INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DERONDÔNIA - IFRO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO PÚBLICA

CLÉLIA FERREIRA DE SOUZA DOS SANTOS

EMPREENDER O TURISMO NO ESTADO DE RONDÔNIA

MIRANTE DA SERRA
2024

CLÉLIA FERREIRA DE SOUZA DOS SANTOS

EMPREENDER O TURISMO NO ESTADO DE RONDÔNIA

Artigo apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia, como requisito para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Pública.

Orientadora:Profª. Drª. Silvia Teixeira de Pinho

MIRANTE DA SERRA

2024

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO, com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Santos, Clélia Ferreira de Souza.
Empreender o turismo no Estado de Rondônia / Clélia Ferreira de Souza Santos, Mirante da Serra-RO, 2024.
-18 f.

Orientador(a): Profª. Dr. Silvia Teixeira de Pinho

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em GestãoPública EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia deRondônia - IFRO, Mirante da Serra-RO, 2024.

1. Turismo Digital . 2. Desenvolvimento Econômico . 3. Destino Turìstico Transfomaçâo Digital. I Pinho, Silvia Teixeira de (orient.).II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologiade Rondônia - IFRO. III. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Celia Reis Sales, CRB-CRB11/955 (Campus Porto Velho Zona Norte)

EMPREENDER O TURISMO NO ESTADO DE RONDÔNIA
VENTURING INTO TOURISM IN THE STATE OF RONDÔNIA
INICIAR EL TURISMO EN EL ESTADO DE RONDÔNIA

Clélia Ferreira de Souza dos Santos1
Graduada Gestão Publica
Silvia Teixeira de Pinho2
Professora Doutora em ciência

DOI: 10.54751/revistafoco.vXXnXX-
Received: ~~January 15~~th, 2024
Accepted: ~~February 21~~th, 2024

RESUMO [a]

O estudo foca no desenvolvimento do turismo em Mirante da Serra, Rondônia, destacando a necessidade de adaptação à era digital para atrair turistas. A metodologia inclui análises documentais, pesquisas de campo e observação direta, envolvendo dados de 10 empresas locais e 50 turistas. O objetivo foi transformar o município em um destino turístico inteligente através de estratégias que melhorem a infraestrutura digital e a experiência do turista. A pesquisa justifica-se pela oportunidade de revitalizar a economia local através do turismo, impulsionado pela digitalização, o que pode ampliar a visibilidade do município e melhorar a qualidade de vida dos residentes. A conclusão aponta para a importância da integração de tecnologias digitais na gestão turística, recomendando *marketing* digital, melhorias nainfraestrutura e parcerias entre o setor público e privado para promover o turismo de forma sustentável e eficiente.

Palavras- chave: Turismo Digital, Desenvolvimento Econômico, Mirante da Serra, Des tino Turístico Inteligente, Transformação Digital.

1. Clelia Ferreira de Souza Santos, Graduada em Gestão Publica EAD, .E-mail: ferreiradesouzaclelia@gmail.com formada no Instituto Federal deEducação,Ciencias e Teclogia -INFRO,Campus Porto Velho Norte. Avenida Governador Jorge Texeira3146Setor-Industrial,Porto Velho- RO, 76821-002-https:/portal.infro.edu.br>zona -norte.
2. Silvia Teixeira Pinho, Doutora em Ciencias pela EEFE-USP e Orientadora do IFRO do curso de Gestão Pública EAD. E-mail: silvia@unir.br ,Atua no Instituto Federal de Educação,Ciência e Tecnologia de Rondonia (INFRO), Campus Porto Velho Zona Norte Avenida Governador Jorge Teixeira 3146 Setor- Industrial, Porto Velho-RO, 76821-002-https:/portal.Infro.edu.br>zona-norte

Abstract

This study focuses on the development of tourism in Mirante da Serra, Rondônia, highlighting the need to adapt to the digital era to attract tourists. The methodology includes documentary analysis, field research, and direct observation, involving data from 10 local businesses and 50 tourists. The goal is to transform the municipality into an intelligent tourist destination through strategies that improve digital infrastructure and the tourist experience.The research is justified by the opportunity to revitalize the local economy throughtourism,driven by digitalization, which can enhance the visibility of the municipality and improve thequality of life of its residents. The conclusion points to the importance of integrating digital technologies in tourism management, recommending digital marketing,infrastructureimprovements, and partnerships between the public and private sectors to promote tourismin a sustainable and efficient manner.

