3ª Edição

TURISMO NÁUTICO: Orientações Básicas

Ministério do Turismo
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo
Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico
Coordenação-Geral de Segmentação

TURISMO NÁUTICO:
Orientações Básicas

3ª Edição

Brasília, 2010

Presidente da República Federativa do Brasil
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro de Estado do Turismo
Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Secretário-Executivo
Mário Augusto Lopes Moysés

Secretário Nacional de Políticas do Turismo
Carlos Silva

Diretor do Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico
Ricardo Martini Moesch

Coordenadora-Geral de Segmentação
Sáskia Freire Lima de Castro

Coordenadora-Geral de Regionalização
Ana Clévia Guerreiro Lima

Coordenadora-Geral de Informação Institucional
Isabel Cristina da Silva Barnasque

Coordenadora-Geral de Serviços Turísticos
Rosiane Rockenbach

Coordenação e Execução
Ministério do Turismo

3ª Edição
Distribuição gratuita

Ministério do Turismo
Esplanada dos Ministérios, Bloco U, 2º andar
70.065-900 – Brasília-DF
http://www.turismo.gov.br

Dados internacionais de catalogação na publicação (CIP)

Brasil. Ministério do Turismo.
Turismo Náutico: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. –3. ed.– Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
66 p. ; 24 cm.

Coleção com onze volumes.
Inclui bibliografia.

1. Programa de Regionalização do Turismo. 2. Roteiro turístico, Brasil. 3. Atividade náutica. 4. Atividade turística. I. Título.

CDD – 338.47910981

Ficha Técnica

Coordenação-Geral	Sáskia Freire Lima de Castro Wilken Souto
Coordenação Técnica	Marcela Souza
Revisão Técnica	Alessandro Dias de Castro
Apoio Técnico	Alessandra Lana Ana Beatriz Serpa Bárbara Rangel Cristiano Borges Fabiana Oliveira Luis Eduardo Delmont Priscilla Grintzos Rafaela Lehmann Salomar Mafaldo
Consultoria contratada	Walter Garcia
Colaboração	Câmara Temática de Segmentação Grupo de Trabalho de Turismo Náutico Romeu Tuma Júnior, Luciano Pestana Barbosa e Riane Freitas Paz Falcão – Ministério da Justiça (MJ) Luiz Alberto Campos da Silva – Marinha do Brasil Márcia Oliveira – Ministério do Meio Ambiente (MMA) Reinaldo Redorat – Secretaria do Patrimônio da União (SPU)
Agradecimentos	Jurema Monteiro – Ministério do Turismo (MTur) Profª. Mª. Mara Flora Lottici Krahl Rosiane Rockenbach – Ministério do Turismo (MTur)
Contatos	nautico@turismo.gov.br segmentos@turismo.gov.br

Agradecemos a todos que contribuíram na elaboração da 2ª edição (2008) deste documento:

Tânia Brizolla, Mara Flora Lottici Krahl, Mariana Leite Xavier, Álvaro Cavaggioni, Carmélia Amaral, João Lino, Maria Madalena Nobre, Norma Martini Moesch, Rosana França, Grupo Técnico Temático (GTT) de Turismo Náutico da Câmara Temática de Segmentação, Organização Não-Governamental para o Desenvolvimento do Turismo (OngTour).

Apresentação

O comportamento do consumidor de turismo vem mudando e, com isso, surgem novas motivações de viagens e expectativas que precisam ser atendidas. Em um mundo globalizado, onde se diferenciar adquire importância a cada dia, os turistas exigem, cada vez mais, roteiros turísticos que se adaptem às suas necessidades, sua situação pessoal, seus desejos e preferências.

O Ministério do Turismo reconhece essas tendências de consumo como oportunidades de valorizar a diversidade e as particularidades do Brasil. Por isso, propõe a segmentação como uma estratégia para estruturação e comercialização de destinos e roteiros turísticos brasileiros. Assim, para que a segmentação do turismo seja efetiva, é necessário conhecer profundamente as características do destino: a oferta (atrativos, infraestrutura, serviços e produtos turísticos) e a demanda (as especificidades dos grupos de turistas que já o visitam ou que virão a visitá-lo). Ou seja, quem entende melhor os desejos da demanda e promove a qualificação ou aperfeiçoamento de seus destinos e roteiros com base nesse perfil, terá mais facilidade de inserção, posicionamento ou reposicionamento no mercado.

Vale lembrar que as políticas públicas de turismo, incluindo a segmentação do turismo, têm como função primordial a redução da pobreza e a inclusão social. Para tanto, é necessário o esforço coletivo para diversificar e interiorizar o turismo no Brasil, com o objetivo de promover o aumento do consumo dos produtos turísticos no mercado nacional e inseri-los no mercado internacional, contribuindo, efetivamente, para melhorar as condições de vida no País.

A aprendizagem é contínua e coletiva. Diante disso, o Ministério do Turismo divulga mais um fruto do esforço conjunto entre poder público, sociedade civil e iniciativa privada: as versões revisadas e atualizadas de nove *Cadernos de Orientações Básicas de Segmentos Turísticos*. Apresenta, também, dois novos cadernos: *Turismo de Saúde e Segmentação do Turismo e o Mercado*, que passam a fazer parte desta coletânea. O objetivo é difundir informações atualizadas para influir na percepção daqueles que atuam no processo de promoção, desenvolvimento e comercialização dos destinos e roteiros turísticos do Brasil.

Sumário

1. Introdução

A atividade náutica, quando atrelada ao turismo, possui características que a diferenciam do simples ato de navegação. O Turismo Náutico, portanto, não se configura pela utilização da embarcação como simples meio de transporte, mas como principal motivador da prática turística.

Por possuir cerca de 8.500 km de linha de costa, 35 mil km de vias internas navegáveis, 9.260 km de margens de reservatórios de água doce, lagos e lagoas, ser banhado por correntes oceânicas favoráveis à navegação, contar com um clima propício ao esporte e ao lazer náutico e apresentar uma infinidade de paraísos naturais intocados, o Brasil apresenta um dos maiores potenciais de desenvolvimento do Turismo Náutico do mundo.

Para o objetivo específico deste Caderno de Orientações Básicas, é importante compreender a náutica como indutora da demanda turística, agregando-se à esta, o patrimônio cultural e natural como fonte para a formatação de produtos turísticos singulares.

Para isso, a primeira e segunda edição desta publicação contemplaram, de forma geral, os aspectos conceituais e legais do segmento, o perfil do turista, aspectos acerca da identificação de agentes e parceiros, até as peculiaridades relativas à promoção e comercialização do segmento, oferecendo subsídios a gestores públicos e privados na perspectiva da diversificação e caracterização da oferta turística brasileira.

Agora, ao lançar esta terceira edição do Caderno, o Ministério do Turismo complementa e atualiza as principais informações relacionadas ao segmento publicadas anteriormente, com vistas a adequar tais informações às novas tendências observadas no mercado turístico.

Além disso, traz características específicas sobre o Turismo Náutico de cruzeiros e de recreio e esporte, bem como apresenta dados e pesquisas mais recentes que revelam importantes informações para a estruturação e promoção de produtos turísticos náuticos, com vistas a favorecer o desenvolvimento do Turismo Náutico no Brasil.

2. Entendendo o segmento

2.1 Aspectos históricos

Durante anos, o Brasil simplesmente se manteve a margem das rotas de navegação dos milhares de turistas e velejadores que passeiam com seus barcos pelo mundo, devido à ligação entre a licença de permanência do barco em águas nacionais e o visto do turista/proprietário da embarcação. Situação que começou a mudar a partir de setembro de 2006.

Com a publicação do Decreto Presidencial nº 5.887, a permanência do barco, além de ter sido dissociada do visto do proprietário, aumentou de três meses para dois anos. Medida que ficou conhecida no segmento náutico como "A nova abertura dos portos". Tal decreto foi revogado em 5 de fevereiro de 2009 pelo Decreto n° 6.759, que regulamenta a administração das atividades aduaneiras, a fiscalização, o controle e a tributação das operações de comércio exterior, no entanto, os avanços alcançados permaneceram inalterados.

Como consequência desta ação, a cada ano vem crescendo o número de barcos estrangeiros que circulam por águas brasileiras. Muitos atraídos pelo poder da divulgação 'boca-a-boca', onde as belezas naturais existentes ao longo do litoral, a navegação tranquila e o fim da lei que inibia a vinda dos turistas para o Brasil são alardeados pelos próprios navegantes. Mas boa parte do movimento se deve também à ação de divulgação do potencial náutico brasileiro por meio de um sítio eletrônico[1] sobre o Turismo Náutico criado e levado ao ar pela EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. Ações conjugadas que, associadas a tantas outras em andamento, tendem a transformar o Brasil em um dos principais destinos náuticos do mundo.

Situação semelhante foi vivenciada também pelo setor ligado aos navios de cruzeiros. Devido à proibição da navegação de cabotagem[2] para navios de bandeiras estrangeiras, muitos armadores,[3] durante anos, evitaram a inclusão do Brasil nas rotas de viagem. Situação que só começou a modificar em agosto de 1995, a partir da aprovação da Emenda Constitucional n° 7/95, que liberou a navegação no litoral brasileiro para as embarcações de turismo e contou

[1] http://www.braziltour.com/coast

[2] Entende-se por navegação de cabotagem "aquela realizada entre portos brasileiros, utilizando exclusivamente a via marítima ou as interiores". BRASIL. Lei nº 9.432, de 8 de janeiro de 1997.

[3] Trata-se de empresas que oferecem serviços de transportes aquaviário (marítimo, fluvial e lacustre).

com intensa atuação da EMBRATUR.

Vale destacar que o Turismo Náutico está diretamente ligado ao desenvolvimento da náutica como um todo e à ampliação e modernização da indústria nacional de barcos e navios. Pesquisa realizada pela *Allen Consulting*[4] aponta que 90% da produção mundial dos barcos de lazer está concentrada nos países que melhor desenvolveram o Turismo Náutico.

2.2 Conceituação e caracterização

O Turismo Náutico se diferencia dos outros segmentos na medida em que o seu principal elemento caracterizador é um equipamento náutico: a embarcação, que se constitui no próprio atrativo motivador do deslocamento, ao mesmo tempo em que é utilizada como meio de transporte turístico.

2.2.1 Conceituação

Entende-se como náutica toda atividade de navegação desenvolvida em embarcações sob ou sobre águas, paradas ou correntes, sejam fluviais, lacustres, marítimas ou oceânicas. A navegação, quando considerada como uma prática turística, caracteriza o segmento denominado Turismo Náutico. Assim,

Turismo Náutico caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas com a finalidade da movimentação turística.[5]

A depender do local onde ocorre, o Turismo Náutico pode ser caracterizado como:

- Turismo Fluvial;
- Turismo em Represas;
- Turismo Lacustre;
- Turismo Marítimo.

Divisão semelhante pode ser percebida também em relação ao tipo e tamanho de embarcação empregada e a forma de utilização da mesma.

2.2.2 Caracterização

Por ser estabelecido com base no equipamento de transporte, o Turismo Náutico apresenta alguns aspectos que merecem esclarecimentos e facilitam a compreensão de seu conceito.

[4] Empresa australiana de consultoria, fundada em 1988.
[5] BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

a) Finalidade de Movimentação Turística[6]

A utilização de embarcações náuticas pode se dar sob dois enfoques:

- **Como finalidade da movimentação turística**: toda a prática de navegação considerada turística que utilize os diferentes tipos de transportes aquaviários, cuja *motivação do turista e finalidade do deslocamento seja a embarcação em si,* levando em conta o tempo de permanência a bordo.
- **Como meio da movimentação turística**: o transporte náutico é utilizado especificamente para fins de deslocamento, para o consumo de outros produtos ou segmentos turísticos, o que não caracteriza o Turismo Náutico.

b) Embarcações Náuticas

Entende-se por embarcação a construção sujeita à inscrição na autoridade marítima e suscetível de se locomover na água, por meios próprios ou não, transportando pessoas, classificadas pela Marinha do Brasil em:

- **Embarcação de grande porte ou Iate** - com comprimento igual ou maior do que 24 metros.
- **Embarcação de médio porte** - com comprimento inferior a 24 metros, exceto as miúdas.
- **Embarcações miúdas** - com comprimento igual ou inferior a 5 metros ou com comprimento total inferior a 8m e que apresentem as seguintes características: convés aberto, convés fechado, mas sem cabine habitável e sem propulsão mecânica fixa e que, caso utilizem motor de popa, este não exceda 30 HP.

As embarcações de esporte e/ou recreio, com ou sem propulsão, também são classificadas pela NORMAN-02/DCP[7] – Normas da Autoridade Marítima para Amadores, Embarcações de Esporte e/ou Recreio e para Cadastramento e Funcionamento das Marinas, Clubes e Entidades Desportivas Náuticas – de acordo com a área de navegação e com o tipo de embarcação conforme apresentado a seguir:

[6] Entende-se como movimentação turística os deslocamentos e estadas que pressupõem a efetivação de atividades consideradas turísticas, isto é, a oferta de serviços, equipamentos e produtos de operação e agenciamento; transporte; hospedagem; alimentação; recepção; recreação e entretenimento; eventos; outras atividades complementares.

[7] O Ministério da Marinha, por meio da NORMAN-02/DCP – Normas da Autoridade Marítima para Amadores, Embarcações de Esporte e/ou Recreio e para Cadastramento e Funcionamento das Marinas, Clubes e Entidades Desportivas Náuticas –, define como embarcação "qualquer construção, inclusive as plataformas flutuantes e as fixas quando rebocadas, sujeita à inscrição na autoridade marítima e suscetível de se locomover na água, por meios próprios ou não, transportando pessoas ou cargas." Uma vez que o Turismo Náutico considera apenas as embarcações náuticas para transporte de pessoas, não foi possível considerar de maneira integral o conceito utilizado pela Marinha do Brasil. Disponível em http://www.dpc.mar.mil.br/normam/tabela_normam.htm. Acesso em novembro de 2010.

c) Tipo de embarcação

- Balsa;
- Barcaça;
- Bote;
- Chato;
- Escuna;
- Flutuante;
- Hovercraft;
- Jangada;
- Lancha;
- Saveiro;
- Traineira;
- Veleiro;
- Iate;
- Moto aquática e similares;
- Outras.

d) Embarcações de turismo

Considera-se embarcação de turismo a construção inscrita na autoridade marítima, apta ao transporte de pessoas, que possua como finalidade a oferta de serviços turísticos, e os navios estrangeiros que operam mediante fretamento por agências de turismo brasileira ou por armadores estrangeiros com empresa cadastrada no Ministério do Turismo.

As condições para prestação de serviços de turismo das embarcações de turismo observarão procedimento de inspeção técnica realizada por instituições credenciadas pelos órgãos competentes, conforme estabelecido no Decreto nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010.

