, artesanato, condução de visitantes e atividades educativas.

As estruturas devem ser compatíveis com as características do atrativo, respeitando suas condições ambientais e culturais.

3. Ordenamento, Segurança e Gestão

Consiste na definição de regras e procedimentos para garantir a organização e a sustentabilidade da visitação:

- **Capacidade de visitação:** estabelecer limites de visitantes, quando necessário;
- **Funcionamento:** definir horários, agendamentos e regras de acesso;
- **Segurança:** identificar riscos e estabelecer medidas preventivas e procedimentos de emergência;
- **Manutenção:** garantir a conservação dos espaços e equipamentos;
- **Gestão e precificação:** definir responsáveis pela operação e avaliar a necessidade de cobrança de ingressos ou serviços.



4. Promoção e Comercialização Turística

A divulgação deve considerar as condições reais de visitação e a capacidade de atendimento dos atrativos.

- **Identidade visual:** desenvolver nome, marca e materiais de identificação da rota;
- **Comunicação:** disponibilizar informações sobre localização, acesso, horários e serviços;
- **Divulgação:** utilizar redes sociais, sites, mapas e materiais promocionais;
- **Articulação comercial:** estabelecer parcerias com agências, operadores e empreendimentos turísticos;
- **Integração:** organizar atrativos e experiências em percursos e produtos turísticos.

A identificação e a estruturação dos pontos de interesse devem resultar em uma rota turística coerente com as características do território, respeitando a capacidade de gestão, a conservação dos recursos e as necessidades das comunidades locais.

Dessa forma, o planejamento dos pontos de interesse contribui para a criação de rotas turísticas acessíveis, seguras, sustentáveis e integradas, fortalecendo a identidade local e o desenvolvimento regional.

CONCEITO	O QUE REPRESENTA	EXEMPLO
Recurso turístico	Elemento natural ou cultural com características de interesse turístico.	Cachoeira ainda sem estrutura de visitação.
Potencial turístico	Possibilidade de aproveitamento turístico, mediante avaliação de viabilidade.	Possibilidade de desenvolver atividades de ecoturismo na região da cachoeira.
Atrativo turístico	Elemento que desperta interesse de visitação e pode ser usufruído por visitantes.	Cachoeira com acesso e condições adequadas de visitação.
Produto turístico	Oferta organizada que integra atrativos, atividades, serviços e experiências.	Roteiro de ecoturismo com visita à cachoeira, condução e alimentação.
Ponto estratégico	Estrutura ou serviço que apoia a experiência turística.	Centro de Atendimento ao Turista, estacionamento ou posto de combustível.

Segmentando Minha Rota Turística

A segmentação turística é o que dá direção e identidade a uma rota. **É a partir dela que definimos para quem estamos criando a experiência e quais vivências serão priorizadas** no território. Nesta etapa do diagnóstico, o objetivo é entender quais segmentos turísticos fazem sentido para a realidade local, considerando não apenas o potencial, mas principalmente a viabilidade.

O primeiro passo é analisar os atrativos levantados nos pontos de interesse: eles possuem características que se conectam com quais segmentos? Por exemplo, igrejas, festas tradicionais e manifestações de fé indicam potencial para o turismo religioso; propriedades rurais, agroindústrias e vivências no campo fortalecem o turismo rural; já paisagens naturais e trilhas podem indicar vocação para o turismo de natureza.

Outro aspecto importante é entender que os **segmentos não precisam existir de forma isolada**. Pelo contrário, eles podem e devem se complementar. Uma rota pode integrar, por exemplo, turismo religioso e rural, oferecendo ao visitante uma experiência mais rica, conectando fé, cultura, gastronomia e modos de vida locais.



Colombo - Parque Municipal Gruta do Bacaetava - AEN - Denis Ferreira Netto

A segmentação turística é o que dá direção e identidade a uma rota. **É a partir dela que definimos para quem estamos criando a experiência e quais vivências serão priorizadas** no território. Nesta etapa do diagnóstico, o objetivo é entender quais segmentos turísticos fazem sentido para a realidade local, considerando não apenas o potencial, mas principalmente a viabilidade.

O primeiro passo é analisar os atrativos levantados nos pontos de interesse: eles possuem características que se conectam com quais segmentos? Por exemplo, igrejas, festas tradicionais e manifestações de fé indicam potencial para o turismo religioso; propriedades rurais, agroindústrias e vivências no campo fortalecem o turismo rural; já paisagens naturais e trilhas podem indicar vocação para o turismo de natureza.

Outro aspecto importante é entender que os **segmentos não precisam existir de forma isolada**. Pelo contrário, eles podem e devem se complementar. Uma rota pode integrar, por exemplo, turismo religioso e rural, oferecendo ao visitante uma experiência mais rica,

Principais Segmentos Turísticos do Paraná

- CULTURAL
- ECOTURISMO
- RELIGIOSO
- LAZER E ETRETENIMENTO
- RURAL
- NÁUTICO
- AVENTURA
- SOL E PRAIA
- NEGÓCIOS E EVENTOS
- TÉCNICO E CIENTÍFICO
- GASTRONÔMICO
- SAÚDE

Fonte: Painel do Mapeamento da Oferta Turística do Paraná, 2026.



Verê - Vinícolas - Prefeitura de Verê - Original

Avaliação da Infraestrutura Local

Para que a rota se consolide como produto turístico organizado, é indispensável que exista uma base de infraestrutura capaz de garantir acesso, circulação, permanência e orientação ao visitante. Por isso, a infraestrutura deve ser pensada a partir da experiência de quem percorre a rota, o visitante precisa conseguir chegar ao território com facilidade, deslocar-se entre os pontos integrantes de maneira lógica e segura, permanecer nos empreendimentos com conforto e compreender a identidade do percurso por meio de uma sinalização clara e padronizada.

Nesse sentido, o primeiro aspecto a ser observado é a conectividade e o acesso:

- Rodovias em boas condições;
- Estradas rurais com manutenção adequada;
- Drenagem eficiente;
- Sinalização viária adequada.