Keywords: Digital Tourism; Economic Development; Mirante da Serra; Intelligent Tourist Destination; Digital Transformation.

RESUMEN

El turista ha cambiado. Antes, viajar requería muchos trámites burocráticos y dependencia de empresas para realizarlos; hoy, las tecnologías disruptivas han puesto literalmente en manos del turista la decisión de buscar información, elegir y comprar viajes que en algún momento se convirtieron en sus sueños, incluso por una foto vista en Instagram. Para desarrollar un destino turístico, es necesario atraer al turista. Para atraer al turista de manera ágil, es esencial comprender lo que busca y ofrecer lo que el destino ya posee, a través de los canales de segmentación utilizados, considerando el cambio en el comportamiento del turista, el concepto de destino turístico inteligente y dando visibilidad a los datos secundarios disponibles de SETUR-RONDÔNIA sobre el perfil del turista que visita RO, mediante análisis documental. También se busca identificar, a través de datos primarios recopilados en investigaciones cuantitativas y cualitativas y observación directa sobre el comercio turístico del municipio de Mirante da Serra y el turista que lo frecuenta, cómo es la presencia digital de las empresas y atracciones turísticas, y cuáles son los puntos de mejora señalados por los turistas. El objetivo principal de estos análisis es sensibilizar a todos los actores involucrados sobre la importancia de actuar en red y tener presencia digital, y proporcionar claridad sobre el perfil del turista en este destino y lo que valora. Después de combinar estos elementos, fue posible trazar una propuesta de acciones para el desarrollo turístico del Municipio de Mirante da Serra-RO.

PALABRAS CLAVE: Empreendendo Turismo; Comportamento do Turista; Presença Digital

1. INTRODUÇÃ

Nesta introdução, exploraremos algumas das características únicas de Rondônia que tornam o estado um destino atrativo para empreendedores do setor turístico. Além disso, discutiremos brevemente os desafios e oportunidades que os empreendedores podem encontrar ao iniciar um negócio turístico em Rondônia.

O Estado de Rondônia, situado na região Norte do Brasil, apresenta um vasto potencial para o empreendedorismo no setor do turismo. Com uma rica diversidade cultural, paisagens deslumbrantes e uma variedade de ecossistemas, Rondônia oferece uma gama de oportunidades para empreendedores que desejam investir no desenvolvimento e promoção do turismo na região.

Além disso, a cultura rica e diversificada do estado, influenciada pela presença de povos indígenas, colonizadores europeus e migrantes de diversas regiões do Brasil, contribui para a oferta de experiências autênticas e enriquecedoras para os visitantes. Rondônia, situado na região Norte do Brasil, emerge como um estado promissor para empreendedores interessados em investir no setor do turismo. Suas características únicas e diversificadas o tornam um destino atrativo para viajantes em busca de experiências autênticas e enriquecedoras.

Com uma vasta extensão territorial, Rondônia abriga uma riqueza natural impressionante, que inclui florestas tropicais, rios caudalosos, cachoeiras majestosas e uma biodiversidade única. Essas paisagens deslumbrantes proporcionam oportunidades para o desenvolvimento de atividades turísticas como ecoturismo, turismo de aventura, observação da vida selvagem e turismo rural, atraindo visitantes ávidos por explorar a natureza intocada.

Além disso, a cultura diversificada do estado, influenciada pela presença de povos indígenas, migrantes e colonizadores, oferece um rico caldeirão de tradições, festivais e culinária típica, proporcionando aos turistas uma imersão única na história e na cultura local.

No entanto, apesar do imenso potencial turístico de Rondônia, os empreendedores que desejam ingressar nesse mercado podem enfrentar diversos desafios. A infraestrutura turística ainda em desenvolvimento, a necessidade de qualificação

da mão de obra local, os entraves burocráticos e a promoção eficaz do destino são apenas alguns dos obstáculos que podem surgir no caminho dos empreendedores.

O presente estudo relata a situação do município de Mirante da Serra, que está passando por um momento de transformação na economia e está buscando no turismo uma forma mais atual de empreender. Duas questões nortearam esta pesquisa: (1) Como aumentar o fluxo turístico no município de Mirante da Serra através da presença digital? E a questâo 2 ?Para responder estas questões o estudo teve por objetivo propor soluções simples cuja implementação poderá alavancar a atividade turística, transformando o município em um destino inteligente em médio prazo. Por inexistir proposta semelhante no município de Mirante da Serra, optou - se por uma investigação intervencionista, que além de explicar o problema, se assume o compromissode participar efetivamente da implantação das soluções proposta.