Em relação aos padrões de classificação em categorias de conforto e serviços dos veículos terrestres e embarcações de turismo serão estabelecidos em ato do Ministério do Turismo.

e) Área de navegação

- **Navegação em águas interiores**: Realizada em águas consideradas abrigadas, podendo ser subdivididas em duas:
  - **Área 1**: áreas abrigadas, tais como lagos, lagoas, baías, rios e canais, que normalmente não apresentam dificuldades ao tráfego das embarcações.
  - **Área 2**: áreas parcialmente abrigadas, onde sejam eventualmente

observadas combinações adversas de agentes ambientais, tais como vento, correnteza ou maré, que dificultem o tráfego das embarcações.

- **Navegação em mar aberto**: Realizada em águas marítimas consideradas desabrigadas, que podem ser subdividas em:
  - **Águas costeiras**: área localizada dentro dos limites de visibilidade da costa até a distância de 20 milhas.
  - **Águas oceânicas**: área localizada além das 20 milhas da costa.

2.2.3 Tipos de Turismo Náutico

No âmbito do segmento, é possível observar uma distinção entre os segmentos de mercado que têm se destacado pela expansão nacional e internacional e provocado impactos diretos nas economias das regiões que elegem como destino. Assim, podem-se considerar dois tipos principais, o Turismo Náutico de Cruzeiro e de Recreio e Esporte, que são apresentados a seguir com mais detalhe.

2.2.3.1 Turismo Náutico de Cruzeiro

De acordo com o Decreto nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010, o programa de turismo denominado cruzeiro marítimo ou fluvial se constitui da:

Prestação de serviços conjugados com transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, visitação de locais turísticos e serviços afins, quando realizados por embarcações de turismo.

Para todos os efeitos legais e regulamentares, ainda de acordo com o decreto citado, os cruzeiros marítimos e fluviais são classificados nas seguintes categorias:

- **De cabotagem**: aquele entre portos ou pontos do território brasileiro, utilizando a via marítima, ou esta e as vias navegáveis interiores. Ou seja, aquele cuja viagem tem início e término em porto nacional, com trânsito exclusivo em portos e pontos nacionais;

- **Internacional**: aquele cuja viagem tem início e término em qualquer porto estrangeiro. Por exemplo aquele cuja viagem tem início em porto estrangeiro e término em porto nacional, ou início em porto nacional e término em porto estrangeiro;

- **De longo curso**: aquele realizado entre portos brasileiros e estrangeiros;

- **Misto**: aquele cuja viagem tem início e término em porto nacional, com trânsito em portos e pontos nacionais e portos estrangeiros.

No que se refere aos cruzeiros marítimos ou fluviais, entende-se por:

- **Escala**: a entrada da embarcação em porto nacional para atracação ou fundeio;
- **Embarque**: o momento de início da viagem de passageiros;
- **Desembarque**: o momento de término da viagem de passageiros;
- **Trânsito**: a entrada e saída de passageiros que não caracterize embarque e desembarque;
- **Parte internacional de uma viagem de cruzeiro misto**: o período compreendido entre o último porto nacional ou ponto nacional do roteiro da embarcação com destino a porto estrangeiro e o primeiro porto nacional ou ponto nacional de regresso desta embarcação ao Brasil.

Vale ressaltar que os roteiros de cruzeiros marítimos ou fluviais bem como suas intermodalidades efetuadas pelos prestadores de serviços turísticos que comercializem pacotes de viagem, deverão ser apresentados ao Ministério do Turismo, respeitadas as competências dos órgãos reguladores e demais órgãos da administração pública federal.

2.2.3.2 Turismo Náutico de Recreio e Esporte

Realizado em barcos de pequeno e médio porte, que podem ser de propriedade do turista ou alugados. Devido à autonomia[8] de cada equipamento náutico, possuem vocações específicas capazes de determinar a área de atuação do turista (regional, nacional e internacional). A seguir são apresentadas algumas maneiras de realização:

a) Barcos Conduzidos pelos Proprietários:

- **Veleiros**: Por depender principalmente do vento, possibilita que o proprietário navegue pela região em que o barco está fundeado,[9] ou realize grandes viagens transoceânicas;
- **Lanchas**: Devido à baixa autonomia, são mais utilizadas para o turismo regional;
- **Iates**: Com tanques de combustíveis maiores, podem viajar pela costa e também se aventurar a navegações transoceânicas.

[8] Distância que se pode percorrer com o consumo total do combustível a bordo.
[9] Ancorado.

b) Barcos alugados
Podem ser encontrados em duas estruturas principais:

- **Bases de *charter:*** estruturas náuticas em que barcos de médio porte, principalmente veleiros, são colocados à disposição de turistas que queiram alugá-los para vivenciar uma aventura náutica no destino escolhido. A depender da experiência do turista com a navegação, os pacotes prevêem a possibilidade de alugar as embarcações com ou sem tripulação. Este tipo de aluguel, normalmente é feito para grupos fechados ou famílias. O período dos passeios varia, normalmente, entre um e quinze dias. Embora o Brasil seja apontado mundialmente como um dos países com maior vocação para este tipo de atividade, a inexistência de uma legislação específica e a forte incidência das taxas dificulta o avanço do segmento. Porém, a confiança no avanço do Turismo Náutico no país é vivenciada até por estrangeiros ligados à atividade.

- **Passeios organizados por agências, clubes e marinas**: realizados em barcos de médio porte tripulados. Na maioria das vezes, os bilhetes são vendidos avulsos e o turista divide a embarcação com outros clientes que não fazem parte de seu grupo.

2.3 Relevância do Turismo Náutico

O esporte é o motor do avanço das atividades náuticas, porém só se consegue alcançar os benefícios sociais e econômicos com o desenvolvimento das atividades náuticas quando se transcende o esporte e se chega sem complexo à promoção da cultura e do Turismo Náutico.[10]

Na confirmação deste parecer, cabe ressaltar que experiências vivenciadas em diferentes regiões do planeta, e também no Brasil, demonstram que o foco exclusivo no esporte, sem o envolvimento das ações necessárias relacionadas ao meio ambiente, ao turismo e à indústria, não auxilia na criação de um ciclo auto-sustentável de desenvolvimento e acaba por frustrar a possibilidade de crescimento do segmento náutico. Abaixo, alguns números que fazem parte deste ciclo:

- Na área de serviços/marinas, a náutica gera em torno de 3 postos de trabalho por barco acima de 25 pés;

[10] **Livro Azul da Náutica.** Fundação de Esportes da Galícia & Escola de Negócios Caixa Nova, 2005.

- Um barco gasta em média 8% de seu valor de compra por ano, em manutenção;
- 90% da produção mundial da náutica de recreio estão concentrados nos países que melhor desenvolveram o Turismo Náutico;[11]
- O desenvolvimento do Turismo Náutico está diretamente ligado ao fomento e desenvolvimento da indústria náutica onde a média de criação de empregos é de 7 por barco produzido.[12]

2.4 Estudos e pesquisas sobre o segmento

No Brasil, como o desenvolvimento deste segmento turístico ainda é incipiente, dados e pesquisas que retratem seus impactos econômicos, perfil do turista e demanda potencial ainda são escassos, o que dificulta o planejamento e a monitoria das ações planejadas e em execução para o setor. Exceção faz-se ao setor de cruzeiros marítimos, onde anualmente a ABREMAR[13] divulga dados referentes ao impacto econômico, geração de empregos, tributos, dentre outros.

Vale ressaltar que é de fundamental importância que os destinos interessados no desenvolvimento deste segmento possuam dados confiáveis e atualizados acerca da demanda existente, potencial, perfil do turismo e impactos econômicos para o destino, com vistas a subsidiar ações de estruturação e promoção do destino em questão.

2.4.1 O Turismo Náutico no mundo e os principais mercados emissores

Segundo pesquisa realizada pelo Governo de Portugal, o mercado do Turismo Náutico na Europa (principal emissor de turistas náuticos) cresce a taxas que variam entre 8 e 10% ao ano.[14]

A estimativa para prática de Turismo Náutico no continente é de 3 milhões de viagens/ano, sendo a Alemanha e a Escandinávia os principais emissores de turistas no movimento interno ao continente.

Já o movimento aduaneiro de Gibraltar, Bahamas e Trinidad (1999-2003) aponta que britânicos e franceses são os que mais se lançam ao mar em busca de aventuras transoceânicas.

O principal destino destes é o Caribe. Porém, com o Decreto Presidencial brasileiro que amplia o prazo de permanência dos barcos estrangeiros de lazer de 3 meses

[11] Fonte: *Allen Consulting.*
[12] Fonte: Acobar / *Allen Consulting.*
[13] Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (ABREMAR). Para mais informações, consulte http://www.abremar.com.br
[14] Fonte: **10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo Náutico Em Portugal**: Turismo Náutico. THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.). Turismo de Portugal, 2006, ip. Disponível em http://www.thr.es

(renováveis por mais 3 meses) para dois anos, o Brasil se coloca na rota de destinos possíveis e atraentes para este segmento do turismo internacional.

No Brasil, os dados existentes, referem-se a informações da Polícia Federal, que indicam a residência permanente dos turistas que ingressaram no país por via marítima e os estados mais visitados por estes, conforme gráficos a seguir.

Gráfico 1 – Ranking dos Países Emissores X Número de Turistas – Via Marítima – 2008.

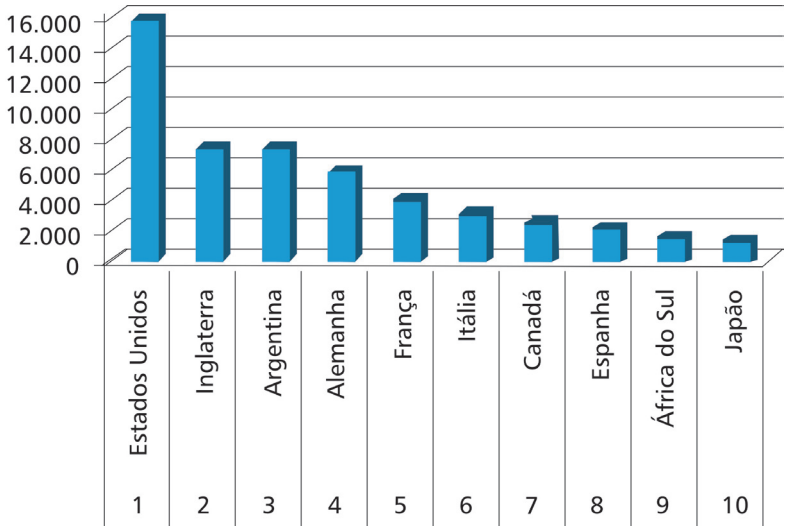
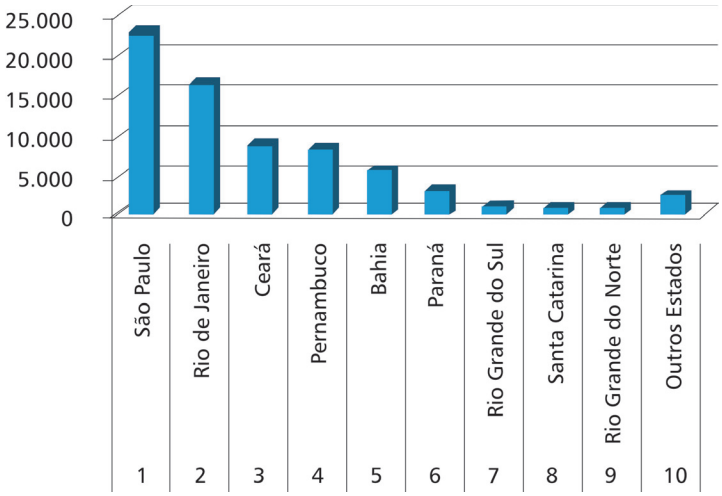


Gráfico 2 – Ranking dos Estados Receptores X Número de Turistas – Via Marítima – 2008.



Assim, pode-se dizer que os países europeus, responsáveis pela emissão de 33.264 turistas ao Brasil, no ano de 2008, por via marítima, possuem cinco dos dez principais países emissores, sendo o mercado alvo prioritário para o desenvolvimento do Turismo Náutico no País. Já a América do Norte, em grande parte representada pelos EUA, maior emissor de turistas que ingressam no país por via marítima, também seria um mercado alvo a ser atingido, em um segundo momento, seguido pela Argentina, terceiro maior país emissor, o qual possui um mercado interessante a ser trabalhado, principalmente por estados do Sul e Sudeste do Brasil.

Abaixo, seguem duas tabelas capazes de dar uma idéia da dimensão do mercado internacional.

Tabela 1 - Relação número de habitantes x barco

Suécia 6,7	EUA 18,1	Itália 68	Finlândia 7,0	Holanda 57
Alemanha 185	Nova Zelândia 8,0	França 68	Espanha 185	

Fonte: Livro Azul da Náutica (2003 - Galícia)

Tabela 2 - Relação número de barcos x vaga

Suécia 6,7	EUA 14,0	Itália 6,5	Finlândia 9,3	Holanda 14,8
Portugal 8,9	Nova Zelândia 23,5	França 3,36	Espanha 2,12	

Fonte: Livro Azul da Náutica (2003 - Galícia

2.4.2 O Turismo Náutico de cruzeiros

Para se compreender o setor de Cruzeiros no Brasil, segundo a Associação Brasileira de Representantes de Empresas Marítimas (ABREMAR), apenas nas temporadas 2007/2008 e 2008/2009, houve um aumento de 32% no número deste tipo de turistas.

Na temporada 2008/2009, o setor registrou um movimento econômico de 342 milhões de dólares. Impacto que tende a aumentar por meio da melhor estruturação do setor e com a futura criação dos portos turísticos internacionais.

Durante o carnaval da referida temporada, os sete navios de cruzeiro que atracaram no Porto de Salvador/BA provocaram um movimento de turistas na cidade equivalente a 74 vôos *charters*. Com cerca de 80% do desembarque registrado pelos navios ali aportados, a cidade, o comércio e os blocos carnavalescos se viram invadidos por alguns milhares de turistas ávidos em consumir a festa e a alegria características da Bahia.[15]

[15] Fonte: Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. Disponível em http://www.setur.ba.gov.br

"Conforme informações do Conselho Europeu de Cruzeiros, cada milhão de euros gasto pela indústria dos cruzeiros, naquele continente cria outros 2,2 milhões em rendimentos. A previsão é de que o número de turistas europeus em alto mar atinja 4 milhões de passageiros até 2010".[16]

É importante perceber que este é um movimento que provoca o consumo em forma de ondas. A depender do número de navios programados para atracar, o destino poderá receber entre mil e oito mil turistas de uma só vez. Turistas estes que se destacam pelo seu poder e vontade de consumo.