Muitas rotas deixam de se consolidar não pela ausência de atrativos, mas pela dificuldade de acesso aos empreendimentos, especialmente no trecho final entre a via principal e a propriedade.

Além do acesso, a organização territorial é determinante. Uma rota turística deve respeitar a proximidade geográfica entre os pontos integrantes ou, ao menos, apresentar coerência temática que justifique o deslocamento. Longas distâncias entre atrativos fragmentam a experiência e comprometem a viabilidade do percurso (BARRETOS, 2003). **Por isso, recomenda-se que a rota seja estruturada a partir de concentração territorial ou afinidade produtiva**, como rotas do vinho, do café, do turismo religioso ou do turismo rural.



Outro aspecto essencial é a infraestrutura de permanência:

- Estacionamentos adequados;
- Banheiros em boas condições;
- Áreas de recepção organizadas;
- Segurança no entorno.

São elementos que qualificam a experiência do visitante. Nesse contexto, a acessibilidade deve ser considerada desde o planejamento inicial. A adoção de rampas, corrimãos, sinalização adequada e comunicação clara amplia o acesso ao turismo e fortalece o caráter inclusivo da rota.

Por fim, a **sinalização turística** exerce papel estratégico. Ela não apenas **orienta o deslocamento**, mas também **comunica identidade, organização e profissionalismo**. A padronização visual, o uso de marca própria da rota e a instalação de placas indicativas antes dos acessos são medidas que contribuem para a consolidação do percurso como produto turístico estruturado.

Cabe ressaltar que grande parte dessa infraestrutura básica é responsabilidade do poder público municipal, especialmente no que se refere à manutenção de vias, iluminação pública e sinalização urbana (DIAS, 2003). A consolidação de uma rota depende, portanto, da articulação entre iniciativa privada e gestão pública (BENI, 2001). Assim, a infraestrutura de uma rota turística não deve ser analisada apenas como um conjunto de obras físicas. Ela precisa ser pensada como **condição essencial para que a experiência do visitante aconteça de forma segura, fluida e qualificada**, ao mesmo tempo em que respeita a lógica territorial da região.


Verê - Vinícolas - Prefeitura de Verê - Original

HORA DE PRATICAR

Como ponto de partida para a avaliação da infraestrutura local, pode-se utilizar os pontos de interesse já identificados, facilitando a seleção da área que deve ser verificada a infraestrutura e auxiliando na validação da relevância dos pontos de interesse para a rota turística.

Análise do Mercado Turístico

A identificação do mercado turístico é uma etapa estratégica no processo de roteirização. Ao estruturar uma rota, é necessário compreender o ambiente competitivo, os parceiros potenciais e as tendências que influenciam o comportamento do consumidor, visando à consolidação de um plano de marketing para a promoção adequada da rota turística.

Identificação do Público-Alvo

Esse é o momento de alinhar o produto (componentes da rota turística) e o público que se deseja alcançar, sendo interessante basear-se na segmentação turística, pois um território com forte herança religiosa pode estruturar roteiros voltados ao turismo de fé; uma região com produção de vinhos consolidada pode direcionar-se ao enoturismo; localidades com patrimônio arquitetônico preservado podem priorizar o turismo cultural. Esse alinhamento evita inconsistências estratégicas, como tentar atrair segmentos que não dialogam com a vocação territorial. Compreender o território de forma minuciosa permite transformar potencialidades dispersas em um roteiro coerente, competitivo e sustentável.



HORA DE PRATICAR

Para identificar e segmentar o público-alvo de forma estratégica, podemos mapear o perfil dos visitantes a partir de suas principais 'necessidades', como lacunas de infraestrutura, necessidades de conectividade ou dificuldades de acesso, transformando essas demandas em oportunidades de qualificação do destino.

Identificação do público-alvo

Escreva em um parágrafo: Qual a necessidade do meu visitante?	**Público-Alvo**
Meus visitantes buscam se desconectar da tecnologia	Turistas que desejam um "detox digital" ou uma experiência de viagem mais tranquila e sem tecnologia e sem aglomeração
Meus visitantes são famílias que enfrentam desafios em encontrar atividades adequadas para todas as idades	Famílias com crianças de diferentes idades
Meu visitantes possuem um orçamento limitado	Jovens viajantes, estudantes e turistas que procuram opções de viagem econômica
Meus visitantes acham complicado planejar todas as estapas de uma viagem (transporte, acomodação, atrações)	Turistas que preferem pacotes de viagem completos e bem organizados.



Paranaguá - Praia do Farol Ilha do Mel - Embratur Sebrae

Identificação dos Atores do Mercado

O mercado turístico é caracterizado por sua diversidade. As alternativas de escolha não se limitam a destinos semelhantes geograficamente, mas abrangem também produtos que atendem à mesma motivação do turista. Por isso, a análise desse ecossistema de ofertas deve considerar:

- Destinos que oferecem experiências similares;
- Produtos com proposta temática semelhante;
- Regiões que atraem o mesmo público-alvo;
- Plataformas digitais que comercializam opções de viagem equivalentes.

O posicionamento de mercado está diretamente relacionado às vantagens comparativas e aos diferenciais estratégicos. Uma rota atraente precisa identificar claramente qual o seu diferencial, que necessidades atende, que experiência entrega e como se posiciona frente às demais opções. A avaliação da atratividade permite identificar oportunidades de fortalecimento e definir estratégias de diferenciação de longo prazo.

Identificação de Parceiros Estratégicos

A articulação estratégica entre o setor público, a iniciativa privada e a comunidade local é a base para a competitividade e a sustentabilidade de qualquer destino turístico. Mais do que apenas mapear concorrentes, o sucesso de uma rota depende da identificação de parceiros fundamentais, como meios de hospedagem, gastronomia, transportes e associações, que, ao atuarem de forma integrada, transformam a oferta isolada em uma experiência turística completa e inovadora.

