

Relatório da Oficina de Planejamento



Planejamento Estratégico da ABRATURR

Nova Friburgo - RJ

Outubro 2003

1- Apresentação

No período de 28 a 30 de Outubro na cidade de Novo Hamburgo – RJ foi realizada a Oficina de Planejamento Estratégico proposta pela diretoria da ABRATURR com o objetivo de:

Elaborar um planejamento estratégico que consolide a ABRATURR como legítima representação do Turismo Rural Brasileiro de maneira: Politicamente Efetiva, Empresarialmente Vantajosa e Profissionalmente Competente

Contando com o apoio do SEBRAE Nacional e do SEBRAE-RJ, foi possível reunir um conjunto expressivo de lideranças envolvidas no desenvolvimento do Turismo Rural Brasileiro e que se dispuseram a concentrar suas energias na busca dos caminhos que permitirão ao setor, encontrar a forma mais adequada e eficaz de servir aos interesses dos proprietários e empreendedores rurais e ao desenvolvimento sustentável do país.

Na abertura dos trabalhos, o presidente da associação Carlos Solera agradeceu a presença de todos e passou a palavra para o Sr. Dival Schmidt do SEBRAE Nacional, ambos demonstrando expectativa e confiança nos resultados a serem alcançados. Em seguida o Sr. Silvio Barros, consultor contratado para moderar a oficina, agradeceu a disposição de todos, enfatizando o contexto que envolve o país neste momento e particularmente as perspectivas e compromissos assumidos pelo governo em priorizar o setor, propôs o desafio ao grupo para realizar o melhor trabalho possível dentro do tempo que se dispunha e passou a explicar a forma como seria realizada a oficina. Em seguida, os participantes se apresentaram, manifestando suas expectativas no que diz respeito ao desenvolvimento da oficina e resultados esperados. Nas expectativas dos

participantes, foi consensual o interesse em buscar soluções, diretrizes, compartilhar idéias e propor mecanismos de cooperação e ação coordenada entre os participantes.

Foi feita uma breve exposição sobre o roteiro metodológico proposto para o planejamento estratégico, as técnicas de visualização e documentação utilizadas para as atividades em grupo no enfoque participativo, estruturando-se o programa de trabalho.

Ao final da oficina, os participantes se consideraram satisfeitos com o trabalho e identificaram 3 resultados que materializam a situação desejada para a ABRATURR num horizonte de 15 meses a partir desta data, se propondo a realizar outra entre Nov. 04 e Fev.05 para avaliar o progresso alcançado e definir os passos seguintes.

Os resultados propostos foram os seguintes:

1. ABRATURR consolidada como legítima interlocutora do Turismo Rural e reconhecida pelos empresários e pelo mercado como referência de qualidade no desenvolvimento e defesa do segmento do Turismo Rural Brasileiro.
2. O Turismo Rural entendido pelo mercado como uma boa opção de lazer, contato com a natureza e vivência da cultura e atividades rurais promovendo o desenvolvimento sustentável
3. Parceiros públicos, privados, e instituições interessadas, articulados com a ABRATURR no fortalecimento do Turismo Rural como atividade econômica de relevância social, cultural e ambiental.

2 - Conteúdo

- 1- Apresentação
- 2- Conteúdo
- 3- Indicadores
- 4- Participantes
- 5- Objetivo e Programa da Oficina
- 6- Análise de Situação: Pontos Fracos
- 7- Pontos Fracos: Gravidade dos Problemas
- 8- Pontos Fracos: Urgência de Superação
- 9- Análise de Situação: Pontos Fortes
- 10- Pontos Fortes: Aspectos Relevantes
- 11- Análise de Situação: Ameaças
- 12- Gravidade das Ameaças
- 13- Análise de Situação: Oportunidades
- 14- Oportunidades Estratégicas
- 15- Visão e Missão
- 16- Planejamento Estratégico: Resultados e Atividades
- 17- Mecanismo de Gestão