Os turistas dos cruzeiros de cabotagem despendem, em média, US$ 100.00/dia nas escalas, o que representa um volume de transferência dos navios para terra de cerca de US$ 31,5 milhões por temporada nos últimos cinco anos, correspondente a mais de 315.000 visitantes/ano nas cidades com portos17 turísticos. Vale ressaltar que o número de turistas passou de 139.430 na temporada 2004/2005 para 521.983 na temporada 2008/2009, o que representa um crescimento de 374% nos últimos cinco anos.[18]

Diante de realidades como esta, é necessário que o *trade* turístico,[19] os governos e operadoras se unam para permitir que a relação valor X esforço[20] seja a mais positiva possível para o cliente e a comunidade local, programando com antecedência o número de escalas/dia, de modo a respeitar a capacidade de carga de cada destino.

No Brasil, a carência de infraestruturas portuárias (insuficiência de berços, instalações precárias para turistas), a legislação e a falta de preparo do receptivo para o atendimento ao público destacam-se dentre os fatores que prejudicam o avanço do setor.

2.4.3 Perfil do turista náutico

O perfil do turista náutico difere de acordo com o tipo de embarcação utilizada, tipo de viagem e nacionalidade. Neste item, serão destacadas algumas distinções quanto aos perfis, formas de agir e principalmente necessidades de consumo do turista náutico nacional e internacional.

[16] Fonte: http://www.abremar.com.br
[17] Abrigo natural ou artificial para os navios munido de instalações necessárias ao embarque de mercadorias e de passageiros.
[18] Fonte: Abremar: Impacto dos Cruzeiros Marítimos de Cabotagem no Brasil, 2009.
[19] *Trade* é o conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e demais prestadores de serviços turísticos.
[20] Valor é o que o cliente percebe durante a viagem; resulta da soma das experiências, opções de lazer e consumo, satisfação das necessidades emocionais, eficiência e qualidade no atendimento. Esforço é a energia que uma comunidade local despende para atender aos viajantes e ao mesmo tempo os impactos sofridos por ela em razão da chegada destes.

No entanto, é possível identificar algumas características comuns à maioria dos turistas náuticos, sejam eles de cruzeiro ou de esporte e recreio. De forma geral, os serviços mais utilizados pelos turistas são: restaurantes; programação noturna; atividades esportivas; compras; atividades de ecoturismo, como *trekking* e passeios náuticos em áreas bem preservadas; atividades culturais, folclore e festas típicas regionais; e roteiros turísticos náuticos e terrestres diversificados.

Para a escolha do destino da viagem, alguns pontos também são considerados, como:

- Oferta de infraestrutura e serviços de qualidade (marinas);
- Conservação do meio ambiente;
- Segurança;
- Proximidade dos atrativos;
- Atividades de lazer e de recreio para crianças durante o dia e adultos à noite;
- Indicação de amigos;
- Possibilidade de descanso;
- Atividades esportivas (regatas, competições);
- Clima da região;
- Divulgação estruturada e segmentada do destino;
- Preço.

Para compreender melhor o perfil do turista náutico, a seguir é apresentado por tipo de Turismo Náutico.

2.4.3.1 Turista Náutico de Cruzeiros

a) Motivação

Neste nicho, a embarcação destaca-se como o próprio atrativo motivador do deslocamento. Mais do que conhecer cidades, passear por diferentes regiões, o turista náutico de cruzeiro busca vivenciar ao máximo as experiências internas do navio.

Embora o foco principal sejam as festas, o romantismo e outros diferentes prazeres que a embarcação está preparada para lhe ofertar, o turista náutico de cruzeiro é capaz de gerar forte impacto nas cidades e regiões onde os navios programam suas escalas. Para tanto, é necessário que os atores (governos, comércio, agentes de viagens entre outros) entendam a dinâmica do segmento e se preparem para atender da melhor maneira possível o turista que desembarca do navio, oferecendo-lhe produtos e serviços de interesse.

b) Perfil

O turista de cruzeiros/navios, de modo geral, apresenta as seguintes características:[21]

- A maioria tem entre 31 e 65 anos;
- Cerca de 80% possui uma renda média familiar acima de dez salários mínimos;
- 54% possui nível superior e 20% pós graduação;
- 55% dos que optam por cruzeiros costumam viajar para o exterior;
- 94% realizam outras viagens pelo País;
- A maioria busca segurança, agilidade e conforto;
- Em geral, possui pouca disponibilidade de tempo;
- Visita o maior número de atrativos durante as atracações (restaurantes, shows e feiras, por exemplo);
- 75% retornam ao destino turístico visitado por via aérea.

2.4.3.2 Turista náutico de recreio e esporte – barcos de pequeno e médio porte

a) Motivação

Realizar uma viagem ativa em contato com a água e no caso dos barcos à vela também com o sistema de ventos das regiões visitadas. Desfrutar de autonomia e liberdade, já que reúnem no mesmo equipamento (o barco) a moradia/estadia e o meio de transporte, podendo alterar roteiros e tempo de permanência de acordo com os próprios interesses e necessidades.

A preservação da natureza, riqueza cultural e gastronomia são fatores que agregam valor e influenciam fortemente no momento da escolha do destino, assim como a possibilidade de realizar atividades náuticas, em lazer ou em competição.

Aqui, há que se destacar um subgrupo bem específico: o que tem por principal motivação a participação em **eventos esportivos ligados à náutica**. Parte deste grupo programa seu calendário de modo a viajar para os locais e participar de eventos/competições nacionais e internacionais.

É um mercado bastante específico e pouco representativo no movimento turístico. Porém, devido ao poder de geração de mídia espontânea, pode ser aproveitado como oportunidade de divulgação e promoção do destino turístico.

As possibilidades de negócios e investimentos que envolvem os patrocinadores destes eventos é outro fator que pede um pouco mais de atenção a este tipo de

[21] RABAHY, Wilson Abrahão; KADOTA, Décio K. **Caracterização da Demanda das Viagens de Cruzeiros Marítimos no Brasil.** Revista Turismo em Números, Caderno de Estatísticas, edição nº 53. Sindicato das Empresas de Turismo no Estado de São Paulo, 2004. Disponível em http://www.sindetur.com.br e http://www.abremar.com.br/pdf/Caracterizacao_da_Demanda_de_Viagens.pdf. Acesso em novembro de 2010.

turismo. Principalmente, quando se trata de competições internacionais de grande expressão como Velux, Jacques Vabre, Volvo Ocean, Clipper Round, Transat 6.50, dentre outras.

b) Perfil

Os turistas náuticos que utilizam embarcações de médio e pequeno porte (Turismo Náutico de recreio), como os turistas "velejadores", apresentam perfis diferentes de acordo com a nacionalidade e forma de utilização do barco:

b.1) Turista Estrangeiro

É possível distingui-lo conforme a embarcação utilizada, conforme tabela a seguir.

Quadro 1 – Perfil dos turistas estrangeiros

Com embarcação própria	• A maioria tem entre 40 e 50 anos; • Possui poder aquisitivo elevado; • É o que mais gasta com alimentação, compras, passeios e lazer de modo geral durante as viagens. Gasta, em média, cinco vezes mais que um turista convencional; • É profissional liberal ou empresário; • Interessa-se pela cultura, gastronomia e esportes da região (principalmente náuticos); • Permanece a bordo grande parte do tempo; • É, na maioria das vezes, europeu ou americano; • Visita vários destinos durante a permanência no País; • Gera postos de trabalho ao contratar serviços de manutenção e marinheiros; • Continua gastando no destino mesmo quando volta ao País de origem, pois deixa o barco no País visitado para aproveitar mais uma temporada no futuro.
Que utiliza embarcação alugada (bases de *charter*):[22]	• Em sua maioria possuem entre 30 e 50 anos; • Majoritariamente homens; • Escolaridade: técnico ou superior; • É profissional liberal ou empresário.

[22] Fonte: **10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo Náutico Em Portugal: Turismo Náutico**. THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.). Turismo de Portugal, 2006, ip. Disponível em http://www.thr.es

Consumo do turista internacional que utiliza embarcação média

Os hábitos de compra destas duas categorias internacionais são semelhantes. Afinal, não são raras as vezes em que o turista náutico internacional que aluga barcos em bases de charter pelo mundo possua um barco em seu país de origem. O turista que visita a base de charter, dependendo das condições ligadas a segurança, infra-estrutura, qualidade de atendimento, número de destinos e preservação do meio ambiente encontrados na região, algumas vezes, acaba por trazer, mesmo que por apenas uma temporada sua embarcação para o destino visitado.

Produtos e serviços consumidos:

- Hotéis de 4 a 5 estrelas;
- Cursos de navegação realizados pelas operadoras de bases de charter;
- Roteiros turísticos: náuticos e terrestres;
- Atividades culturais: festas típicas, folclore, artesanato, museus etc;
- Gastronomia local;
- Transporte aéreo: mesmo quando chegam ao destino de barco, acabam por usar o transporte aéreo para visitar outras regiões distantes do mar como Chapada Diamantina/BA, Amazônia e Pantanal ou para retornar ao país de origem.

b.2) Turista Nacional

Este se divide em duas categorias que, apesar de manter traços semelhantes, possuem hábitos bastante distintos.

Lancheiros: Devido até mesmo à questão da autonomia dos barcos, utilizam principalmente atrativos das regiões próximas aos equipamentos náuticos onde são mantidas as embarcações.

Velejadores: Com maior mobilidade, já que o combustível principal é o vento, permanecem nos destinos próximos às estruturas náuticas, mas também se aventuram a passeios mais longos e transitam com maior facilidade pelo litoral do País.

É importante observar que a autonomia do veleiro permite a expansão global desta modalidade do Turismo Náutico e as travessias transoceânicas. A necessidade de abastecimento freqüente da lancha limita sua possibilidade de afastamento das bases de apoio. Esse é um dos principais fatores que fazem com que seja mais comum a presença de velejadores e não de 'lancheiros' europeus a trafegarem pela costa brasileira, ilhas do Caribe e outros destinos náuticos.

Quadro 2 – Perfil dos turistas nacionais velejadores

Velejador com embarcação própria:	• Pertence à classe média alta ou classe alta; • É empresário, profissional liberal ou aposentado; • Possui tempo disponível para viagens longas; • É profissional liberal ou empresário; • As embarcações permanecem no mesmo porto ou marina por mais de seis meses; • Quando não reside próximo ao destino, possui casa no local; • Parte deste grupo se movimenta pelo litoral em busca de eventos náuticos esportivos, tais como regatas Rio-Santos, Aratu-Maragogipe, Recife-Fernando de Noronha. Uma pequena parcela destes turistas contrata profissionais que possam levar os barcos, em função de seu tempo disponível
Velejador com embarcação alugada:	• Pertence à classe média; • Utiliza serviços de aluguel oferecidos pelas marinas e clubes náuticos; • Realiza viagens curtas e de fim de semana.

Este tipo de turismo vem se popularizando nos últimos anos, modificando a idéia de que turistas de menor poder aquisitivo não fazem parte desse mercado.

Os veleiros representam cerca de 15% da frota total de embarcações de esporte e recreio no Brasil.[23]

2.5 Marcos Legais

Os marcos que incidem no Turismo Náutico englobam, além da legislação brasileira, acordos, normas, tratados e outros instrumentos internacionais, o que torna a abordagem bastante ampla. Diante dessa abrangência, são enfocados neste documento os principais aspectos relativos à atividade náutica no País.

2.5.1 Legislação Turística

A recente Lei do Turismo, Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, aparece como marco na área. Refere-se, entre outros assuntos, ao cadastramento no sistema CADASTUR[24] (obrigatório ou optativo) e à fiscalização dos prestadores de serviços turísticos e encontra-se disponível no sítio eletrônico do Ministério do Turismo.[25] Essa legislação abrange, de modo geral, os segmentos turísticos como um todo e refere-se à prestação de serviços turísticos e aplicam-se a meios

[23] Fonte: Associação Brasileira de Construtores de Barcos (ACOBAR). Disponível em http://www.acobar.com.br
[24] CADASTUR é o Sistema de Cadastro dos Empreendimentos, Equipamentos e Profissionais da Área de Turismo. Tem como finalidade possibilitar o cadastro de empresas prestadoras de serviços turísticos e profissionais de turismo, conforme legislação específica.
[25] Disponível em http://www.cadastur.turismo.gov.br

de hospedagem, transporte, operação e agenciamento turístico, guiamento, eventos etc.

A Lei nº 11.771/ 2008 (Lei do Turismo) é regulamentada pelo Decreto nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010. Este decreto estabelece, entre outros, normas, mecanismos e critérios para o bom funcionamento do Sistema Nacional de Cadastramento, Classificação e Fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos[26] (SINASTUR). Define as infrações e as penalidades administrativas para os meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras, organizadoras de eventos, parques temáticos e acampamentos turísticos. Em relação ao Turismo Náutico é válido destacar os artigo 22 (que trata da construção, instalação, ampliação e funcionamento dos estabelecimentos e empreendimentos de turismo utilizadores de recursos ambientais, considerados efetiva ou potencialmente poluidores, bem como capazes de causar degradação ambiental) e os artigos 37 a 41, que tratam das embarcações de turismo e dos roteiros turísticos de cruzeiros marítimos ou fluviais.

Atenção ainda deve ser dada à Resolução CONAMA nº 341, de 25 de setembro de 2003 - Critérios para a caracterização de atividades ou empreendimentos turísticos sustentáveis.

2.5.2 Legislação Específica

a) Aspectos Legais sobre Embarcações Brasileiras

No que se refere a este aspecto, todas as embarcações devem observar as Normas da Autoridade Marítima - NORMANS,[27] publicadas pela Marinha do Brasil.

b) Aspectos Legais sobre Embarcações Estrangeiras

De acordo com a NORMAN-04/DCP[28] – Normas da Autoridade Marítima para Operação de Embarcações Estrangeiras em Águas Jurisdicionais Brasileiras –, para obter o direito de prestação de serviços de Turismo Náutico, a embarcação deve possuir:[29]

- Certificado de Autorização de Afretamento (CAA);[30]
- Cartão de Tripulação de Segurança (CTS);
- Declaração de Conformidade para Operar em Águas Jurisdicionais

[26] Prestador de Serviços turísticos são sociedades empresariais, sociedades simples, empresários individuais e serviços sociais autônomos de serviços turísticos remunerados, que exerçam atividades econômicas relacionadas a cadeia produtiva do turismo, no termos do art. 21 da Lei nº 11.771/2008.

[27] Disponível em: http://www.dpc.mar.mil.br/normam/tabela_normam.htm

[28] Disponível em: https://www.dpc.mar.mil.br/normam/tabela_normam.htm

[29] A NORMAN-04/DCP define os requisitos gerais para a obtenção da autorização para navegação em águas jurisdicionais brasileiras. Destarte, todas as embarcações estrangeiras deverão obedecer também aos requisitos relacionados no item 0119, seção II, capítulo 1 da referida Norman.