O fortalecimento dessa rede de cooperação permite:

- **Otimização de Recursos:** Evita a sobreposição de esforços e garante o uso estratégico de incentivos institucionais e investimentos em infraestrutura.
- **Qualificação e Diferenciação:** Estimula o investimento em qualidade e a criação de novas marcas e produtos que reforçam a identidade do território.

- **Promoção Conjunta:** Amplia o alcance do destino no mercado por meio de estratégias de comunicação integradas e objetivos convergentes.
- **Governança Eficiente:** Facilita a troca de informações e a tomada de decisão coletiva, tornando a gestão do território mais ágil e organizada.

Ao alinhar os interesses de todos os atores, o local não apenas melhora sua organização interna, mas consolida um posicionamento de mercado consistente, capaz de gerar benefícios mútuos e fortalecer a economia regional de forma duradoura.



HORA DE PRATICAR

Como Captar Parceiros Estratégicos?

1 **Inserção institucional da rota**
A prefeitura pode incluir a rota nos materiais oficiais de divulgação do município, como: mapas turísticos distribuídos em pontos de informação; site oficial de turismo; redes sociais institucionais; eventos promovidos pelo município. Ao tornar a rota parte da comunicação oficial, o poder público aumenta sua visibilidade e legitima o produto junto ao mercado.

2 **Integração com pontos de fluxo turístico**
A agência ou rota pode negociar a divulgação em locais estratégicos como: centro de atendimento ao turista; recepção da prefeitura; rodoviária; espaços culturais e museus.
Isso amplia o alcance junto ao público que já está no destino.

3 **Articulação com outros empreendimentos locais**
Pode-se promover reuniões de alinhamento com hotéis, restaurantes, transportadoras e atrativos, incentivando a venda cruzada e a indicação mútua entre os parceiros.

4 **Formalização de parcerias**
Termos de cooperação, acordos simples ou participação em conselhos e IGRs ajudam a organizar responsabilidades e manter o relacionamento dos atores ativo.

Construção e Identidade da Marca

A marca é um elemento fundamental para a identificação, valorização e promoção da rota turística, representando visualmente suas características, seus valores e sua identidade territorial. Sua construção deve estar alinhada à temática definida para a rota, garantindo uma comunicação clara, coerente e capaz de estabelecer conexões com os visitantes.

Para sua construção, é importante considerar:

- **Identidade Visual:** desenvolver uma representação gráfica que incorpore elementos simbólicos do território, como aspectos naturais, culturais, históricos e gastronômicos. A aplicação deve manter a padronização em materiais gráficos, sinalização, plataformas digitais e demais instrumentos de comunicação.
- **Identidade e Narrativa:** construir uma comunicação que vá além da apresentação dos atrativos, valorizando a história, as tradições, os conhecimentos e as experiências que caracterizam o território. A narrativa deve transmitir a essência da rota, fortalecer o sentimento de pertencimento da comunidade e despertar o interesse dos visitantes.

A construção de uma marca consistente contribui para o reconhecimento da rota turística, fortalece sua identidade e promove uma comunicação integrada entre os municípios e atores envolvidos.

Tendências do Mercado e Comportamento do Turista

As transformações tecnológicas, sociais e econômicas das últimas décadas impactaram diretamente o comportamento do consumidor turístico.

Estudos recentes indicam que a decisão de viagem é fortemente influenciada por:

- Expectativas em relação à experiência;
- Emoções associadas ao destino;
- Sensações e sentimentos despertados pelas atividades;
- Representação simbólica da experiência.

O turista atual busca experiências personalizadas, sensoriais e emocionalmente significativas. A escolha **não é orientada apenas pelo preço ou infraestrutura**, mas pelo valor simbólico e pela promessa de vivência.

Além disso, observa-se:

- Crescimento da economia colaborativa;
- Expansão de plataformas digitais de experiências;
- Maior abertura a novos modelos de interação social;
- Valorização de autenticidade e conexão local.

Uma rota turística que compreende o comportamento do turista consegue captar sua atenção, transformando esse conhecimento em um **diferencial competitivo estratégico, capaz de converter visitantes em embaixadores da marca e garantir a relevância do destino em um mercado em constante evolução.**

Avaliação de Pegada da Rota Turística

Para o pleno funcionamento da rota turística, é necessária a efetuação da análise de seus impactos, permitindo a elaboração de estratégias de prevenção de riscos e para atingimento das oportunidades.

Os impactos a serem considerados são:

- **Ambientais** - assegurar que o turismo seja compatível com cuidados com o meio ambiente.
- **Socioculturais** - buscar que o turismo esteja compatível com a cultura e os valores das comunidades locais, preservando a identidade delas.
- **Econômicos** - assegurar que o turismo seja economicamente eficiente e que garanta a continuidade de recursos para as gerações futuras.



Pontal do Paraná - Pesca na areia em Praia de Leste - Prefeitura de Pontal do Paraná - Original

HORA DE PRATICAR

Para analisar os impactos, é essencial envolver tanto o grupo de trabalho quanto a comunidade local. Esse planejamento participativo permite o levantamento de cenários sob diferentes perspectivas, enriquecendo a análise. Algumas perguntas que podem ser trabalhadas:

Impactos Ambientais

- A rota pode contribuir para a melhora das condições sanitárias da região, incluindo coleta de lixo, iluminação pública e comunicações, proporcionando uma melhor qualidade de vida à comunidade local?
- A rota prevê mecanismos para a gestão de resíduos sólidos e incentivo ao transporte de baixo impacto (bicicletas, caminhadas)?
- Foi estabelecido um limite máximo de visitantes simultâneos para evitar a degradação de trilhas, nascentes e ecossistemas frágeis?
- A rota promove a conscientização dos visitantes sobre a fauna e flora locais, transformando o turista em um aliado da preservação?
- A construção de novos acessos, estacionamentos e edificações para a rota pode aumentar a impermeabilização do solo, alterando o escoamento das chuvas e causando alagamentos em áreas mais baixas?
- A demanda por lenha, alimentos silvestres ou materiais de construção naturais para atender à estética da rota pode levar à extração predatória de recursos da floresta local?