Quanto aos fins é uma pesquisa exploratória, descritiva e aplicada. Quanto aos meios, trata- se de uma pesquisa de ação, bibliográfica e estudo de caso. As amostras estudadasforam compostas por: 10 empresas do turístico do município em estudo; a escolha foi critério de acessibilidade (**CUNHA,1997**) ao ser encaminhada pelo *WhatsApp* para outras pessoas que fazem parte do mesmo grupo estudado, composto por 50 turistas que visitaram o destino a ser desenvolvido. A metodologia utilizada contempla a construção do conhecimento através das informações obtidas no decorrer do trabalho.

Com base em todo conteúdo supracitado, estudos, pesquisas, consultorias e reuniões, resultaram num quadro de ações sugeridas para desenvolvimentos no turismo local. Deve se destacar a problematização que dá origem a presente pesquisa, de forma clara e precisa.

Referencial Teórico

O turismo no Brasil tem experimentado transformações significativas ao longo dos anos, especialmente em termos de sua contribuição para a economia nacional.

O Anuário Estatístico de Turismo (**BRASIL,2004**) destaca que as estatísticas nacionais sobre turismo são essenciais para compreender a magnitude e a diversidade do setor. Este relatório serve como uma ferramenta fundamental para planejadores e gestoresque buscam desenvolver políticas mais eficazes para o turismo.

A metodologia de pesquisa é crucial para o desenvolvimento de estudos academicos rigorosos em qualquer campo, inclusive no turismo. Vergara **(2011**) em sua obra Métodos de pesquisa em administração, enfatiza a importância de selecionar métodos adequados que possam efetivamente responder às perguntas de pesquisa propostas, fundamentando assim as bases para investigações sólidas e resultados confiáveis. Manuel Castells, em sua análise pioneira na obra A sociedade em rede (**1999**), discorre sobre como a revolução tecnológica e a expansão das redes alteram significativamente a estrutura social e econômica global. No contexto do turismo, isso implica uma mudança nos padrões de viagem e nas expectativas dos turistas, que estão cada vez mais conectados e informados.

A economia e a política do turismo são temas amplamente discutidos por Cunhaem Economia e política do Turismo (**1997**). O autor apresenta uma análise detalhada sobre como as políticas públicas podem influenciar o desenvolvimento turístico em diversos níveis, desde local até global, destacando a necessidade de uma abordagem integrada que considere tanto aspectos econômicos quanto culturais.

Em termos de capacitação e desenvolvimento de competências no setorturístico, o Programa de qualificação para o desenvolvimento do turismo **(NETO ET AL., 2009**) oferece *insights* valiosos sobre estratégias eficazes para a formação de gestores de turismo. Este programa enfatiza a importância da qualificação continuadapara enfrentar os desafios do setor e promover o turismo sustentável.

A discussão sobre destinos turísticos inteligentes é um tema contemporâneo que reflete a evolução do setor. De acordo com o Sebrae Nacional, os Destinos turísticos inteligentes são aqueles que incorporam tecnologias da informação para melhorar a infraestrutura turística e a experiência do visitante, promovendo ao mesmo tempo a sustentabilidade e a inclusão social (**SEBRAE NACIONAL, S.D**.).

A Secretaria de Estado do Turismo do Governo de Rondônia (s.d.) desempenha um papel crucial na implementação de políticas públicas que visam ao desenvolvimento do turismo no estado. Essas políticas são fundamentais para

criar um ambientefavorável que atraia investimentos e turistas, destacando a importância de uma gestãoeficaz e de iniciativas inovadoras no setor público.

A necessidade de união entre diferentes atores, com diferentes atuações, em prol de um o objetivo comum em ações em que todos envolvidos ganhem, lembra o. mutualismo, que é uma relação ecológica harmônica e interespecífica que pode ocorrer de forma obrigatória ou facultativa, no conceito da biologia, e um sistema que se baseia na contribuição de todos para benefício individual de cada um dos Contribuintes, no conceito jurídico.