[30] É o documento emitido pela Agência Nacional de Transportes Aquaviário (ANTAQ) que comprova a autorização de afretamento da embarcação para emprego na navegação de cabotagem e interior.

Brasileiras;

- Atestado de Inscrição Temporária (AIT) autorizada pela DCP (visando à sua emissão, a embarcação será cadastrada no Sistema de Gerenciamento de Vistorias, Inspeções e Perícias – SISGEVI);
- Requerimento da empresa responsável pelo afretamento com a cópia do contrato do mesmo e declaração formal de assunção de responsabilidade civil anexos;
- Parecer favorável do órgão federal responsável pela atividade de turismo (a Autoridade Marítima ainda não está cobrando esse documento da embarcação, que está sendo elaborado).

Os navios de passageiros em cruzeiros marítimos de cabotagem, assim como as embarcações estrangeiras empregadas na navegação de longo curso, são isentos da citada Inscrição Temporária, desde que não estejam fretados por empresas brasileiras de navegação.

c) Aspectos Legais sobre vistos

A situação jurídica dos estrangeiros no Brasil está disciplinada na Lei nº 6.815/80, regulamentada pelo Decreto nº 86.715/81, e a entrada, em geral, depende de visto[31] obtido na repartição consular brasileira, no exterior, mais próxima do local de residência do interessado, salvo quando prevista a dispensa por reciprocidade de tratamento ou acordo.[32]

A concessão de visto marítimo[33] estrangeiro empregado a bordo de embarcação de turismo estrangeira que opere em águas jurisdicionais brasileiras é disciplinada pela Resolução Normativa nº 71, de 5 de setembro de 2006.[34] De acordo com a legislação, só é exigido visto de entrada no país ao marítimo estrangeiro que não seja portador da Carteira de Identidade Internacional de Marítimo prevista em Convenção da Organização Internacional do Trabalho (atualmente, vigora a Convenção nº 108 da OIT) ou documento equivalente.[35]

Aquele que não for portador da Carteira de Identidade Internacional de Marítimo válida ou documento equivalente deverá obter o visto de trabalho previsto no art. 13, inciso V, da Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980, a partir de autorização do Ministério do Trabalho e Emprego.

[31] O visto pode ser de trânsito, turista, temporário (subdividido em 7 itens, de acordo com a finalidade), permanente, cortesia, oficial e diplomático.

[32] Para fins turísticos também poderá ser dispensada a apresentação de passaporte e visto, mediante apresentação de Carteira de Identidade, ou outros documentos equivalentes previstos em Acordos internacionais no âmbito do Mercosul e países associados.

[33] De acordo com a Resolução nº 71, equipara-se ao marítimo qualquer pessoa portadora da Carteira de Identidade Internacional de Marítimo que exerça atividade profissional a bordo de embarcação de turismo estrangeira.

[34] Um guia de procedimentos que informa acerca das condições necessárias para a concessão de vistos para trabalhador estrangeiro a bordo de embarcação estrangeira destinada a turismo pode ser encontrado em: http://www.mte.gov.br/trab_estrang/Guia_Procedimentos.pdf

[35] O art. 49, parágrafo único, do Dec. n° 86.715/81 determina que a carteira de identidade de marítimo poderá ser substituída por documento de viagem que atribua ao titular a condição de marítimo.

A Resolução disciplina também que a embarcação de turismo estrangeira deverá, a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia de operação em águas jurisdicionais brasileiras, contar com um mínimo de 25% (vinte e cinco por cento) de brasileiros em funções técnicas e em atividades a serem definidas pelo armador ou pela empresa representante do mesmo, Além disso, aqueles brasileiros recrutados apenas para trabalhar durante a temporada de cruzeiros[36] deverão ser contratados de acordo com a legislação trabalhista brasileira aplicável à espécie.

Já o Decreto 4.406, de 3 de outubro de 2002, estabelece diretrizes para a fiscalização em embarcações comerciais de turismo, seus passageiros e tripulantes, e determina que a fiscalização[37] migratória deverá ser realizada no primeiro porto turístico internacional do País, quando de sua entrada no território nacional, e no último porto turístico internacional do País, quando de sua saída do território nacional.

d) Aspectos Legais sobre importação de embarcações

Outro dispositivo legal pertinente é o Decreto nº 6.759, de 5 de fevereiro de 2009, que regulamenta a administração das atividades aduaneiras e a fiscalização, o controle e a tributação das operações de comércio exterior.

De modo geral, as embarcações podem admitidas no país de duas formas: importação definitiva ou admissão temporária. No primeiro caso, os tributos que incidem sobre a importação de tais bens são: Imposto de Importação – 20%, Imposto sobre produtos industrializados – 10%, PIS – 1,65%, COFINS – 7,60% e ICMS – até 25% (a depender de cada estado). No total, estes impostos somados chegam à 95% do valor da embarcação.

Já no caso de admissão temporária, é cobrado o percentual de 1% ao mês sobre o valor do imposto devido, ou seja, até 0,95% do valor total da embarcação.

e) Aspectos Legais sobre a implantação de empreendimentos náuticos

A implantação e a operação de estruturas náuticas envolvem questões relativas à qualidade das águas, à ocupação e uso das áreas ribeirinhas e litorâneas, à preservação dos mananciais, das matas ciliares, das florestas e das demais formas de vegetação natural próximas ao corpo de água, entre outras. Dessa forma, vários aspectos legais de caráter ambiental devem ser considerados, entre eles:

[36] Considera-se temporada de cruzeiros marítimos pela costa brasileira o período compreendido entre 30 (trinta) dias antes da partida da embarcação para o primeiro porto brasileiro até 30 (trinta) dias depois da saída do último porto brasileiro, incluindo nesse período eventuais ausências das águas jurisdicionais brasileiras.

[37] As atividades de fiscalização e inspeção para entrada e saída de embarcações, a cargo das autoridades aduaneiras, de marinha, do trabalho, de vigilância sanitária e zoofitosanitárias, serão efetivadas no primeiro e no último porto turístico internacional de escala do País, independentemente de sua permanência em águas brasileiras.

Quadro 3 – Alguns aspectos legais sobre implantação de empreendimentos náuticos

Instrumentos legais	Escopo
Constituição Federal	Artigo 225, § 1°, define as incumbências do poder público para garantir a todos o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado.[38]
Lei Federal nº 10.257 de 10 de julho de 2001	Estatuto das Cidades - estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo, da segurança e do bem-estar dos cidadãos, bem como do equilíbrio ambiental.[39]
Lei Federal nº 4.771, de 15 de setembro de 1965	Novo Código Florestal - principalmente o § 2°, onde se estabelece, por exemplo, a preservação permanente das florestas e demais formas de vegetação natural ao longo dos rios ou de outro qualquer curso d'água de acordo com o seu nível mais alto em faixa marginal e sua largura mínima, das nascentes e dos olhos d'água.[40]
Lei Federal nº 9.985, de 18 de julho de 2000	Regulamenta o artigo 225, §1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências.[41]
Lei Federal nº 9.605 de 12 de fevereiro de 1998	Lei de Crimes Ambientais - dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente e dá outras providências.[42]
Lei Federal nº 7.661/88 de 16 de maio de 1988	Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro - regulamentada pelo Decreto nº 5.300 de 7 de dezembro de 2004,[43] dispõe sobre regras de uso e ocupação da zona costeira e estabelece critérios de gestão da orla marítima.
Lei Federal nº 9.636 de 15 de maio de 1998	Regularização, administração, aforamento e alienação de bens imóveis de domínio da União.[44] Ressalta-se que esta lei é regulamentada pelo Decreto nº 3.725 de 10 de janeiro de 2001.[45]

[38] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao.htm Acesso em novembro de 2010.
[39] Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LEIS_2001/L10257.htm
[40] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4771.htm
[41] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9985.htm
[42] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9605.htm
[43] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/D5300.htm
[44] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L9636.htm
[45] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/D3725.htm

Instrumentos legais	Escopo
Lei nº 9.966/2000[46]	Estabelece os princípios básicos a serem obedecidos na movimentação de óleo e outras substâncias nocivas ou perigosas em portos organizados, instalações portuárias, plataformas e navios em águas sob jurisdição nacional
Leis nº 6.938/81[47] e nº 7.804/89[48]	Estabelecem que a construção, instalação, ampliação e funcionamento de estabelecimentos e atividades utilizadoras de recursos ambientais, considerados efetiva e potencialmente poluidoras, bem como os capazes, sob qualquer forma, de causar degradação ambiental, dependerão de prévio licenciamento de órgão estadual competente integrante do SISNAMA, e do IBAMA, em caráter supletivo, sem prejuízo de outras licenças exigíveis.
Resoluções CONAMA nº 001/86[49] e n° 237/97[50]	Estabelecem a necessidade dos Estudos de Impacto Ambiental para fins de licenciamento de atividades, inclusive o turismo
Plano Diretor Municipal[51]	Estabelece as diretrizes para a adequada ocupação do município, determinando o que pode e o que não pode ser realizado em cada parte deste.

No que tange à Lei nº 9.636/98, recomenda-se atenção especial ao Artigo 18, o qual a critério do Poder Executivo poderão ser cedidos, gratuitamente ou em condições especiais, sob qualquer dos regimes previstos no Decreto-Lei nº 9.760,[52] de 1946, imóveis da União a:

> I - Estados, Distrito Federal, Municípios e entidades sem fins lucrativos das áreas de educação, cultura, assistência social ou saúde;
> II - pessoas físicas ou jurídicas, em se tratando de interesse público ou social ou de aproveitamento econômico de interesse nacional.
> (...)
> § 2º O espaço aéreo sobre bens públicos, o espaço físico em águas públicas, as áreas de álveo de lagos, rios e quaisquer correntes d'água, de vazantes, da plataforma continental e de outros bens de domínio da União, insusceptíveis de transferência de direitos reais a terceiros, pode-

[46] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/leis/L9966.htm
[47] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/LEIS/L6938.htm
[48] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7804.htm
[49] Disponível em: http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res86/res0186.html
[50] Disponível em: http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res97/res23797.html
[51] Para informações acerca do Plano Diretor de sua cidade, consulte a Prefeitura Municipal.
[52] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil/Decreto-Lei/Del9760.htm

rão ser objeto de cessão de uso, nos termos deste artigo, observadas as prescrições legais vigentes.
(...)
§ 5º A cessão, quando destinada à execução de empreendimento de fim lucrativo, será onerosa e, sempre que houver condições de competitividade, deverão ser observados os procedimentos licitatórios previstos em lei.
(...)
§ 7° Além das hipóteses previstas nos incisos I e II do caput e no § 2° deste artigo, o espaço aéreo sobre bens públicos, o espaço físico em águas públicas, as áreas de álveo de lagos, rios e quaisquer correntes d'água, de vazantes e de outros bens do domínio da União, contíguos a imóveis da União afetados ao regime de aforamento ou ocupação, poderão ser objeto de cessão de uso.

Além disso, os bens imóveis da União são regidos atualmente, pelo Decreto-Lei nº 9.760, de 05 de setembro de 1946, Decreto Lei nº 2.398 de 21 de dezembro de 1987[53] e Lei nº 9.636 de 15 de maio de 1998. No que tange aos pagamentos que são efetuados, são os chamados foros ou taxas de ocupações. O laudêmio[54] somente é pago quando da transferência onerosa entre foreiros.

São considerados terrenos de marinha "todos os que, banhados pelas águas do mar ou dos rios e lagoas, vão até de 33 metros para a parte da terra, contados desde o ponto a que chega a preamar média.[55]

Deve ser considerada também a NORMAN-11/DCP[56] – Normas da Autoridade Marítima para Obras, Dragagem, Pesquisa e Lavra de Minerais Sob, Sobre e às Margens das Águas sob Jurisdição Brasileira, que estabelece condutas com vistas à solicitação de parecer para a realização de obras sobre, sob e às margens das águas sob jurisdição brasileira, o que depende de consulta prévia à Capitania dos Portos, às suas Agências ou Delegacias.

Já no caso de Terminais Portuários, além de considerar os procedimentos previstos na NORMAN 11, deve-se atentar às Resoluções publicadas pela ANTAQ, em especial a Resolução nº 1556, de 11 de dezembro de 2009, que normatiza a outorga de autorização para construção, exploração e ampliação de termi-

[53] Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil/Decreto-Lei/1965-1988/Del2398.htm
[54] Tributo federal obrigatório, cobrado nas transações imobiliárias de compra e venda com escritura definitiva, que envolvam imóveis localizados em terrenos de Marinha ou em área dita aforada.
[55] Ponto médio das marés altas observadas durante o ano de 1831. É da exclusiva competência da Diretoria do Domínio da União e órgãos subordinados a determinação da linha da preamar média. Para mais informações, devem-se contatar os Serviços Regionais da Diretoria do Domínio da União nos Estados e Distrito Federal. Fonte: Turismo Náutico: Orientações Básicas, Ministério do Turismo, 2008.
[56] Disponível em: http://www.dpc.mar.mil.br/normam/tabela_normam.htm

nal portuário de uso privativo de turismo, para movimentação de passageiros.

f) Passo a Passo do Licenciamento Ambiental[57]

De acordo com o artigo 10, da Resolução Conama nº 237/97, estes são os procedimentos básicos para o licenciamento ambiental, adaptáveis a cada situação, dependendo do porte e do impacto do empreendimento ou atividade a ser licenciada:

- O órgão ambiental competente define, com participação do empreendedor, os documentos, projetos e estudos ambientais necessários ao início do processo;
- O empreendedor apresenta requerimento ao órgão ambiental de pedido de licença, acompanhado dos documentos necessários;
- Dá-se a devida publicidade ao pedido de licença, por meio de jornais locais ou afixação em local público;
- O órgão ambiental competente analisa os documentos apresentados e faz as vistorias técnicas, quando necessário;
- O órgão ambiental pede esclarecimentos e complementações ao empreendedor uma única vez, em decorrência da análise dos documentos, projetos e estudos ambientais apresentados, podendo reiterar a solicitação, caso os esclarecimentos não tenham sido satisfatórios;
- Realiza-se audiência pública, quando couber, para que a comunidade tenha possibilidade de conhecer mais sobre a atividade ou empreendimento, questionar e expressar seus pontos de vista;
- Em função dos resultados da audiência pública, o órgão ambiental pode ou não pedir novos esclarecimentos;
- O órgão ambiental emite parecer técnico conclusivo e, quando couber, parecer jurídico;
- O pedido de licença é deferido ou indeferido, ou seja, é aceito ou não aceito, dando-se a ele a devida publicidade.