Antonina - Paisagem com barco - Embratur Sebrae

Impactos Socioculturais

- A rota pode contribuir para a preservação do patrimônio histórico, artístico e cultural, estimulando a preservação e a reabilitação de monumentos, edifícios e locais históricos, revitalização dos costumes locais como artesanato, danças tradicionais, festivais, gastronomia, entre outros?
- O desenvolvimento da rota contribui para o aumento do sentimento de pertencimento e orgulho da comunidade em relação ao seu território?
- A implementação da rota pode causar o aumento inflacionário do preço de alimentos e moradia para os residentes locais?
- Existem regras claras de convivência (ex: horários de barulho, áreas de estacionamento) para evitar atritos entre o comportamento do visitante e o descanso do morador?
- A rota possui infraestrutura de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, garantindo um turismo democrático?

Impactos Econômicos

- A rota pode gerar empregos, aumentando a renda local, bem como melhorando sua distribuição, favorecendo a população e o equilíbrio regional?
- A rota pode estimular o aumento dos investimentos feitos para atender os turistas, assim como a montagem da infraestrutura receptiva (hotéis, restaurantes, espaços de lazer e de eventos) e da infraestrutura urbana (estradas e saneamento)?
- Como a comunidade pode se organizar para não depender excessivamente do turismo, tornando a economia frágil às mudanças de mercado?


Bituruna - Vínicola Sanber - AEN Roberto Dziura Jr - Original

A organização da comunidade para evitar a dependência exclusiva do turismo é o que consolida a viabilidade de uma rota a longo prazo. Ao fortalecer o associativismo e diversificar a economia local, integrando o turismo a atividades já existentes como a agricultura e o artesanato, o território cria uma rede de proteção. Essa autonomia permite que a comunidade mantenha o controle sobre seus valores socioculturais, evitando que a identidade local seja mercantilizada, e garante que a exploração dos recursos naturais ocorra dentro de limites que respeitem os processos ambientais. Assim, a **análise de impactos** se torna uma **ferramenta viva de planejamento**, assegurando que o **desenvolvimento turístico** seja, de fato, um instrumento de **prosperidade e preservação para as gerações presentes e futuras**.

PLANO DE AÇÃO - COLOCANDO SUA ROTA TURÍSTICA NO MUNDO

Concluída a etapa de diagnóstico e identificação dos pontos de interesse, o Plano de Ação constitui um instrumento fundamental para organizar a implementação da rota turística. Sua elaboração permite transformar as informações levantadas em ações concretas, estabelecendo prioridades, responsabilidades, prazos, recursos necessários e indicadores de acompanhamento.

O planejamento deve considerar as características do território, a viabilidade das ações e a articulação entre os atores envolvidos, contribuindo para uma implementação organizada, integrada e sustentável.

Definição da Rota Turística

A partir do diagnóstico realizado, é necessário definir os principais componentes que orientarão a estruturação e o funcionamento da rota turística.

Nome e Marca da Rota

- A identidade da rota deve representar suas características, valores e diferenciais, considerando os elementos naturais, culturais, históricos e econômicos do território;

- A marca deve contribuir para o reconhecimento da rota e garantir uma comunicação visual coerente e integrada, considerando sua temática, seu público-alvo e as experiências oferecidas.

Pontos de Partida e Chegada

- Devem ser definidos considerando as características do percurso, as condições de acesso, a infraestrutura disponível e a organização da visitação;
- Podem representar locais de referência, atrativos turísticos ou pontos estratégicos que facilitem a orientação dos visitantes;
- Sua definição pode ocorrer após a organização do itinerário, considerando que algumas rotas permitem diferentes pontos de entrada, saída e conexão.

Atenção: A inclusão de pontos de interesse mais distantes não deve ser descartada exclusivamente pela localização geográfica. É importante avaliar sua relevância para a identidade da rota, as condições de acesso, o tempo de deslocamento e as possibilidades de integração ao percurso.

Corpo da Rota

- Consiste na seleção e organização dos pontos de interesse identificados durante o diagnóstico, considerando sua relevância turística e suas possibilidades de integração;
- Deve apresentar identidade e coerência entre os atrativos, as experiências e as características do território, respeitando as particularidades de cada localidade;
- Pode contemplar diferentes segmentos, paisagens, municípios e experiências, desde que exista uma proposta de integração que justifique sua composição;
- A organização do percurso deve considerar a acessibilidade, os deslocamentos, a infraestrutura de apoio e as condições de visitação.

O essencial é que a rota apresente uma identidade reconhecível e uma proposta turística clara, sem necessariamente seguir uma narrativa histórica ou temática única.



Guaraqueçaba - Praça do Porto de Guaraqueçaba - Viaje Paraná - Renato Soares - Original

Duração e Estrutura de Preços

- Definir o tempo estimado de realização da rota, considerando distâncias, deslocamentos, atividades e permanência nos atrativos;
- Avaliar os custos operacionais, os serviços disponíveis e as possibilidades de comercialização;
- Estabelecer valores e formatos de oferta, quando aplicável, considerando a viabilidade econômica para os empreendedores e a acessibilidade financeira para os visitantes;
- Considerar diferentes possibilidades de visitação, permitindo que a rota seja percorrida integralmente ou em trechos, conforme suas características.

Grupo de Gestão

- Recomenda-se estabelecer uma estrutura de governança responsável pela articulação entre os participantes, organização das ações e acompanhamento da implementação;
- Definir responsabilidades, direitos e deveres dos envolvidos, mecanismos de participação e critérios de funcionamento;
- Promover a integração entre poder público, iniciativa privada, Instâncias de Governança Regional (IGRs), comunidades e demais parceiros;
- Monitorar os resultados, avaliar indicadores e propor melhorias contínuas para a qualificação da rota.