Nesse contexto, a rede e sua função podem ser compreendidas:

“Rede são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar -se dentro da rede, ou seja, compartilhem os mesmos códigos de comunicação. Uma estrutura com base em redes é um sistema altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilibro. (**CASTELS,1999, p 498**)” “[...]uma das funções primordiais das infraestruturas “rede “é vincular entre si os assentamentos humanos e resolver as necessidades internas, a f fim de permitir, nessas duasescalas, a circulação de pessoas, mercadorias fluídos, energias e notícias **(TURISMO SUMMIT, 2011**).

2.1 TURISMO

Segundo a OMT (**ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO**):“o turismo compreende atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora dos eu enquadramento habitual por um período consecutivos que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros’. (**CUNHA, 1997, p.9).** Já no plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Rondônia **(2006, p.14**), o turismo é analisado sob aspecto econômico e social, através de sua capacidade de gerar emprego e renda, captar divisas e melhorar qualidade de vida das comunidades; gerando desenvolvimento sustentável e estendendo as vantagens para o investidor, empreendedor da atividade, comunidade local, núcleo receptore o próprio turista. Proporcionando ainda fonte inesgotável de conhecimento de natu- reza histórica, cultural e defende que um destino turístico inteligente gera efeitos po- sitivos em todos os subsetores, como um efeito dominó, cujos benefícios advindos do desenvolvimento do turismo atingem também saúde, mobilidade, energia, segurançae cultura. Dessa forma se define Destino Turístico Inteligente (**DTI**) como:

> “ Um destino turístico inovador, consolidado, que utiliza infraestrutura Tecnologia de ponta, facilitando a interação do visitante com empresas locais, otimizando a qualidade da sua experiência de viagem, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento sustentável doterritório turístico e melhora q qualidade de vida do residente (**TURISMO SUMMIT, 2018**)”

O evento Turismo Summit 2018, promovido pelo Ministério do Turismo Embratur e Sebrae Nacional, apresenta um resumo do Ecossistema do Turismo e informa que mais 60% dos viajantes de lazer ou negócio pesquisam na *internet* antes mesmo de saber para onde vão, assistem vídeos online quando pensam em fazer uma viagem e recorrem a ferramentas de busca *online* para planejá-la Para Poggi (2018), o futuro do turismo já chegou. Ela aposta no *Instagram* como rede social perfeita para vender viagens e destaca algumas tendências:

> “ [...] Empresas disruptivas como Airbnb e Uber descobriram e atenderam às necessidades do consumidor nãoatendidas. No centro de toda esta transformação está a tecnologia, utilizada para oferecer a melhor experiencia de compra e de consumo para cada perfil de cliente [...] A era digital mudou a forma como a sociedade funciona e se organiza, com forte impacto nas empresas. O desafio é fazer a migração dos negócios do mundo analógico para digital, oferecendo valor aos clientes e lucratividade real. [...]. A Transformação Digital cria novo desafios para os destinos e empresas da industria de viagens, mas certamente oferece umleque enorme de oportunidades para aquelas que estão acompanhando essas mudanças na sociedade e no mundo dosnegócios. **(POGGI,2018, p,4 a 13**) “

Além dos Segmentos do Turismo tradicionais definidos pelo Mtur em 2009 (Cultural, Rural, Ecoturismo tradicionais, de Aventura, de Esporte, Náutico de Saúde, de Pesca, de estudo e Intercâmbio, de Negócios e Eventos, de sol e praia e Social) outras tendências vêm despontando como Turismo Experiência de Base

Comunitário, Gastronômico (culinário autêntico, de Realização Pessoal, Sustentável, Viagens Consciente Destinos Desconhecidos e Viagens Multigeracionais.

O Turista tem se mostrado imediatista, e busca serviços flexíveis, praticidade na aquisição de produtos e serviços. A jornada do turista digital se resume em sonhar, planejar, comprar, experimentar e compartilhar. A utilização dos dispositivosmóveis nos serviços de viagens também se deve à ascensão da economia compartilhada: tendência nos hábitos dos consumidores de dividir o uso (ou a compra)de serviços e produtos, numa espécie de consumo colaborativo. Essa tendência se mostra atraente aos viajantes devido ao custo-benefício e às experiências únicas que propicia. Há indícios de que o Facebook ocupe a primeira posição, com 2 bilhões de usuários ativos por mês. Em seguida estão o *WhatsApp* (**1,3 BILHÂO**), *Messenger* (**1,2BILHÂO**) *Wechat* (**938 MILHÔES**).

Por atrativo turístico entende-se lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo **(MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004**). Esse interesse se traduz na capacidade de atrair turistas a um destinopor um determinado período.