Para pequenos empreendimentos e atividades de menor impacto sugere-se que sejam utilizados procedimentos simplificados e a aprovação se dê por meio dos Conselhos Municipais de Meio Ambiente.

Etapas do Licenciamento

O sistema de licenciamento é composto pelas seguintes etapas:

- **Licença Prévia (LP)** – concedida na fase de planejamento da obra ou atividade, aprovando sua localização, concepção, atestando

[57] Fonte: Plano Nacional de Capacitação de Gestores Ambientais. http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=76. Acesso em novembro de 2010.

a viabilidade ambiental e estabelecendo os requisitos básicos e condicionantes a serem atendidos nas próximas fases de sua implementação;

- **Licença de Instalação (LI)** – autoriza a instalação da obra ou atividade, de acordo com as especificações constantes dos planos, programas e projetos aprovados, incluindo as medidas de controle ambiental e condicionantes;
- **Licença de Operação (LO)** – autoriza a operação do empreendimento ou atividade depois que se verifica que as licenças anteriores foram realmente cumpridas – aí incluídas as medidas de controle ambiental e as condições adequadas para a operação.

A legislação municipal pode definir outras modalidades de licença, bem como a simplificação dos procedimentos, dependendo da realidade local. Durante o processo de licenciamento é necessário acompanhar o cumprimento das exigências e condições estabelecidas, por meio de fiscalização efetuada por funcionários do órgão ambiental municipal devidamente credenciados. Deve-se garantir livre acesso dos fiscais às instalações, bem como às informações dos empreendimentos fiscalizados.

g) Aspectos Legais sobre a Operação de Empreendimentos Náuticos

Além de estabelecer os aspectos legais sobre as embarcações brasileiras que prestam serviços de Turismo Náutico, a NORMAN-03/DCP também dispõe sobre as regras de funcionamento das marinas, clubes e entidades desportivas náuticas e o cadastramento de instalações de apoio às embarcações de recreio.

Ressalta-se que a sinalização náutica (bóias, balizas e outros tipos de marcação) é regulada e mantida pela Diretoria de Hidrografia e Navegação da Marinha do Brasil, pela NORMAN-17/DCP[58] – Normas da Autoridade Marítima para a Sinalização Náutica.

Por fim, uma lei que merece destaque é a Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990, que institui o Código de Defesa do Consumidor, estabelece uma série de direitos ao consumidor em relação à qualidade do produto ou serviço, ou seja, o direito ao princípio da qualidade; o direito do consumidor de ser informado sobre as reais características dos produtos e serviços, ou seja, o direito ao princípio da transparência; e, por último, a norma dá proteção contratual ao consumidor ou o direito ao princípio da proteção contratual.

O Código do Consumidor deu nova redação a vários dispositivos da Lei nº

[58] Disponível em: http://www.dpc.mar.mil.br/normam/tabela_normam.htm .

7.347, de 24/07/1985, que previne ação de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente (art. 1º, I). Com o entrosamento entre as duas leis, o direito de defesa dos consumidores e das vítimas poderá ser exercido em juízo, individualmente, ou a título coletivo. A defesa coletiva será exercida "quando se tratar de interesses, ou direitos difusos", entendida como "os trans-individuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato" (art. 81, parágrafo único, I do Código). Além de recursos naturais bem preservados, as estruturas de apoio (portos, marinas, bases náuticas, ancoradouros etc.) são elementos essenciais para o desenvolvimento do Turismo Náutico. Ademais, a agregação de atratividade é fator primordial para que o segmento atinja o seu potencial turístico e, consequentemente, de gerador de emprego e renda.

3. Bases para o desenvolvimento do segmento

3.1 Identificação e análise de recursos

A análise da potencialidade de cada área para o turismo e estudos de viabilidade econômica deve levar em consideração a possibilidade de melhor aproveitamento dos recursos e a elaboração de produtos singulares e competitivos. Por exemplo, se a região possuir um corpo de água com características propícias ao desenvolvimento do segmento, tais como navegabilidade, qualidade da água, balneabilidade e demais características que viabilizem a sua estruturação, mas não possuir uma marina ou atracadouro, o estudo da viabilidade econômica pode demonstrar que os gastos com a construção dessa estrutura podem ser, em um determinado tempo, revertidos em lucro com a chegada dos turistas.

Devem ser considerados na construção de empreendimentos náuticos os elementos naturais que podem influenciar na sua concepção, entre eles: ventos, ondas, profundidade, correntes e desníveis da água. O Atlas de Cartas Piloto, publicado pela Diretoria de Hidrografia e Navegação da Marinha do Brasil, possui registros estatísticos de freqüência, direção e força dos ventos, pressão atmosférica, correntes marítimas predominantes e visibilidade da região litorânea do País.

Para fins do desenvolvimento do Turismo, uma ferramenta importante consiste no Inventário da Oferta Turística,[59] que pode ser entendido como o resultado do levantamento, da identificação e do registro dos atrativos, dos serviços e os equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao segmento. Tem a finalidade de servir como instrumento solidificador das informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística.

Vale ressaltar que informações atualizadas e confiáveis acerca da oferta turística de determinado município são fundamentais para a formatação de produtos e estratégias de promoção eficazes, podendo facilitar e incrementar a oferta de produtos complementares, aumentando assim a permanência média e a qualidade da experiência do turista que o visita.

[59] Fonte: Projeto Inventário da Oferta Turística. Disponível em http://www.turismo.gov.br

Além das informações que podem ser levantadas com a utilização da metodologia do inventário, algumas outras também merecem ser consideradas, tais como:

a) Recursos Naturais da Região

Um dos primeiros passos para o desenvolvimento do Turismo Náutico é a verificação dos potenciais atrativos capazes de despertar o interesse do turista e de motivá-lo a se deslocar até a região.

Entre eles, alguns são elementares para o segmento, a começar pelos recursos naturais. Diante disso, consideram-se atrativos naturais relevantes para o Turismo Náutico:

b) Costas ou Litoral:

Restingas	Baías/enseadas	Penínsulas/cabos/pontas	Dunas
Mangues	Sacos	Falésias/barreiras	Outros

c) Terras Insulares:

Ilhas	Ilhotas	Arquipélagos	Recifes/atol

d) Hidrografia:

Rios	Riachos	Canais	Barragens
Lagos	Lagoas	Praias fluviais e lacustres	Alagados e outros

É importante que seja dada especial atenção quando os atrativos naturais mencionados acima estiverem inseridos em Unidades de Conservação (UC). A visitação em UC é um dos principais recursos e atrativos para o desenvolvimento de inúmeras atividades turísticas no País, ocupando lugar de destaque na política ambiental, a partir de atividades compatíveis com a conservação da biodiversidade.

O documento Diretrizes para Visitação em Unidades de Conservação, elaborado pelo Ministério do Meio Ambiente, estabelece linhas orientadoras a serem observadas e adotadas nas ações de planejamento, gestão, implementação e prática de atividades turísticas em UC. Desse modo, esse documento deverá ser observado principalmente se a infra-estrutura estiver localizada no interior da UC ou em seu entorno, pois há previsão de restrições para ancoragens e exigência de que todas as embarcações possuam uma caixa estanque ou um reservatório de dejetos orgânicos, que deverão ser descarregados em local apropriado. Apesar de terem sido pensadas para as atividades em UC, as diretrizes podem servir como referência para a prática em qualquer ambiente natural.[60]

Também é necessário um levantamento de algumas características relevantes para o desempenho do Turismo Náutico:

- Cor, transparência e temperatura da água;
- Extensão, largura e profundidade do corpo de água;
- Intensidade das ondas, marés;
- Ventos;
- Navegabilidade;
- Clima;
- Fauna e flora.;
- Qualidade do solo na margem do corpo de água;
- Balneabilidade;
- Concentração da oferta;
- Singularidade do atrativo.[61]

3.1.1 Estruturas de apoio ao Turismo Náutico da região

Os atrativos naturais são indispensáveis ao desenvolvimento do produto, contudo é necessária a existência de infraestrutura com capacidade e qualidade para receber as embarcações dos turistas. Desse modo, é preciso que seja feito um levantamento e adequação da estrutura e empreendimentos náuticos disponíveis na região, de acordo com as atividades a serem desenvolvidas:

- Portos;
- Fundeadouros;[62]
- Atracadouros;[63]

[60] Disponível em: http://www.mma.gov.br
[61] Segundo o Plano de *Marketing* Turístico Internacional do Brasil, a singularidade do atrativo é entendida como o valor que tem um recurso pelo fato de ser único, seja no mundo, no país, na região, seja no Estado. Quanto mais singular, maior será a atração gerada.
[62] Onde as embarcações fundeiam, ancoradouro.
[63] Sítio onde atracam embarcações.

- Marinas;[64]
- Clubes náuticos.[65]

Devem-se analisar a condição física, a qualidade dos serviços e a localização estratégica dessas estruturas com destaque para os aspectos considerados essenciais para esse tipo de turismo:

- Segurança para a embarcação;
- Localização do empreendimento (proximidade de centros urbanos, aeroporto etc.);
- Segurança para o turista não apenas nas marinas e portos, mas também no entorno das estruturas náuticas;
- Facilidade de locomoção;
- Conforto para os usuários;
- Qualidade da mão de obra.

Além desses elementos gerais, devem ser verificados os elementos singulares a cada empreendimento, levando-se em conta as características de cada um. Em um porto, por exemplo, a análise incide principalmente na estrutura do terminal de passageiros, no receptivo, na disponibilização de produtos e serviços turísticos em geral.

A operação de um empreendimento náutico envolve diversas responsabilidades e questões administrativas, tais como: segurança, acesso, plano de emergência (incêndio), resgate de barcos, terminal de passageiros, coordenação de competições, regatas e festividades, manutenção, seguros, treinamento de marinheiros, escolas de vela e outros ofícios náuticos, previsão do tempo, tábua de marés etc.

3.2 Estabelecimento de parcerias e formação de redes

Assim como em outros setores da economia, estabelecer parcerias no Turismo Náutico pode significar uma redução significativa de custos para as partes envolvidas, bem como viabilizar ações de promoção e comercialização conjunta, potencializando assim os resultados obtidos.

Neste sentido, associações relacionadas ao segmento podem ser de grande importância para a obtenção de informações e parcerias estratégicas, destacando-se dentre elas:

[64] Local destinado ao estacionamento e abrigo de pequenas e médias embarcações, geralmente barcos de recreio.
[65] Local onde indivíduos se reúnem habitualmente para a prática de atividades náuticas.

Nome	Sítio Eletrônico ou *e-mail*
Associação Brasileira de Representantes de Empresas Marítimas (ABREMAR)	http://www.abremar.com.br
Associação Brasileira de Terminais de Cruzeiros Marítimos (Brasilcruise)	http://www.brasilcruise.com.br
Associação Brasileira dos Construtores de Barcos e seus Implementos (Acobar)	http://www.acobar.com.br
Confederação Brasileira de Vela e Motor (CBVM)	http://www.cbvm.org.br
Confederação Brasileira de Vela Adaptada (CBVA)	E-mail: vela.cbva@uol.com.br

Por outro lado, uma importante ferramenta para se estabelecer uma política relacionada ao segmento é por meio da formação de redes,[66] em que instituições cooperam entre si e têm seus princípios fundamentados na cooperação, colaboração, trabalho conjunto, gestão compartilhada e gestão autônoma integrada a uma visão coletiva.

Por possuir grande interface com outras áreas do turismo, governamentais e mesmo atividades econômicas, a formação de redes para a discussão, elaboração e implantação de políticas públicas voltadas ao Turismo Náutico torna-se um importante instrumento de gestão governamental, principalmente para a elaboração de políticas públicas participativas e descentralizadas. Tal ferramenta, além de gerar uma gestão coordenada do destino, divide as responsabilidades das ações planejadas por toda a Rede formada, o que aumenta o controle social, exercido pela sociedade civil e reduz o risco de mudanças bruscas relacionadas às políticas governamentais, levando à continuidade das ações pactuadas e ao aumento das chances de sucesso do que foi planejado e almejado para o destino.

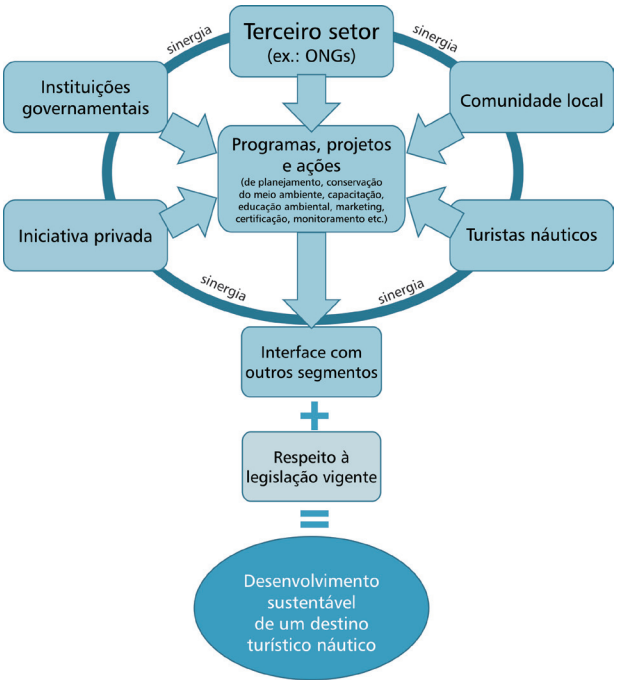
Como exemplo, pode-se citar o Grupo de Trabalho de Turismo Náutico,[67] cujo objetivo é desenvolver uma política que permita o gerenciamento eficiente do Turismo Náutico brasileiro, detalhando as estratégias de gestão para esse segmento turístico, inclusive no que tange aos empreendimentos náuticos e às políticas de capacitação, gerando subsídios ao Plano Nacional de Turismo. Replicar tais grupos em âmbito estadual e municipal pode ser uma iniciativa interessante para estados e municípios interessados em desenvolver este segmento.

[66] Rede para o MTur, são instrumentos de troca de informações, experiências e fortalecimento das relações entre os diversos parceiros envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo. A troca de informações organiza a colaboração desses agentes e permite que eles implementem ações comuns e articulações para o desenvolvimento do turismo (BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Introdução à Regionalização do Turismo.** Brasília: Ministério do Turismo, 2007 p. 33).

[67] O Grupo de Trabalho do Turismo Náutico, constituído por órgãos do setor público, iniciativa privada e terceiro setor, foi formalmente instituído pela Portaria n° 54, de 26 de março de 2009, com a finalidade de aperfeiçoar políticas que viabilizem uma gestão eficiente do Turismo Náutico brasileiro. Este Grupo é conduzido pelo Ministério do Turismo.