A consolidação de uma rota turística depende da cooperação entre os diferentes atores do território. Embora sua estruturação possa ser impulsionada pelo poder público, sua continuidade exige participação ativa dos empreendedores, das comunidades e das instituições parceiras.

Cada território possui características e dinâmicas próprias. Por isso, não existe um modelo único de estruturação de rotas turísticas, mas princípios orientadores que devem ser adaptados à realidade local, garantindo identidade, integração territorial, viabilidade e sustentabilidade.



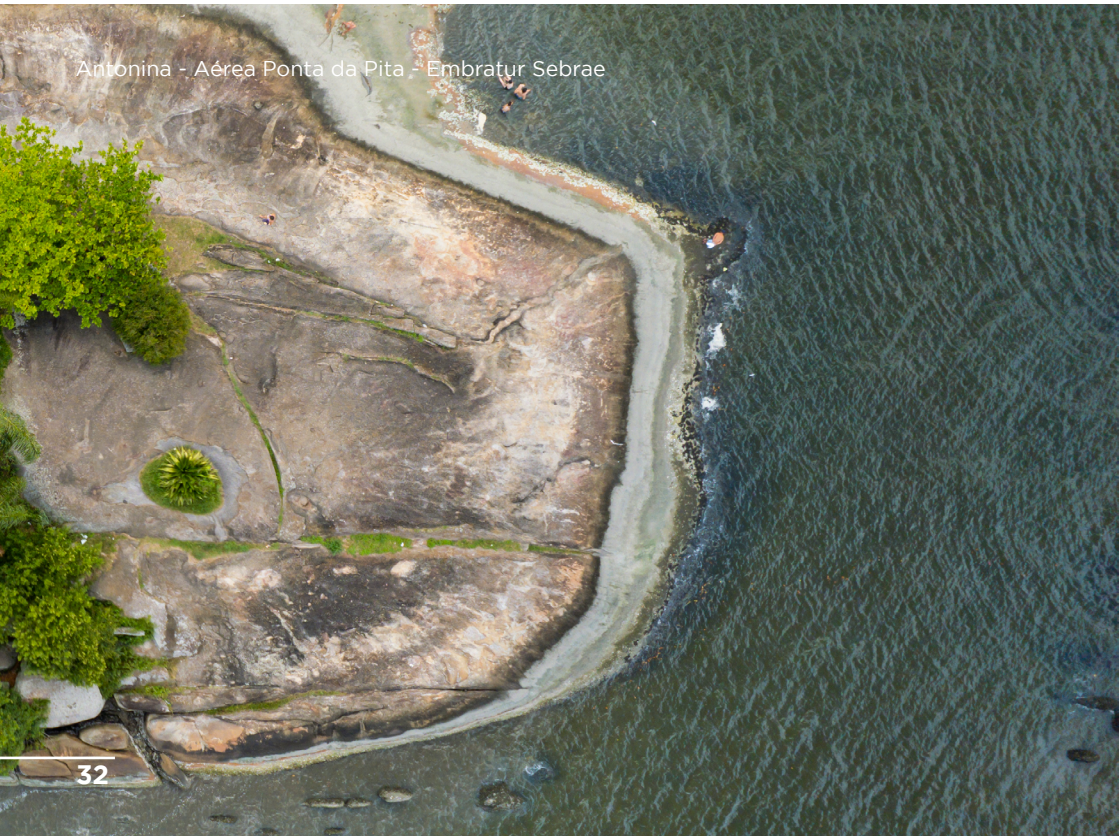
Maringá - Parque do Japão - Embratur Sebrae

Monitoramento Turístico

Para acompanhar o desempenho da rota, é essencial a elaboração de indicadores de desempenho que possibilitem uma visão do impacto do turismo no território, contribuindo na avaliação da eficiência do produto turístico, auxiliando em tomadas de decisões mais assertivas.

Critérios para criação de indicadores:

1 **Definição da Visão de Futuro e Metas Estratégicas**
Para estabelecer indicadores precisos, é fundamental projetar **o impacto desejado para o território**. Com base no planejamento participativo, elabore uma **Declaração de Visão**, uma **frase** que **defina** como a **rota turística** deverá ser **reconhecida** pelo **mercado** e pela **comunidade local a longo prazo**. A partir dessa visão, desdobre metas estratégicas, elas servem como os marcos temporais (de médio a longo prazo) que validam o progresso do destino, garantindo que o crescimento seja sustentável e alinhado à capacidade de carga do território.



Antonina - Aérea Ponta da Pita - Embratur Sebrae

2 Definição de Indicadores e Métodos de Coleta

Com as metas estratégicas estabelecidas, o próximo passo é a criação dos indicadores, que servirão como o **termômetro do sucesso da rota.** Para cada indicador, é necessário definir:

- **Fontes de Dados:** determinar os canais de coleta, sejam eles quantitativos (análise de redes sociais e BI) ou qualitativos (questionários físicos e digitais);
- **Governança de Dados:** designar um responsável pela curadoria das informações. Este papel é vital para realizar a limpeza, o tratamento e a modelagem dos dados, garantindo que as informações entregues aos tomadores de decisão sejam precisas, relevantes e fáceis de interpretar.

Para o pleno funcionamento dos indicadores, é preciso que eles sejam: específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e que possuam um prazo determinado.