Os atrativos turísticos podem ser de ordem cultural, histórica, geográfica ou bens e serviços, acrescido de infraestrutura de acesso e transporte, hospedagem, alimentação, agenciamento e outros que possibilitem o deslocamento e a permanência dos visitantes, O Estado de Rondônia possui vários atrativos e se destaca no cenário de belezas naturais. Nesta perspectiva a maior das potencialidades e as águas rondonienses, com essa harmonia a Setur criou a “Rotas das Águas”. O destino comtempla vários municípios e oferecem rios, cachoeiras, vales e parques. Formação étnica do seu povo e aspectos culturais. Os atrativos Rondoniensessão bem descritos nesse contexto:

“ O Rota das Águas é um atrativo rico por suas belezas naturais. Nos municípios deste polo temos os mais lindos parques, além de vales das cachoeiras com queda d’água de até 30 metros de altura, a beleza das cachoeiras atrai turistas de Rondônia e de outros lugares, se tornando referência turista de Rondônia. (**SETUR, 2024**)”.

1 METODOLOGIA

A Metodologia utilizada reúne elementos diversos, desde coletas de dados, pesquisaaté consultoria, sendo elas: Números de Município, Projeto Sebrae Total, Agência Sebrae de notícias, Sites de Busca, Palestra Interativa, Mapeamento do Turismo e Percepção do Turista.

Quanto aos fins, a pesquisa é exploratória por se tratar de tendências futuras e pouco se encontra sobre o tema, é exploratória por sercoletar opinião dos turistas e apresentar situação atual das empresas, é descritiva porcoletar opinião dos turísticas e apresentar situação atual de empresas, é aplicada poridentificar uma necessidade de resolver um problema concreto e intervencionista porhaver uma interposição participativa na realidade **(VERGARA 2011**).

Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa-ação, ao mesmo tempo bibliográfica por analisar dados estáticos oficiais disponíveis e materiais publicados em redes eletrônicos e estudo decaso.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em 2021, a Setur e o Sebrae iniciaram parceria para desenvolvimento em Rondônia. É inegável a força do Turismo pode gerar no impulsionamento de oportunidades, gerando emprego, renda e cidadania. Rondônia possui um enorme potencial para desenvolvimento do setor, baseado em seus recursos naturais, patrimônio de paísescom grande fluxo turístico.

O Turismo é um grande gerador de emprego e renda e é possível aproveitar projetos exitosos desenvolvidos pela Setur na atuação em Conjunto: “O programa Viaja Mais Servidor foi uma grande estratégia, sobretudo para aquece o turismo interno. Uma ideia é estender a iniciativa até para outras entidades e o Sebrae e os seus colaboradores jápoderão ser os primeiros”, frisou ele. (**SEBRAE,2021**).

Em um relatório com resultados alcançados no ano de 2017, finalidades e competências atuam de forma estratégica, inovadora e pragmática com objetivo de cumprir missão de “promover a competividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios fomentando o empreendedorismo”, (identificação do Sebrae/RO:Relatório de gestão). Expandindo -o para pequenos empreendimentos localizados nos52 municípios povoados e vilas do Estado; contribuir para melhoria do desempenho dos negócios em temos de receita e satisfação de clientes; promover o

justo atendimento a qualquer empreendedor Rondoniense, possibilitando maior geração de emprego e renda em todos os níveis socioeconômicos e em toda a geografia e contribuir para a melhoria da economia dos municípios rondonienses e consequentemente da economiaestadual.

Essa metodologia contempla duas horas de atendimento técnico gratuito personalizado nas empresas com orientações sobre marketing, atendimento, finanças, gestão; em 2017.

De acordo com Portal do Empreendedor, Mirante da Serra em Rondônia possui 10.818 habitantes, sendo que 1,134 desses habitantes sãos economicamente ativas,ou seja, que movimentam a economia local e nacional.

Mirante da Serra, RO vem crescendo, e muito desse crescimento é devido às 683 empresas registradas na cidade que geram empregos para a própria população de Mirante da Serra e as cidades vizinhas. Há 252 microempreendedores individuais registradas, e as cinco principais atividades de atuação desses microempreendedores, são: ¨ Ensino de música -8592-9/03 ¨ Fabricação de produtos de carne-1013-9/01 ¨ Outras atividades de ensino não especificadas anteriormente -8599-6/99 ¨ Reparação de joias- 9529-1/99 Trabalho e Rendimento: em 2021, o salário médio mensal era 1,7 salários-mínimos.