Para a estruturação de um destino turístico, as parcerias permitem a realização de diversas ações de forma conjunta. Poder público, iniciativa privada e terceiro setor, trabalhando de forma articulada com a comunidade local e com os turistas e usuários de equipamentos náuticos permitem a realização de diversas ações, programas e projetos de forma integrada, que viabilizam, entre outros, a melhoria da produtividade, redução de custos, facilidades de acesso a novos mercados, troca de experiências e maior acesso a informações.

Figura 1 – Inter-relações entre os diversos atores e setores dos destinos náuticos



Como forma de incentivo à organização de redes, o Ministério do Turismo dispõe de metodologia de desenvolvimento de gestão de destinos turísticos com foco na estratégia de segmentação do turismo.[68] O método foi desenvolvido no âmbito do Projeto Destinos Referência em Segmentos Turísticos e visa à participação efetiva dos representantes locais e de toda a cadeia produtiva relacionada com o segmento, levando à formação de um Grupo Gestor que assuma o papel de líder do processo e de animador da rede formada. Assim, com o intuito de desenvolver a gestão do turismo local com foco na estratégia

[68] Sistema Cores de Planejamento de Gestão de Destinos, desenvolvido no âmbito do Projeto Destinos Referência em Segmentos Turísticos: ferramenta de planejamento turístico que estimula do envolvimento dos diferentes setores turísticos na gestão do destino. (BRASIL, Ministério do Turismo & ICBC, Instituto Casa Brasil de Cultura. **Destinos Referência em Segmentos Turísticos.** Goiânia: Instituto Casa Brasil de Cultura, 2010). Disponível em http://www.turismo.gov.br

de segmentação de produtos turísticos, a metodologia foi aplicada em 10 diferentes destinos brasileiros, mas que hoje serve de modelo referencial que pode servir de base para aplicação em outros destinos turísticos brasileiros.

Outras metodologias são disponibilizadas pelo Ministério do Turismo, entre elas a de formação de redes de cooperação para a roteirização turística,[69] que tem por objetivo apoiar a produção de roteiros turísticos de forma articulada e integrada. Importante ressaltar que a roteirização turística é uma das estratégias usadas no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que busca estruturar, ordenar, qualificar, ampliar e diversificar a oferta turística. É um processo voltado para a construção de parcerias em níveis municipal, regional, estadual, nacional e internacional. A idéia é integrar e fortalecer o compromisso entre os atores envolvidos, de modo a aumentar os negócios nas regiões, promover a inclusão social, resgatar e preservar valores culturais e ambientais.

O Ministério disponibiliza, também, o Caderno de Turismo Formação de Redes,[70] com o passo a passo para formalização de uma rede social, com foco no desenvolvimento do turismo.

Essas e outras metodologias e documentos orientadores sobre parcerias e formação de redes podem ser acessadas no sítio eletrônico *(site)* http://www.turismo.gov.br.

3.3 Agregação de atratividade

O Turismo Náutico não existe por si só, ou seja, além dos atrativos naturais e dos empreendimentos náuticos, é necessário que serviços de receptivo e outras atividades estejam agregados ao produto.

No Turismo Náutico, a estratégia mais indicada para a formatação de um produto é a diferenciação, ou seja, produtos e/ou serviços secundários devem ser desenvolvidos e oferecidos como forma de agregar valor ao produto principal. Um produto de Turismo Náutico pode englobar diversas atividades concernentes a outros segmentos turísticos, como visitas a patrimônios culturais ou naturais, participação em regatas, competições, festas náuticas, entre outras, visando enriquecer o produto para atrair um maior número de turistas e prolongar sua estadia. A identificação desses serviços e atividades deve considerar

[69] Para mais informações sobre a metodologia de formação de redes de cooperação, consulte http://www.turismo.gov.br

[70] BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: – Conteúdo fundamental: Formação de Redes**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em http://www.turismo.gov.br

diversos elementos necessários a uma oferta de qualidade, tais como:

- Informações sobre os serviços e atividades;
- Guias ou monitores para condução dos visitantes e fornecimento das informações sobre o atrativo e as atividades agregadas;
- Recursos humanos capacitados para o atendimento ao público e para o gerenciamento dos serviços e atividades.[71]

Além das diversas atividades, os atrativos turísticos de diferentes municípios podem estar integrados em um único produto/roteiro, potencializando, assim, o processo de regionalização proposta pelo Ministério do Turismo.

Na maioria das vezes é preferível que os atrativos agregados possam ser visitados em curto espaço de tempo. Dessa forma, devem estar localizados relativamente próximos ao empreendimento náutico e não demandar muito mais que uma hora de deslocamento. No entanto, quando o destino conta com uma boa estrutura náutica, é possível que o turista se aventure a viagens mais longas pelo interior do país.

Em diferentes países, turistas ligados a outras motivações, como Sol e Praia, encontram uma segunda opção de lazer em passeios de barcos e *charters* nos destinos escolhidos. Segundo a *European Travel Monitor*, a procura secundária pela náutica na Europa já é estimada em 7 milhões de viagens/ano. Um dado relevante para destinos que apresentam grande vocação para náutica, mas que não contam ainda com boas estruturas e serviços de qualidade (mão de obra especializada), como acontece em diferentes regiões do Brasil.

Outra possibilidade de interface do Turismo Náutico é com o segmento de Negócios e Eventos. Os eventos nacionais, quando bem elaborados e encaminhados, com o intuito de atrair a atenção da mídia e do público interno, trazem a possibilidade de quebrar paradigmas como o de que náutica é acessível apenas para uma classe restrita de pessoas de alto poder aquisitivo. Informações bem contextualizadas passadas para a mídia e para o público podem atrair um número maior de curiosos e ampliar o leque de clientes dispostos a se envolver com o segmento.

A atração e apoio a eventos internacionais, quando bem planejados, além de destacar em reportagens o potencial do destino para o Turismo Náutico, podem ainda atuar como forte fomentador de negócios junto à indústria nacio-

[71] A Marinha do Brasil oferece diversos cursos voltados à formação de aquaviários (Prepoms). A relação destes cursos pode ser encontrada em: https://www.dpc.mar.mil.br/epm/index_epm.htm. Acesso em novembro de 2010.

nal ao se caracterizar como porta de entrada para investidores internacionais através da sensibilização dos patrocinadores dos eventos para os potenciais de investimentos na região em questão.

A realização e recepção de eventos náuticos (nacionais e internacionais) de alto nível ajudam a sedimentar a imagem de destino náutico, a mostrar ao mundo e aos amantes do mar a vocação náutica da região e pode ser o primeiro passo para a implementação de uma estratégia de comunicação contextualizada.

Eventos como Velux, Volvo Ocean, Jaques Vabre, Clipper e Transat 6.50 chegam a obter mais de 8 milhões de visitações aos seus sítios eletrônicos durante a realização dos eventos. Em 2007, a Regata Jacques Vabre (La Rochelle – Salvador, Bahia) mobilizou mais de 100 jornalistas para o Terminal Náutico de Salvador. Situação que rendeu mais de 68 horas de noticiário em televisões do mundo inteiro, 40 horas em rádio, 5,5 mil reportagens em jornais e revistas e 5,5 milhões de *pages views* ao sítio eletrônico do evento. O equivalente a 38% acima da divulgação conquistada na competição anterior (2005). Coincidentemente, o aumento se deu exatamente quando a Bahia criou condições para que os repórteres que acompanhavam a competição mostrassem também as belezas da região e parte da cultura náutica nacional.[72]

Por meio de curtas viagens por regiões como Morro de São Paulo, passeios pela Baía de Todos os Santos e Rio Paraguaçu, foi possível sensibilizar repórteres e até patrocinadores internacionais ligados à regata em relação às belezas naturais, riqueza cultural e oportunidades de negócios existentes na região. Colocar *skippers* internacionais e patrocinadores a bordo dos antigos Saveiros de Vela de Içar (veleiros cujos desenhos e estruturas são apontados por alguns historiadores como os mais antigos ainda em uso no planeta) foi outra ação que acabou ajudando a criar novos temas para reportagens e a agregar valor ao Turismo Náutico na região.

Assim, associar outros segmentos como o turismo de Sol e Praia, Negócios e Eventos, de Esportes, Cultural e de Aventura à náutica pode aumentar a possibilidade de retorno do turista ao destino. Vale destacar também que a disponibilização para o turista de atividades náuticas e a criação de cursos rápidos (de mergulho, navegação etc.) e de bases de *charter* amplia as possibilidades de experiências nos destinos, além de concretizar um turismo de maior valor agregado. No mercado europeu, o gasto diário do turista náutico varia entre € 80 e € 500, a depender do tipo de programa e dos barcos a serem utiliza-

[72] Fonte: Pen Duick.

dos.[73]

Outra alternativa bastante utilizada pelos operadores de empreendimentos náuticos é o *charter* ou aluguel de embarcações, como o chamado "vale-vela",[74] que estipula o número de horas por mês em que o turista pode utilizar a embarcação. Além disso, o empreendimento pode disponibilizar um *skipper*, comandante de veleiro, que pode conduzir a embarcação com segurança e também ensinar o turista a velejar.

Algumas atividades e serviços do Turismo Náutico não requerem, necessariamente, atrativos na região para ocorrerem, podendo se agregar à atividade principal. Para algumas empresas, os eventos e convenções realizados durante os cruzeiros marítimos constituem, por exemplo, uma alternativa de negócios, conhecida como "cruzeiro corporativo", para a qual geralmente são reservadas cerca de 10% da oferta de cabines dos navios.

3.4 Tendências do mercado para o segmento

Como forma de promover um ritmo mais acelerado de desenvolvimento do setor, foram inseridas abaixo algumas linhas gerais de ação que tendem a ser implementadas pelo poder público e iniciativa privada no Brasil:

- Criação do Serviço de Apoio ao Turista Náutico;
- Incentivo ao esporte náutico;
- Incentivo a criação de escolas náuticas e cursos de capacitação de mão de obra para o segmento;
- Adoção de um selo de qualidade para equipamentos náuticos (marinas, estações náuticas);
- Incentivo a criação de cidades irmãs ligadas pelo mar;
- Criação de linhas de crédito específicas para o segmento;
- Realização de palestras, fóruns, cursos e debates regionais e nacionais voltados para o despertar para o segmento e a profissionalização de empresários, funcionários públicos, empregados, professores e profissionais liberais com o objetivo de melhorar a qualidade dos serviços prestados, além de expor as oportunidades que o setor apresenta;
- Apoio a criação de estruturas no litoral e no interior do país;
- Criação de associações setoriais capazes de se fazerem representar frente ao Estado;
- Incentivo a criação de bases de charter internacionais no país com maior capacidade para divulgação do destino em âmbito internacional;

[73] Fonte: **10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo Náutico Em Portugal: Turismo Náutico**. THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.). Turismo de Portugal, 2006, ip. Disponível em http://www.thr.es

[74] Vale-Vela são charters programados com antecedência, onde o cliente estipula o número de dias que irá utilizar determinada embarcação.

- Incentivo ao surgimento de pequenas estruturas náuticas a beira mar;
- Facilitação de acesso ao meio marítimo (construção de rampas);
- Estabelecimento de uma estratégia para a promoção do Turismo Náutico;
- Identificação de antigas estruturas abandonadas à beira mar com vocação para serem transformadas em equipamentos náuticos;
- Criação de uma política de reocupação urbana, identificando atividades públicas e privadas que poderiam ser realizadas em qualquer área distante do mar e incentivar, por meio de políticas de liberação de impostos, a transferência destas atividades;
- Incentivo a criação estruturas de apoio náutico a distâncias que não ultrapassem a um dia de viagem com o objetivo de aumentar a segurança da navegação ao longo do litoral do país e ampliar a área de atuação dos lancheiros;
- Incentivo a cooperação entre clubes e marinas de forma a favorecer o deslocamento dos barcos entre diferentes regiões do Brasil.

Um aspecto que merece especial destaque é o Turismo Náutico no Interior do País. Estudo realizado pelo Governo Federal, por meio do Programa Nacional de Orientação para Implantação de Marinas nas Águas Interiores Brasileiras, aponta de forma clara e inquestionável o potencial de desenvolvimento da náutica também no interior do país. Afinal, o Brasil conta com 35 mil quilômetros de vias internas navegáveis e 9.260 quilômetros de margens de reservatórios de água doce, lagos e lagoas. Universo náutico que, a partir de sua ressignificação como áreas de vocação e potencial para o desenvolvimento turístico, sem dúvida, abre um imenso leque de oportunidades para empreendedores regionais.

As atividades econômicas ao longo dessa imensidão de água geram consumidores de toda a ordem de produto, inclusive de barcos. Para exemplificar o que vem ocorrendo em alguns longínquos lagos em relação ao eixo Rio–São Paulo, cita-se o Lago de Manso, na Chapada dos Guimarães, distante cerca de 100 km de Cuiabá. Lá, empreendedores construíram uma marina que, em menos de dois anos, atingiu sua capacidade plena de vagas para 150 embarcações de recreio, com uma média de 27 pés de comprimento. Em 2001, havia pouquíssimos barcos de recreio na região. A marina foi construída, surgiram os barcos.

Mais três marinas foram implantadas e a população de Cuiabá já se acostumou a usufruir das águas do lago, com lanchas e casas de campo. Além da exuberante beleza visual de suas margens, o enorme lago de Manso (uma vez e meia o tamanho da baía de Guanabara, no Rio de Janeiro) reserva atrações

típicas do ecoturismo, com trilhas e animais silvestres do cerrado, tais como o macaco-prego, o lobo-guará, a garça do Pantanal e a águia pescadora, habitante da fronteira entre Brasil e Bolívia.

Em resumo, a "interiorização" do lazer náutico é uma questão de tempo, já que, no Brasil, há enorme disponibilidade de águas navegáveis. Muitas Unidades de Conservação, principalmente na Amazônia, requerem embarcações para a visitação, devendo contemplar atividades de baixo impacto e o envolvimento das comunidades locais, o que também auxilia o desenvolvimento deste segmento.

3.5 Gestão do produto turístico náutico

Para a estruturação de um produto turístico, bem como sua promoção e comercialização, alguns pontos essenciais merecem ser revistos. A elaboração de um plano de ação, detalhando as ações de estruturação, capacitação, captação de investimentos, entre várias outras necessárias para o desenvolvimento de produtos e roteiros, permite, de forma planejada, o lucro e a sustentabilidade do negócio.

No que se refere a um empreendimento náutico, para a garantia da sua sustentabilidade e rentabilidade, alguns fatores merecem destaque:[75]

- **Vocação natural para o segmento** - A vocação para o desenvolvimento do Turismo Náutico está diretamente ligada à existência de lâminas de água navegáveis onde a profundidade seja superior a 1,5 metro. Abaixo disso, a navegação, na maioria das vezes, ficará restrita a pequenos barcos ou barcos de calado reduzido e muitas vezes sem motor. Quanto maior a profundidade, maior a possibilidade de desenvolvimento e atração de diferentes tipos de barcos e turistas.