EXEMPLOS DE INDICADORES

PILARES	INDICADORES	DESCRIÇÃO
Performance de Mercado e Fluxo Turístico	Fluxo de Visitantes	Total de pessoas que percorreram a rota em um período
	Taxa de Ocupação	Se a rota envolver hospedagem, seria analisar a quantidade de pessoas hospedadas
	Origem do Visitante	Entender se o público é local, regional ou internacional para direcionar o marketing
	Permanência Média	Quanto tempo o turista fica na rota (horas ou dias). Quanto maior o tempo, maior o gasto potencial.
Impacto Econômico	Ticket Médio por Turista	Valor médio gasto com alimentação, ingressos e lembranças
	Geração de Empregos Diretos	Quantas vagas foram criadas nos estabelecimentos da rota
	Aumento de Faturamento das Empresas Locais	Comparação do lucro antes e depois da implementação da rota
Experiência e Satisfação	Net Promoter Score (NPS)	A clássica pergunta: “De 0 a 10, quanto você recomendaria esta rota a um amigo?”
	Taxa de Retorno	Porcentagem de visitantes que já estiveram na rota anteriormente
	Sentimento nas Redes Sociais	Análise de menções, hashtags e avaliações (Google Maps, TripAdvisor) — se são majoritariamente positivas ou negativas

Segurança Turística

Para rotas turísticas que envolvem **atividades de aventura**, como cachoeiras, trilhas e escaladas, é **indispensável a adequação às normas técnicas brasileiras (ABNT)**, que estão alinhadas aos padrões internacionais ISO. Essa conformidade baseia-se em três pilares fundamentais: gestão de segurança, competência técnica dos condutores e sustentabilidade operacional.

Entre as principais normas que regem o setor, destacam-se:

- **ABNT NBR ISO 21101 (Gestão de Segurança):** orienta a estruturação de Sistemas de Gestão de Segurança (SGS), abrangendo desde a manutenção de equipamentos até o treinamento das equipes;
- **ABNT NBR ISO 21102 (Competência de Líderes):** define os requisitos e conhecimentos mínimos (como gestão de riscos e primeiros socorros) exigidos para guias em ambientes naturais;
- **ABNT NBR ISO 20611 (Sustentabilidade):** estabelece diretrizes para práticas ambientais, sociais e econômicas responsáveis;
- **ABNT NBR 15500 (Terminologia):** unifica os termos técnicos do setor para garantir clareza na comunicação e comercialização das atividades.

PARA MAIS INFORMAÇÕES:

ABNT

Committee Iso

ABETA

Captando Recursos

Para melhorias e adequações de sua rota turística, é possível contar com o apoio de financiamentos especializados, favorecendo a modernização de equipamentos e serviços que encantam o turista, promovendo um ciclo de crescimento que aumenta a visitação e movimenta a economia local.

Formas de Financiamento

FUNGETUR - Fundo Geral de Turismo

Gerenciado pelo Ministério do Turismo, o Fungetur oferece condições facilitadas para empresas de todos os portes (micro a grandes) do setor turístico que estejam cadastradas no **CADASTUR**.

Finalidades:

- **Projetos de Investimento:** Obras de construção, reforma, ampliação ou modernização de empreendimentos;
- **Aquisição de Bens:** Compra de máquinas, equipamentos e veículos (como ônibus ou embarcações) para uso turístico;
- **Capital de Giro:** Recursos para despesas operacionais e manutenção do fluxo de caixa da empresa.

Onde contratar: Instituições financeiras credenciadas em todo o país, como Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, BNDES, além de bancos regionais (como o BRDE) e agências de fomento estaduais.

Fomento Paraná

Linha de repasse de recursos do Fundo Geral do Turismo (FUNGETUR) destinada a financiar a implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos turísticos, além de capital de giro associado, no limite de R$ 500 mil.

Finalidades:

- **Projetos de Investimento:** Obras de implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos;
- **Bens:** Aquisição de máquinas, equipamentos e veículos voltados ao turismo;
- **Capital de Giro:** Recursos para manutenção da operação e despesas do dia a dia;
- **Pesca e Náutica:** Apoio específico para pescadores profissionais e turismo náutico.

Onde contratar: Diretamente com a Fomento Paraná (online), através de agentes de crédito municipais ou correspondentes credenciados em todo o estado.

Linhas de Crédito BNDES

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

(BNDES) atua em conjunto com o Fungetur e oferece outras linhas de apoio.

Finalidades:

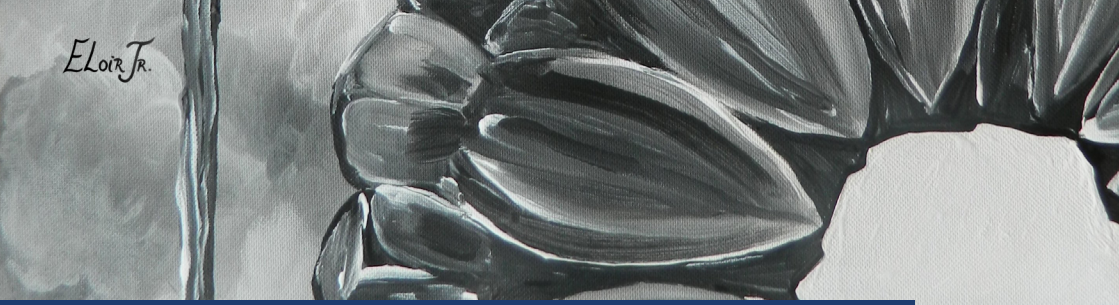
- **Apoio a MPMEs (Micro, Pequenas e Médias Empresas):** linhas de crédito para pequenos negócios;
- **Apoio à infraestrutura turística e apoio à cultura:** financiamento para aquisição de maquinários e para implantação, reforma ou ampliação de empreendimentos;
- **Apoio à infraestrutura urbana:** financiamentos para desenvolvimento de obras de saneamento, equipamentos públicos, revitalização de áreas degradadas, urbanização e infraestrutura.