A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 14, 11 %. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 47 de 52 e 18 de 52, respectivamente. Já na comparação com cidades do País na comparação com cidades do país todo, ficava nas posições 3962 de 5570 e 2641 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, tinha 41,8% da população nessas condições, que o colocava na posição 24 de 52 dentro as cidades do estado e na posição 24 de 52 dentre as cidades do estado e na posição 2496 de 5570 dente as cidades do Brasil. (**IBGE, 2022**).

E na categoria Educação, em 2010, a taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade era de 98%. Na comparação com outros municípios do estado, ficava na posição 8 de 52. já na comparação com outros de todo o país, ficava na posição 2065 de 5570. Em relaçãoao IDEB, no ano 2021, IDEB, para os anos iniciais do ensino fundamental na rede pública era 5 e para os anos finais, 4,8. Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 28 e 24 de 52. Já na compa-

ração com o município de todo o país, ficava nas posições 3649 e 2559 de 5570. (**IBGE, 2022**).

Na Economia: Em 2021, o PIB per capita era de R$ 24.566,5. Na comparação com outrosmunicípios do estado, ficava nas posições 38 de 52 entre municípios. Já o percentual de receitas externas em 2015 era de 86,9%, o que o colocava na posição 28 de 52 entre os municípios do estado e na 2813 de 5570. Em 2017, o total de receitas realizadas foi R$ 27.384,12 (X1000) e o despesas empenhadas foi de R$ 22.100,17(x100). Isso deixa o município nas posições 37 e 38 de 52 entre os municípios do estado e na 3226 e 3450 de 5570 entre os municípios. **(FONTE CIDADES. IBGE- IBGE GOV.BR.).**

Saúde: A taxa de mortalidade infantil média na cidade é cidade é de 30,77 para 1.000 nascido vivos. As internações devido a diarreias são de 314 para 1.000 habitantes. Comparado com todos os municípios do estado, fica nas posições 5 de 52 e 4de 52, respectivamente. Quando comparado a cidades do Brasil todo, essas posições são de 456 de 5570 e 213 de 5570, respectivamente. (**IBGE, 2022**).

No Meio Ambiente: Apresenta 1,9% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 79, 3/% de urbanos em vias públicas com arborização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). Quando comparado com os outros municípios do estado, fica na posição42 de 52, 6 de 52, respectivamente.

Já quando comparando a outras cidades do Brasil, sua posição é 5238 de 5570, 2452 de 5570 e 4630 de 5570, respectivamente. Território: Em 2022, a área do município era 1.191,875km, o que o coloca na posição 43 de 52 entre os municípios do estado 1236de 5570 entre todos os municípios. (**IBGE,2022**).

Através das consultorias realizadas no projeto Sebrae Total em aproximadamente 80% do tradeturístico do município de Mirante da Serra, foram diagnosticados alguns relevantes em comum a maioria: Os empresários são muito dedicados ao negócio apaixonados e comprometidos com a qualidade do serviço prestado. A dificuldade em encontrar mão obra qualificada e comprometida, limitando o empresário a crescer até o porte em que a família consiga dar conta das tarefas, para não comprometer a qualidade do serviço, devido á alta taxa de absentismo no pico do verão. Não faz seleção. A maioria não faz seleção e recrutamento de pessoal com

base no perfil desejado, ficando refém do funcionário, que trabalha como e quando quer.

Também quase não foi encontrado programa de benefícios e recompensas que privilegie os colaboradores mais dedicados. Grande parte das empresas não possui sistema de gestão de informação integrado. E quando o tem, os dados quase nunca são utilizados como base para tomada de quando o tem, os dados quase nunca são utilizados como base para tomadas de decisãoestratégicas. Isso reflete no consumo do tempo do empresário em tarefa que poderiam ser otimizados pelo sistema.

A grande maioria dos estabelecimentos de hospedagem possui cadastro de cliente, mas não utiliza para fomentar novos negócios e criar relacionamentos ***(FOLLOWP***). Quase não há segmentação de público-alvo, uma das práticas utilizadas no MEG-Modelo de Excelência em Gestão. Em 2015, não havia nem 2 pousadas ou hotéis cadastrado nos sites de busca de hospedagem maisconhecidos. Uns por desconhecimento das plataformas digitais, outros por não dominarem ferramentas de *internet* e ainda houve quem não considerava a empresa preparada e temia avaliações negativas por parte dos clientes.