  A qualidade da água e a proteção natural (águas abrigadas – baías, sacos etc.) também influenciam na escolha do destino e principalmente na prospecção de áreas para a construção de estruturas náuticas (marinas/portos);

- ***Layout* operacional** - O ideal é que a marina e a garagem náutica estejam localizadas à beira mar, ou às margens das represas e rios. A depender do tipo de embarcação utilizada na região e que será docada na estrutura náutica, a empresa poderá utilizar desde rampas até os modernos *Travel Lifts* para a retirada das lanchas, veleiros e outras modalidades de barcos da água. É importante que se destine

[75] BRASIL, Marinha do Brasil. Programa Nacional de Orientação para Implantação de Marinas nas Águas Interiores Brasileiras, 2003.

áreas secas para a docagem de barcos menores e para a exploração de serviços, lojas náuticas, bares e restaurantes.

A marina se destaca também como uma importante área de confraternização entre proprietários de embarcações e curiosos que gostam de consumir o glamour que envolve o mundo náutico. Este público em especial deve ser encarado como cliente potencial.

Em locais de águas abrigadas é interessante manter também vagas flutuantes, onde os barcos podem ser atracados. Estas devem contar com o fornecimento de água e luz. Não são raras também as marinas que contam com estruturas de *apart-hotel*.

- **Qualidade e durabilidade dos materiais** - A qualidade e durabilidade dos materiais devem ser determinadas em função dos custos de aquisição e manutenção dos mesmos, bem como em razão da qualidade dos serviços a serem oferecidos;

- **Política de preços** - A decisão deve estar ligada aos custos operacionais, mas também depende muito da pressão de mercado, da qualidade do serviço oferecido, instalações e concorrência direta. No litoral do Brasil, os preços das vagas em marinas variam entre R$ 0,66 e R$10,00 por pé ao dia (medição realizada no sentido proa-popa. Um pé equivale a 0,33 m).

- **Plano de *marketing*** - A náutica no Brasil está ligada principalmente aos públicos A e B. Na Europa e Estados Unidos, envolve também a classe média.

Devido a características singulares do segmento, a melhor e mais confiável forma de divulgação ainda é a testemunhal: o antigo boca-a-boca, que, em tempo de internet, ganhou agilidade e abrangência por meio de blogs, sítios eletrônicos etc. Criar páginas com fotos e informações sobre o empreendimento e região onde está instalado é uma excelente estratégia.

Merecem destaque também, como opções de atração de turistas náuticos, a publicação de anúncios em revistas especializadas, o investimento em *Fam Tours* (convite a jornalistas para mostrar o potencial da região), o apoio à realização de eventos náuticos como regatas e salões náuticos e a participação em eventos náuticos nacionais e internacionais.

- **Capacitação da mão de obra** - A falta de qualificação da mão

de obra é apontada como uma das principais dificuldades para o desenvolvimento da náutica no país. Desta forma, para que sejam oferecidos serviços de qualidade é de fundamental importância investir em treinamento e formação de profissionais.

- **Capacidade de vagas** - O ideal é que a área escolhida tenha condições de oferecer vagas secas e molhadas para os usuários. Ao escolher a área, o investidor deve estar atento ao potencial de expansão do mercado e consequentemente do equipamento náutico.

- **Receitas agregadas** (aluguel de espaços na marina para outras empresas cujos produtos/serviços agreguem valor ao produto final) - Estas devem ser pensadas mesmo antes do início do investimento.

A depender do tipo de marina - de reparo ou de passagem – a receita pode vir das oficinas, estaleiros, aluguel de barcos, restaurantes, cursos, serviços (velaria, pintura, acesso à *internet*) etc. A tendência é de que estas operações sejam exploradas por empresas terceirizadas.

- **Produtos/serviços agregados** - Serviços secundários como lojas, restaurantes, lavanderias e internet também podem ser oferecidos, agregando valor ao serviço principal.

- **Administração financeira e operacional** - Deve ser profissional, conhecer a dinâmica de funcionamento do segmento e destino onde atua.

- **Qualidade ambiental** - A preservação do meio ambiente, a qualidade da água, a distância do centro urbano e a estrutura urbana no entorno do equipamento náutico (marina) estão diretamente ligados ao valor a ser cobrado pela utilização das vagas.

O conjunto desses fatores identificados no plano de ação contribui, também, para um retorno mais rápido dos investimentos.

Para a estruturação de um produto ou serviço turístico, também é preciso dedicar atenção aos seus canais de distribuição, que devem refletir o posicionamento estratégico do produto ou serviço a ser oferecido ao consumidor final.

No caso dos cruzeiros marítimos, é importante que as agências e operadoras de turismo, principais canais de distribuição destes produtos, possuam um grau de diferenciação e qualidade dos serviços similar aos oferecidos pelas

empresas de cruzeiro, de forma a agregar e até mesmo antecipar a experiência positiva que será vivenciada pelo consumidor final. O mesmo pode ser dito em relação às bases de *charters*, agências e clubes náuticos que oferecem e comercializam determinados produtos/serviços relacionados ao segmento.

Outro aspecto importante a ser abordado é a necessidade de interação e sintonia entre a cadeia produtiva relacionada ao segmento e a cadeia produtiva do turismo como um todo, uma vez que esta última certamente exercerá forte influência sobre a experiência vivenciada pelo turista e, ainda, servirá como um importante canal de comercialização.

Para a promoção de um produto de Turismo Náutico, alguns fatores também devem ser considerados, destacando-se a vocação natural (águas abrigadas e de profundidade compatível com o trânsito dos barcos), os aspectos da segurança para as embarcações, a conservação ambiental, a riqueza cultural do local visitado, a meteorologia e o sistema de ventos e correntes capazes de proporcionar navegações mais tranqüilas, confortáveis e seguras.

Para que tais aspectos se tornem visíveis na imagem do destino, é necessário um plano de gerenciamento profissional, que trabalhe o conjunto destes fatores, melhorando a experiência vivenciada pelo turista, satisfazendo e superando suas necessidades.

Assim, a questão da qualidade da oferta turística vivenciada durante a viagem proporciona uma das mais eficientes formas de promoção: a propaganda espontânea. Graças a novas tecnologias, o antigo "boca-a-boca" deu lugar a ações mais diretas e rápidas. Por meio de sítios eletrônicos e blogs os turistas náuticos do mundo inteiro conseguem disseminar as notícias referentes a um destino em questão de horas. Em função dos clubes de cruzeiristas existentes nos destinos emissores, uma simples notícia pode ser enviada para 20 ou 30 mil turistas náuticos no apertar de uma tecla.

Ao colocar o produto no mercado, é importante que o empreendedor conheça a dinâmica do segmento e desenvolva um plano de marketing *bem estruturado, que vise a potencialização de suas qualidades.*

Diante do universo que envolve o Turismo Náutico, fica clara a necessidade de desenvolvimento de um material promocional adequado aos diferentes grupos de turistas, bem como de definir os canais de comunicação mais propícios a cada um.

No material que visa atingir os velejadores, devem ser disponibilizadas informações sobre as condições de navegação, serviços de manutenção para as embarcações, além de dados gerais e detalhados sobre o destino. É interessante a disponibilização de um sítio eletrônico na internet contendo fotos, vídeos e outros recursos multimídia sobre o local, já que este tipo de turista buscará na *web* informações para definir seu roteiro. Ele também as procurará em postos de controle, marinas, atracadouros e, principalmente, na indicação de outros turistas náuticos. Estas podem ser por meio de contato direto ou de sítios eletrônicos, blogs e mensagens para os diferentes clubes de velejadores cruzeiristas náuticos existentes nos países emissores. Conquistar o direito de disponibilizar links sobre o destino e a qualidade do serviço apresentada nos sítios eletrônicos destes clubes também pode ser uma estratégia de divulgação bastante eficaz.

Já o turista de cruzeiros buscará informações nas grandes operadoras de turismo ou na internet. O material voltado para este público deve destacar as atrações turísticas passíveis de serem usufruídas nas rápidas paradas do navio na região.

Uma das estratégias mais importantes para o sucesso na promoção e comercialização dos produtos de Turismo Náutico é a harmonização das mensagens e das imagens utilizadas. Para tanto, é necessário que pode público e iniciativa privada consigam caminhar juntos. Enquanto o primeiro cuida da imagem institucional do destino e cria as condições necessárias para o desenvolvimento do segmento náutico (políticas públicas que vão desde capacitação até a divulgação e apoio a eventos), o segundo trata de se profissionalizar, melhorando a qualidade de suas estruturas e do atendimento ao turista.

Nesta estratégia, é essencial a produção por parte do poder público, com apoio da iniciativa privada, de material promocional (guias, mapas, livros, sítios eletrônicos etc.) adequado aos diferentes grupos de turistas.

A qualidade do material promocional a ser desenvolvido, assim como as estratégias de divulgação de um determinado destino turístico são fundamentais para o sucesso das ações promocionais a serem realizadas, devendo sempre refletir o posicionamento estratégico almejado pelo destino em relação ao mercado consumidor. Desta forma, detalha-se em seguida as informações necessárias que devem ser inseridas em nos materiais promocionais a serem elaborados:

a) Apresentação

A apresentação deve conter informações acerca dos aspectos gerais do destino em questão, tais como fauna, flora, áreas preservadas, número e/ou características de praias, aspectos históricos, culturais, naturais dentre outros que possam vir a ser relevantes. Vale lembrar, que as informações contidas ao longo de todo o material promocional devem ser atrativas, interessantes, de linguagem simples e fácil entendimento, despertando no turista potencial o desejo de visitar o destino promovido.

b) Localização

Neste tópico, a recomendação é que seja inserido um mapa brasileiro com a localização do destino em questão. Latitude, Longitude e outras informações escritas acerca da localização do destino também poderão ser inseridas.

c) Como chegar?

O número das cartas náuticas a serem utilizadas para se chegar ao destino também poderá ser inserido[76]. Caso haja o interesse, seja viável e pertinente inserir a carta náutica de determinado destino em algum material promocional, é necessário solicitar autorização à Marinha do Brasil. Recomenda-se que informações acerca do acesso aéreo ao destino também sejam inseridas.

d) Clima

Aspectos gerais relacionados ao clima do destino, tais como temperatura média anual, no verão, inverno; volume pluviométrico; ventos; ondas; melhor época recomendada para visitação poderão ser abordados.

e) Principais Atrativos

Informações contendo as principais informações dos destinos turísticos promovidos, tais como nome, localização, acesso, horário de funcionamento, valor da entrada, além de uma descrição geral e se possível fotos são de grande relevância. Caso hajam atividades relacionadas ao mergulho, cursos de vela ou outros cursos ou atividades relacionadas à navegação ou ao oceano, estas também deverão ser enfocadas.

f) Eventos culturais e esportivos náuticos

Caso haja a realização de eventos esportivos náuticos, tais como regatas ou outros eventos desta natureza, bem como eventos culturais, a data de realização dos mesmos, nome, percurso e uma breve descrição, estas informações poderão ser utilizadas.

[76] Para consultá-lo, acesse: https://www.mar.mil.br/dhn/chm/cartas/cartas.html

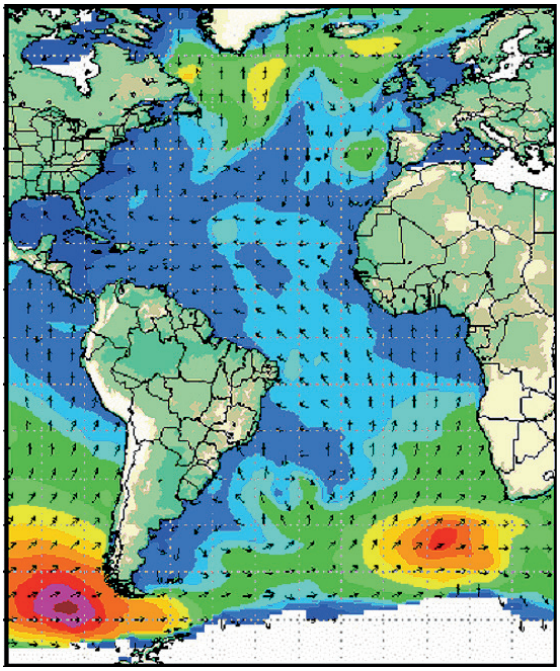
g) Equipamentos Náuticos e Turísticos

Estas informações referem-se à indicação de marinas, garagens náuticas ou outros empreendimentos náuticos que possam vir a ser utilizados pelo turista para a atracação e permanência de sua embarcação. Neste tópico, informações tais como, nome do empreendimento, localização, e-mail, sítio eletrônico, telefone, número de vagas (secas e molhadas), capacidade (tamanho da embarcação em pés), calado máximo (profundidade da lâmina d'água) e serviços complementares são importantes. No que tange aos equipamentos turísticos, se possível, a disponibilização de informações gerais acerca de hotéis, restaurantes e agências de receptivo também é recomendada.

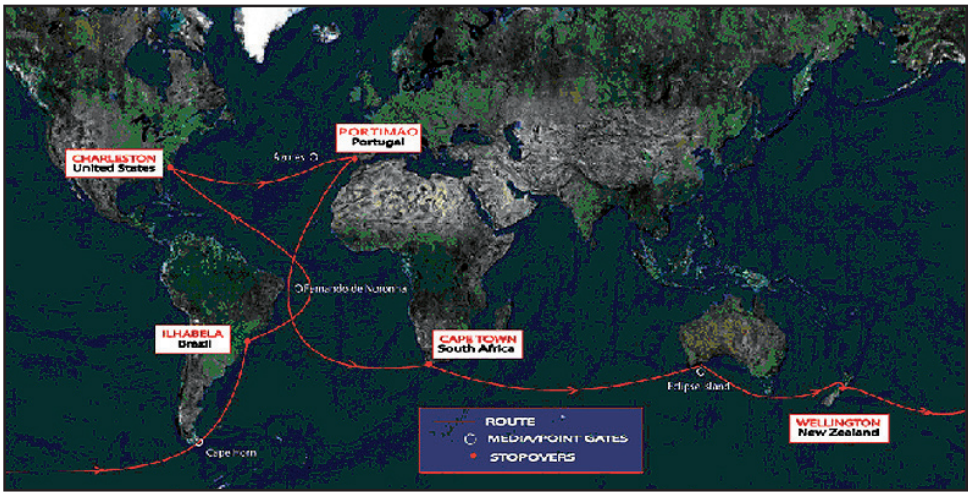
h) Mercados Alvos

Enquanto nos estados do Sul e Sudeste a estrutura de concentração da economia nacional pede que a atenção à divulgação e comunicação de potencialidades e vocação para o turismo náutico sejam voltadas prioritariamente ao mercado interno e países do Sul das Américas, os estados litorâneos do Norte e Nordeste, além do mercado interno nacional, precisam atentar ao turismo internacional, já que, devido à demanda mundial, às características geográficas e ao sistema de correntes oceânicas, estão no que se pode considerar "meio do caminho" entre o maior emissor de turistas náuticos (Europa) e o maior destino (Caribe).