PARA MAIS INFORMAÇÕES:

Guia de orientação para obtenção de financiamento e captação de recursos para o setor do turismo:



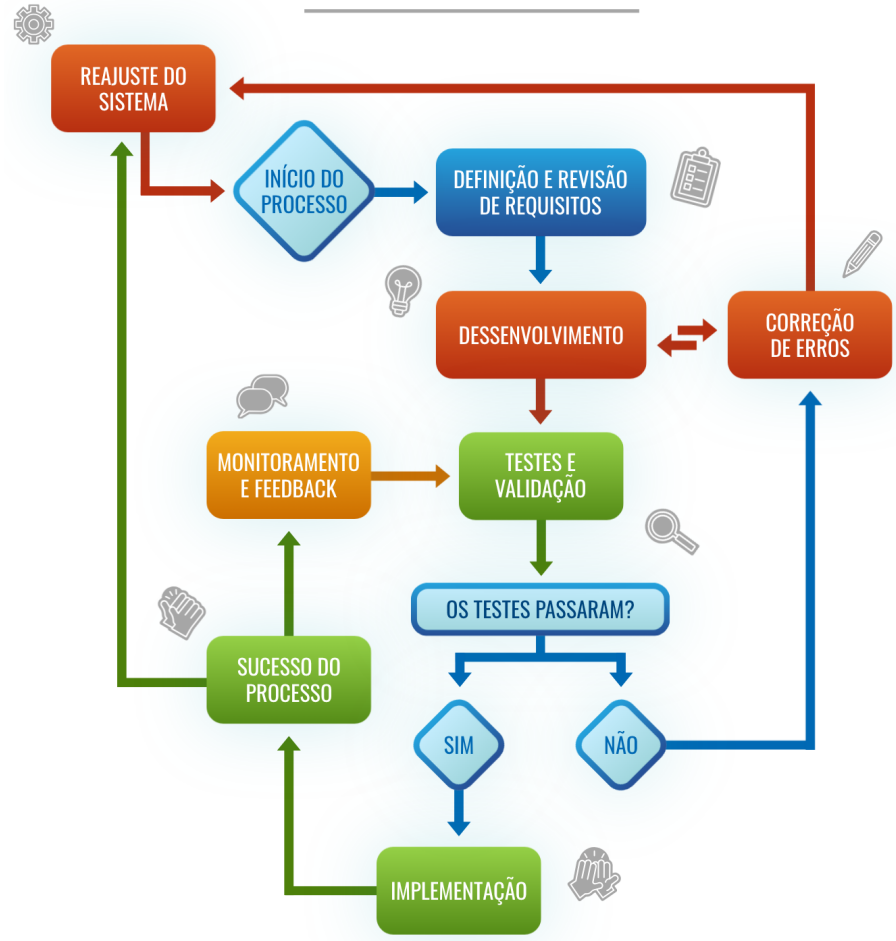
Morretes - Restaurante - Embratur Sebrae



DO CAMINHO AO DESTINO: O NASCIMENTO DO SEU ROTEIRO

FLUXOGRAMA:

Ciclos de Um Processo



Com a rota turística estruturada e o território preparado para receber visitantes, inicia-se uma nova etapa: a organização de roteiros turísticos. Enquanto a rota integra territórios, atrativos e experiências em torno de uma identidade comum, o roteiro organiza a visitação por meio de percursos, atividades e serviços, considerando o tempo disponível, o perfil dos visitantes e as condições de operação.

Nesse processo, a articulação com parceiros estratégicos, como agências de turismo, transportadoras turísticas, meios de hospedagem, empreendedores locais e profissionais de comunicação, contribui para ampliar a divulgação, fortalecer a comercialização e conectar a oferta turística ao mercado.

A estruturação de roteiros representa uma oportunidade para qualificar os serviços turísticos, fortalecer as práticas de acolhimento e proporcionar experiências integradas e de qualidade aos visitantes. Mais do que organizar atrativos e serviços, essa etapa busca valorizar a identidade territorial, estimular a participação das comunidades e gerar oportunidades de desenvolvimento econômico e social.

Assim, a integração entre planejamento, governança e qualificação da oferta turística contribui para consolidar rotas e roteiros sustentáveis, capazes de valorizar o território, fortalecer os empreendimentos locais e proporcionar experiências significativas aos visitantes.



SEU TERRITÓRIO POSSUI IDENTIDADE, CULTURA E EXPERIÊNCIAS ÚNICAS. É HORA DE VALORIZÁ-LAS E COMPARTILHÁ-LAS COM O MUNDO.

Anexo

Formulario Rotas Turísticas

- A qual Território Turístico sua Rota pertence?
- Seu município está presente no Mapa do Turismo?
- Nome da Rota Turística:
- Municípios abrangidos pela rota:
- Extensão aproximada da rota (km):
- Quais os atrativos turísticos integram a rota?
- Quais equipamentos e serviços turísticos integra ou apoiam a rota ?
- Qual é a principal forma de deslocamento utilizada ao longo da rota?
- Qual ?
- Qual é o período de maior fluxo de visitantes na rota turística?
- A rota requer agendamento prévio?
- Em sua avaliação, de qual segmento do turismo a rota faz parte?
- Descrição breve e resumida da rota e sua data de criação.

1- História, Identidade e Experiência Diferenciada

- A rota contribui para a preservação da memoria regional
- A rota representa características culturais, naturais, históricas ou produtivas do território?
- A rota é reconhecida pelos municípios participantes como referência turística regional?
- A rota está associada a tradições, costumes ou manifestações locais?
- Os atrativos, equipamentos e serviços apresentam conexão e complementaridade, contribuindo para uma experiência turística integrada?
- Quais experiências diferenciadas existem na rota em relação a outros produtos turísticos da região?

2-Infraestrutura da Rota

- O trajeto contempla elementos naturais, culturais ou arquitetônicos de relevância estética?
- A paisagem ao longo da rota encontra-se preservada?
- Sobre a Conservação e Manutenção da Rota, assinale os aspectos de conservação e manutenção que são atendidos pela rota turística:
- A rota possui sinalização turística de orientação ao longo do percurso?
- Existem pontos de apoio, descanso ou contemplação?
- A rota conta com serviços turísticos de apoio distribuídos ao longo do percurso?