Naquela época, ao orientar os empresários a divulgarem os eventos na região da região aos seus clientes cadastro e nas mídias sociais, eles alegram que encontravam dificuldade em conseguir o calendário de eventos do município com a antecedência necessária, pois muitos turistas planejam suas viagens de férias ou feriado até mesmo um ano antes, e essas informações deveriam estar disponíveis em tempo hábil. A Oficina Sebrae de Empreendedorismo (**OSE**) é uma das maiores capacitações em massa do país, projetada para um público-alvo formado por empreendedores formais e informais, mas com atenção geral de conceitos e práticas especial aqueles com interesse se preparar para montar um negócio. Tem como objetivo oferecer uma visão sobre o tema empreendedorismo e propõe transformar conhecimentos e experiências em estratégias para obterresultados em negócios

Em Rondônia, são 25 municípios no Mapa do Turismo. O Estado conta com sete regiões Turístico Madeira Mamoré; polo turístico Vale do Jamari, polo turístico Caminhos das Águas, Polo Turístico Rios Rondon; Polo Turístico Vale Guaporé, Polo Turístico dos fortes e Polo Turístico Zona da Mata.

Figura1, Regioes Turistas

FONTE: Rondônia ro.gov.br. foto mapa da Setur.2022

O atual mapa do Turismo Brasileiro é instrumento instituído pela portaria 172/2016 do Ministério do Turismo, cujo objetivo é orientar a atuação deste Ministério no desenvolvimento de políticas públicas tendo o foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e centralizada. O Programa de Regionalização do Turismo considera as instancias como responsáveis pela definição de prioridades; pela coordenação das decisões a serem tomadas; pelo planejamento e execução do processo de desenvolvimento.

5 CONCLUSÃO

O esforço e comprometimento do Governo de Rondônia com o desenvolvimento do turismo no estado são claramente evidentes através das ações delineadas no Planejamento Estratégico do Turismo de Rondônia 2017-2019.

A missão de promover o turismo como uma atividade econômica sustentável, com inclusão social e geração de emprego e renda, junto com a visão de ser uma referência nacional na gestão do turismo, refletem os valores éticos, ambientais e de responsabilidade social do estado.

As estratégias implementadas, como o Concurso Fotografia "Viva Rondônia" e o Famtour, demonstram um compromisso efetivo em aumentar a oferta turística e atrair visitantes, ao

mesmo tempo em que capacita agentes de viagens e colaboradores do setor turístico. Essas iniciativas estão alinhadas com os princípios de planejamento estratégico, gestão integrada, fortalecimento da regionalização e parcerias institucionais e privadas, promovendo a sustentabilidade e a integração com o meio ambiente e a cultura local.

A plataforma "Rondônia Tem Tudo" exemplifica o compromisso do governo em fornecer recursos e informações acessíveis aos turistas e moradores locais, incentivando o turismo interno e facilitando a descoberta das belezas naturais, culturais e históricas do estado. Portanto, a gestão eficiente e eficaz das políticas públicas de turismo é essencial para promoverum desenvolvimento sustentável e contínuo, e Rondônia está demonstrando um compromissosério em alcançar esse objetivo, integrando setores público e privado em busca de um turismode qualidade e acessível para todos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico de Turismo. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2004.

VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 498.

CUNHA, L. Economia e política do Turismo. 1. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1997. p. 9.

TURISMO SUMMIT. Disponível em: http://www.turismosummit.com. Acesso em: 6 out. 2018.

POGGI, M. Transformação digital no turismo. São Paulo: Estratégia Consultoria Turista Ltda, 2018. p. 4-13.

SEBRAE RO. Relatório de Gestão Individual. Disponível em: http://www.ro.sebrae.com.br. Acesso em: [data de acesso].

GOVERNO DE RONDÔNIA. Secretaria de Estado do Turismo. Disponível em: https://rondonia.ro.gov.br/setur. Acesso em: [data de acesso].

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Fonte cidades. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados. Acesso em: [data de acesso].

NETO, A. P.; SILVA, F. J. P. da; TRIGO, L. G. G. Programa de qualificação para o desenvolvimento do turismo: formação de gestores das políticas do turismo. Florianópolis, 2009.

SEBRAE NACIONAL. Destinos turísticos inteligentes. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/portal sebraes/sebraez/destinos-turísticos-inteligentes>. Acesso em: 7 set. 2018.