Ao olhar os mapas de rotas oceânicas e a rota realizada pela regata Portimão, logo abaixo, é possível entender a importância das correntes marítimas que dominam o Atlântico e como este tipo de fenômeno natural deve ser aproveitado na elaboração das estratégias de comunicação e divulgação do destino náutico.



Fonte: http://ondas.cptec.inpe.br/anima_atl.shtml



Fonte: Revista Velejar

Após se firmar como porta de entrada do Turismo Náutico internacional no país, esses estados poderão atuar como fortes trampolins a incentivar a descida de barcos e turistas rumo ao Sul do Brasil. Realidade que só é possível graças ao Decreto Lei nº 5887, de setembro de 2006, que permite a permanência dos barcos estrangeiros por dois anos em águas brasileiras.

3.6 Acessibilidade

Na estruturação de um produto turístico é primordial, também, dedicar atenção especial a sua acessibilidade.[77] O Turismo Acessível refere-se à possibilidade e condição da pessoa com deficiência alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico.

Mesmo frente a todo desenvolvimento da atividade turística, o crescimento das viagens de turismo ainda não permitiu que todos os segmentos da população fossem beneficiados para desfrutar do turismo de lazer. Pessoas com deficiência de diferentes tipologias[78] e com mobilidade reduzida, tais como idosos, obesos, gestantes, encontram dificuldades para se adaptarem às instalações e equipamentos nas edificações turísticas e espaços de lazer, ao mesmo tempo que encontram prestadores de serviços sem qualificações específicas para um atendimento diferenciado.

Os governos federal, estadual e municipal devem fortalecer a legislação sobre a acessibilidade para garantir que todas as pessoas tenham o mesmo direito de acesso aos espaços públicos, equipamentos, atrativos e serviços turísticos. É preciso concentrar esforços dos gestores públicos e agentes locais para inserir nas políticas de turismo as necessidades de acessibilidade de todos os cidadãos. O setor turístico também deve empreender ações visando à inserção das pessoas com deficiência no mercado de trabalho pela prestação de serviços turísticos, em cumprimento à legislação.

A legislação brasileira sobre acessibilidade é bem ampla, garantindo a prioridade de atendimento e a adaptação de edificações, meios de transporte, serviços e comunicação as pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.[79] O conjunto da legislação e normalização aplicada ao turismo prevê a obrigatoriedade da adaptação de calçadas, estacionamento, edificações de uso público, sanitários, bilheterias e comunicação nos equipamentos turísticos.

Assim, a cadeia produtiva do turismo deve estar adequada para as necessidades de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, para permitir que este público tenha pleno acesso a atividade. Uma ferramenta para a adaptação de equipamentos turísticos refere-se ao mapeamento e planejamento da acessibilidade nos destinos, que auxiliam a identificação dos ramos mais acessíveis

[77] Acessibilidade é a condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa com mobilidade reduzida. Decreto n° 5.296/2004.

[78] A tipologia utilizada para caracterizar a deficiência pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e usualmente aceita se divide em: deficiência física, intelectual, auditiva, visual e múltipla (BRASIL, Ministério do Turismo & AVAPE. **Turismo Acessível: introdução a uma viagem de inclusão**. Volume I. Brasília: Ministério do Turismo, 2009). Disponível em http://www.turismo.gov.br

[79] Os marcos legais sobre acessibilidade podem ser encontrados nos seguintes endereços eletrônicos: http://portal.mj.gov.br/conade, http://www.turismo.gov.br, http://www.cidades.gov.br, http://www.abnt.org.br

e dos que necessitam de maiores esforços, o levantamento de necessidades de qualificação profissional e das fontes de financiamento para adequação dos equipamentos, além da identificação de possíveis parcerias. A qualificação profissional para atendimento dos turistas com deficiência também merece destaque, ao disponibilizar recursos e estratégias de forma a atender um público diferenciado, que exigirá atenção em aspectos específicos de suas instalações, equipamentos e procedimentos operacionais.

A Acessibilidade no Turismo Náutico deve ser respeitada tanto nos terminais aquaviários de passageiros, quanto nas embarcações.

A NBR 15450:2006 é a norma técnica que dispõe sobre as recomendações sobre acessibilidade de passageiros no sistema de transporte aquaviário no Brasil. Ao consultar esta norma é possível colher mais informações sobre as especificações técnicas.

No terminal, o estacionamento deve reservar vagas para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, ao menos um balcão de atendimento na bilheteria deve estar adaptado para a acessibilidade, ao menos um equipamento de controle de acesso para o embarque deve permitir a passagem de pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida, no salão de espera deve haver área de espera com assentos preferenciais reservados e ao menos um sanitário acessível.

O embarque deve ser equipado com dispositivo que elimine os desníveis entre o cais, o píer e a embarcação. As embarcações também devem reservar assentos preferenciais para pessoas com deficiência, sanitários acessíveis e camarotes acessíveis – no caso de embarcações de longo percurso.

A norma traz recomendações sobre o atendimento da pessoa com deficiência. Deve ser dispensado atendimento prioritário à pessoa com deficiência, a embarcação e o terminal devem ser equipados com sinalização direcional e de alerta (piso podo tátil), sinalização visual indicativa, e iluminação para evitar ofuscamentos.

Neste sentido, o Ministério do Turismo, adota como parte da sua política estrutural a inclusão das pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. A partir desse contexto, busca apoiar a promoção da acessibilidade dos espaços, equipamentos, serviços e informações turísticas. Assim, além do documento Turismo e Acessibilidade: Manual de Orientações (2006), lançou a coleção Turismo Acessível,[80] em quatro volumes, com informações gerais sobre as de-

[80] Para consultar as publicações acesse http://www.turismo.gov.br

ficiências e os direitos das pessoas com deficiências, orientações gerais sobre acessibilidade, conteúdo sobre mapeamento e planejamento da acessibilidade nos destinos turísticos e sobre o bem atender no turismo acessível. Este material pode servir de apoio para os destinos que estão em fase de planejamento da acessibilidade e para os equipamentos turísticos que desejem aprimorar o atendimento para pessoas com deficiência.

4. Considerações finais

Ao assumir os eixos que norteiam o desenvolvimento social através da náutica, caberá ao poder público e à iniciativa privada a criação de programas capazes de estruturar o segmento de forma a gerar maior riqueza, melhorar a qualidade do turismo, gerar uma prática esportiva mais saudável e com maior apelo social, propiciar aproximação entre as gerações (avós e netos), auxiliar na melhoria da consciência de preservação ambiental e criar uma cultura náutica capaz de mobilizar os mais jovens a se inserirem no mercado. Mais uma vez, o esporte pode assumir um papel de destaque dentro do segmento.

Diante do exposto, identificam-se os seguintes aspectos essenciais para a estruturação de um produto turístico de Turismo Náutico:

- Entender os conceitos e características que perpassam o segmento de Turismo Náutico;
- Perceber as diversas variações que o segmento de Turismo Náutico pode apresentar;
- Conhecer o perfil do turista náutico e do público-alvo que se deseja atingir, assim como dos consumidores em potencial;
- Pesquisar as legislações aplicáveis aos segmentos, adequando-se de forma a garantir o respeito a todas as normas estabelecidas;
- Levantar/inventariar os recursos naturais e financeiros existentes, assim como as disponibilidades de equipamentos e serviços necessários ao desenvolvimento do produto;
- Identificar os diferenciais competitivos da região e do empreendimento turístico;
- Desenvolver estratégias para diminuir os impactos da sazonalidade como, por exemplo, a diversificação de atividades complementares;
- Utilizar boas práticas de Gestão Ambiental;
- Buscar a formação de redes e parcerias entre: ofertantes de equipamentos e serviços turísticos e gestores/órgãos oficiais de turismo;
- Buscar informações sobre possíveis formas de financiamento das atividades a serem desenvolvidas.

5. Referências bibliográficas

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL.

BOHN, Átila & GARCIA, Walter. **Mercado Náutico: diagnóstico**. Salvador. 2004.

RABAHY, Wilson Abrahão; KADOTA, Décio K. **Caracterização da Demanda das Viagens de Cruzeiros Marítimos no Brasil**. Revista Turismo em Números, Caderno de Estatísticas, edição nº 53. Sindicato das Empresas de Turismo no Estado de São Paulo, 2004. Disponível em http://www.sindetur.com.br e http://www.abremar.com.br/pdf/Caracterizacao_da_Demanda_de_Viagens.pdf Acesso em novembro de 2010.

BRASIL, Decreto nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010.Disponível em http://www.planalto.gov.br .

BRASIL, EMBRATUR. **Plano Aquarela: Marketing Turístico Internacional do Brasil**. Brasília: EMBRATUR, 2005.

BRASIL, Marinha Mercante. **O Brasil e o Mundo**. In: Cadernos de Infra-Estrutura. Nº 5, novembro de 1998.

BRASIL, Marinha do Brasil. **Normas da Autoridade Marítima**. Disponível em https://www.dpc.mar.mil.br/Normam/TabelaNormas.htm. Acesso em: 25 de setembro de 2005.

_____. **Transporte Hidroviário Urbano de Passageiros**. In: Cadernos de Infra-Estrutura. nº 13, novembro de 1997.

_____. **Transporte na Região Amazônica**. In: Cadernos de Infra-Estrutura. nº 7, novembro de 1997.

BRASIL CRUISE. **Consumos nas cidades com portos turísticos**. Atualizado em 15 de outubro de 2004.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Desenvolvimento de Ações de apoio à Cadeia Produtiva da Indústria Naval e Marinha Mercante**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Junho, 2002.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo: uma viagem de inclusão 2007-2010**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

_____. **Programa Nacional de Orientação para Implantação de Marinas nas Águas Interiores Brasileiras**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

_____. **Segmentação do Turismo: marcos conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____. **Turismo e Acessibilidade: manual de orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Introdução à Regionalização do Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007 p. 33.

BRASIL, Ministério do Turismo & AVAPE. **Turismo Acessível: introdução a uma viagem de inclusão**. Volume I. Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

BUSINESS RESEARCH & ECONOMIC ADVISORS. ***The Contribution of the North American Cruise Industry to the U.S Economy in 2003***. Exton, 2004.

INTERNATIONAL COUNCIL OF CRUISE LINES. ***The Cruise Industry: 2003 Economic Summary***. Arlington, 2004.

ESPANHA. **O Livro Azul da Náutica. Fundação de Esportes da Galícia/ Escola de Negócios Caixa Nova**. Galícia, 2005.

MCCARTHY, John. ***The Cruise Industry and Port City Regeneration: The Case of Valletta. In: European Planning Studies***. Vol. 11, nº 3, 2003.

PAIVA, Eduardo. **A logística como fator estratégico para aumento da capacidade operacional e competitiva em terminal portuário: o caso do porto de Ubu**. Ouro Preto, 2004.

PORTUGAL, Turismo de Portugal. **10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo Náutico Em Portugal: Turismo Náutico**. THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.). Turismo de Portugal, ip. www.thr.es .

SAAB, Willian. **Breve Panorama sobre o Mercado de Cruzeiros Marítimos**. Disponível em www.bndes.gov.br/conhecimento/setorial/get4is17.pdf. Acesso em: 13 de setembro de 2005.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, Y SECRETARÍA DE TURISMO. ***Política Pública de Cruceros***. México, 2004.

SOCIEDAD DE PLANIFICACIÓN Y DESAROLLO. ***El Turismo Náutico em La Costa Del Sol***. Disponível em http://www.turismocostadelsol.org/informacion. Acesso em 18 de novembro de 2010.

TAUAHATA, Sérgio. **Velejar é muito mais fácil e barato do que você imagina!** Disponível em http://www.sportnautica.com.br/velejar.html . Acesso em 19 de novembro de 2010.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. ***Industry as a Partner for Sustainable Development: Tourism***. London, 2002.

WILD, Peter & DEARING, John. ***Development of and prospects for cruising in Europe***. In: Maritime Policy & Management. VOL. 27, nº 4. Londres, 2000.

WWF-BRASIL. **Turismo Responsável: Manual para Políticas Locais**. Brasília, 2004.

Sítios eletrônicos consultados

Associação Brasileira de Construtores de Barcos (ACOBAR). Disponível em http://www.acobar.com.br

Associação Brasileira de Normas Técnicas. Disponível em http://www.abnt.org.br. Acesso em novembro de 2010.

Associação Brasileira de Representantes de Empresas Marítimas. Disponível em http://www.abremar.com.br

Braziltour. Disponível em http://www.braziltour.com/coast/html/pt/home.php. Acesso em novembro de 2010.

Marinha do Brasil. Diretoria de Portos e Costas. Disponível em http://www.dpc.mar.mil.br/normam/tabela_normam.htm. Acesso em novembro de 2010.

Marinha do Brasil. Disponível em https://www.mar.mil.br/dhn/chm/cartas/cartas.html. Acesso em novembro de 2010.

Ministério da Ciência e Tecnologia. Disponível em http://ondas.cptec.inpe.br/anima_atl.shtml. Acesso em novembro de 2010.

Ministério das Cidades. Disponível em http://www.cidades.gov.br. Acesso em novembro de 2010.

Ministério do Meio Ambiente. Disponível em http://www.mma.gov.br. Acesso em novembro de 2010.

Ministério do Trabalho e Emprego. Disponível em http://www.mte.gov.br/trab_estrang/Guia_Procedimentos.pdf. Acesso em novembro de 2010.

Ministério do Turismo. Disponível em http://www.cadastur.turismo.gov.br. Acesso em novembro de 2010.

Ministério do Turismo. Disponível em http://www.turismo.gov.br. Acesso em novembro de 2010.

Presidência da República do Brasil, Conselho Nacional da Pessoa Portadora de Deficiência. Disponível em http://portal.mj.gov.br/conade . Acesso em dezembro de 2010.

Presidência da República do Brasil. Disponível em http://www.planalto.gov.br. Acesso em novembro de 2010.

Programa de *Benchmarking* em Turismo: Vivências Brasil e Excelência em Turismo. Disponível em http://www.excelenciaemturismo.gov.br . Acesso em novembro de 2010.

Revista Velejar e Meio Ambiente. Disponível em http://www.velejar.com. Acesso em setembro de 2010.

Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. Disponível em http://www.setur.ba.gov.br. Acesso em novembro de 2010.

Turismo de Portugal. Disponível em www.turismodeportugal.pt. Acesso em novembro de 2010.

Ministério do
Turismo