3-Sustentabilidade

- A rota incentiva práticas sustentáveis entre os participantes?
- Os ambientes naturais inseridos na rota encontram-se preservados?
- A rota promove ações de educação ambiental aos visitantes?
- A rota gera oportunidades de trabalho ou renda para comunidades locais?
- A rota mantém integração com comunidades dos municípios participantes?
- A rota promove inclusão e acessibilidade para diferentes públicos?
- A rota contribui para geração de renda nos municípios participantes?
- A rota estimula consumo de produtos e serviços locais?
- A rota mantém operação turística regular?
- A rota valoriza elementos culturais, históricos ou tradicionais dos territórios
- A rota promove manifestações culturais ou saberes locais?

- A rota possui práticas institucionais voltadas à sustentabilidade, como definição de responsabilidades, acompanhamento de resultados, planejamento e participação dos parceiros ?
- A rota realiza ou considera a avaliação dos impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais decorrentes da atividade turística?
- Descreva as principais ações adotadas para prevenir ou minimizar impactos negativos e potencializar impactos positivos .

4-Governança

- A rota participa ativamente de instâncias regionais de governança do turismo?
- A rota possui gestão formalmente definida?
- A rota possui Plano de Ação para seu desenvolvimento?
- Anexe ou apresente o Plano de Ação da Rota.
- A rota possui planejamento de gestão, operação ou desenvolvimento turístico?
- A rota envolve formalmente municípios, entidades ou empreendimentos parceiros?
- A rota participa de programas ou ações de desenvolvimento turístico regional?
- A rota realiza avaliação da experiência dos visitantes?
- A rota utiliza indicadores para melhoria contínua?
- Quais instrumentos de monitoramento e inteligência turística são utilizados pela rota?

5-Promoção, Comercialização e Inserção de Mercado

- A rota desenvolve ações promocionais para ampliar sua visibilidade turística?
- A rota participa de campanhas, feiras ou eventos promocionais?
- A rota possui presença ativa em meios digitais?
- A rota disponibiliza informações atualizadas sobre itinerário, atrativos e serviços nos meios digitais?

- A rota possui estrutura para comercialização de experiências ou pacotes turísticos?
- Os atrativos disponibiliza canais de reserva ou aquisição de experiências?
- A Rota se encontra inserida no Mercado
- A rota mantém relacionamento com agências, operadoras, guias ou trade turístico?

6-Inovação e Competitividade

- A rota desenvolve ou adota soluções inovadoras que contribuem para sua diferenciação e qualificação como produto turístico?
- Se sim, quais iniciativas inovadoras são desenvolvidas ou adotadas pela rota?
- A rota apresenta diferenciais que fortalecem sua competitividade em relação a outras rotas ou produtos turísticos similares?
- A rota utiliza ferramentas ou soluções digitais para apoiar sua gestão, promoção, comercialização ou atendimento ao visitante?
- Se sim, quais ferramentas ou soluções digitais são utilizadas?

7-Fluxo Turístico

- A rota realiza monitoramento ou registro do número de visitantes?Só passa para a próxima pergunta se ele tiver o registro, se não tiver encerra)
- A rota possui capacidade operacional para atender o fluxo turístico recebido?
- A rota contribui de forma relevante para o fluxo turístico regional?
- A rota é reconhecida como produto estruturante para o turismo regional?

REFERÊNCIAS

BENI, Mário Carlos. Análise Estrutural do Turismo. 14. ed. São Paulo: SENAC, 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Cartilha técnica de roteirização. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [20--]. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/programa-nacional-de-turismo-gastronomico/Cartilha_Tcnica_Roteirizao.pdf.

BRASIL. Ministério do Turismo. Módulo operacional 1: sensibilização e mobilização. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2016. (Programa de Regionalização do Turismo). Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/modulos-operacionais-do-programa-de-regionalizacao/modulo_operacional_1_sensibilizacao.pdf.

BRASIL. Ministério do Turismo. Módulo operacional 7: roteirização turística. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2016. (Programa de Regionalização do Turismo). Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/modulos-operacionais-do-programa-de-regionalizacao/modulox20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf.

BRASIL. Ministério do Turismo. Módulo operacional 8: promoção e apoio à comercialização. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2016. (Programa de Regionalização do Turismo). Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/modulos-operacionais-do-programa-de-regionalizacao/modulo_operacional_8_promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf.

Brasil. Ministério do Turismo. Segmentação do turismo e o mercado. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

GOOGLE LOOKER STUDIO. Relatório de Dados [Painel de Mapeamento da Oferta Turística do Paraná]. Disponível em: https://datastudio.google.com/u/0/reporting/00078f08-9442-41c3-9f93-56f0c998af7a/.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

MAIA, Sara Vidal; BAPTISTA, Maria Manuel. As rotas como estratégia turística: percepção de benefícios e obstáculos na constituição de rotas museológicas na região de Aveiro. Tourism & Management Studies, v. 1, p. 672-682, 2011.

OLIVEIRA, Josefa Laize Soares et al. Adaptación de escenarios en el mercado turístico: un enfoque multidisciplinar sobre las emociones experimentadas por usuarios de experiencias online en la plataforma Airbnb. Turismo: Visão e Ação, v. 24, n. 3, p. 414-429, 2022.

PAREDES-RODRÍGUEZ, Benjamín Franklin; CHIRIBOGA-MENDOZA, Fidel Ricardo; ZAMBRANO-PILAY, Enrique Cristóbal. Competitividad empresarial y desarrollo de mercado turístico. Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR, v. 5, n. 9, p. 2-7, 2022.

RANGEL, Brendha Stacy; MEDAGLIA-SILVEIRA, Juliana; SILVEIRA, Carlos Eduardo. Caracterização dos Stakeholders da Região Turística Rotas do Pinhão – PR. Caderno Virtual de Turismo, [S. l.], v. 25, n. 1, p. 12–31, 2025. DOI: 10.18472/cvt.25n1.2025.2182. Disponível em: https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/2182.

SALVADO, Josefina OMG. Dinâmicas Culturais nas Rotas dos Vinhos como forma de criação de valor na experiência turística. RT&D-Revista de Turismo & Desenvolvimento, 2017.


ELoir Jr