3 - Participantes da Oficina

Nome	Formação	Empresa	Expectativa
Suzana	Empresária de TR	Ametur	Participar da Construção e legitimação do TR no Brasil
Andréia Roque	Programa de Desenv. Regional / Professora	ABRATURR	Contribuir p/ fortalecimento da Abraturr e do TR
Vera Lucia	Coord. Comitê Gestor do Turismo Rural	Turisrio	Que a Abraturr possa desenv. o TR no Brasil
Paulo	Empresário – Editor de revistas	Paulisturr	Que a Abraturr tenha objetivo e meios para atingi-lo
Toledo	Gerente Estadual Turismo Rural	Turisrio	Que Abraturr não seja um entidade cartorial
Macarrão	Consultor Técnico	Consórcio Caparaó	Que Abraturr depois da oficina exista de fato e direito
Lourdinha	Consultora e Professora	Abraturr/unidavi	Legitimidade e Continuidade
Graça	Produtora Rural (gado)	Faepa/Senar	Conhecer e levar p/ o Pará
Ana Claudia	Gerente Turismo Sebrae-RJ	Sebrae-RJ	Contribuir para Plano de Ação efetivo da Abraturr
Rogério	Empresário/Consultor TR	Ametur	Estaduais c/ objetivo claro
Denise	Professora/Consultora	Abraturr DF	Legitimidade/Sustentabilidade e profissionalismo
Mônica	Coord. Programa Turismo	Sebrae-MG	Efetivação da ABRATURR
Neiva	Gerente	EMBRATUR	Ajudar Planejar os rumos da Abraturr
Vitória	Consultora	Consortio Engenhos	Conhecer diferentes enfoques da questão /Participar do Planejamento
Violento	Produtor Rural	Abraturr – RJ	Fortalecer/Organizar/Desenvolver
Bebel	Proprietária de . Empreendimento de TR	Paulisturr	Aprender/Discutir/Contribuir com o Turismo Rural na região
Ana Beatriz	Proprietária. Rural e educadora	Abraturr – RJ	Organização nos estados com foco no Desenvolvimento Sustentável
Maria Helena	Coordenadora do. Programa de TR	Sec. Turismo do Rio Grande Sul	Fortalecimento da Abraturr e do T.R.
Irma	Coordora do Programa Turismo Rural	Fundação 25/Julho	Conhecimento e contribuição p/ Abraturr e TR
Leandro	Proprietário de Agroturismo	Agrotur	Estudo/Afinidade/Planejamento .
Dival	Unid. De Turismo	Sebrae	Parceria
Solera	Consultor/empreendedor de TR	Abraturr Nacional.	Contribuir p/ efetiva organização da Abraturr

RELATÓRIO DA OFICINA DE PLANEJAMENTO

LISTA DE PRESENÇA

NOME	ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL
Astrogildo Toledo	TurisRio	(21) 2544 7175	toledo@turisrio.rj.gov.br
Maria Helena Muller	SETUR.RS	(51) 3288 5448	diplan@turismo.rs.gov.br
Maria Isabel Scarpa de Arruda	Paulisturr	(11) 4023 1335	bebelcafe@uol.com.br
Leandro Carnielli	Agrotur	(28) 3546 12 71	familiacarnielli@bol.com.br
Ana Beatriz Lima Cordeiro Roselli	Abraturr-RJ	(21) 2578 2090/9947 3999	aprendizdefazendeiro@uol.com.br
Ayrton Violento	Abraturr-Rj	(22) 2668 8178	ecorural@netflash.com.br
Irma Bertoldi	Fund M. 25 de Julho	(47) 4241188	fm25.foi@zaz.com.br
Denise Bovorny Messias	Abraturr-DF	(61) 3272 573	denisemessias@hotmail.com
Grça Barbosa	Faepa-Senar	(91) 9994 4231	gracamarajo@ig.com.br
Maria de Lacerdes V. Binatti	Abraturr-NA	(49) 2227 7954	lubunatti@unidar.edel.br
Vitória Andrade		(81) 9972 8801	vitória@elogica.com.br
Ana Claudia Mello Vieira	Sebrae-RJ	(21) 2215 9412	acvieira@rj.sebrae.com.br
Rogério Berarndes Ferreira	Ametur	(31) 9107 7772	rogerio@pedradosino.com.br
Suzana Souza Lima Matos de Paiva	Ametur	(31) 3292 5711	suzana@ametur.tur.br
Sebastião Carias	Consórcio Caparaó	(28) 3551 2017	macarraocarias@escelsanet.com.br
Mônica Estela de Alencar Castro	Sebrae-MG	(31) 3371 9102	monicas@sebraemg.com.br
Dival Schimdt Filho	Sebrae	(61) 3487 337	Dival.schmidt@sebrae.com.br
Neiva A Duarte	Embratur	(61) 429 7795	neiva.Duarte@embratur.gov.br
Andréia Roque	Abraturr	(11) 3518 8944	andréia@turismodecampo.com.br
Vera Lucia Ferreira de Souza	TurisRio	(21) 2299 4348	verasouza@turisrio.rj.gov.br
Paulo Junqueira Arantes	Paulisturr	(11) 3817 5583	Paulo@turismodecampo.com.br
Carlos Roberto Solera	Abraturr	(41) 339 16 95/(49) 236 1418	Carlos_solera@hotmail.com

5 - Objetivo e Programa

Objetivo da Oficina:

Elaborar um planejamento estratégico que consolide a ABRATURR como legítima representação do Turismo Rural Brasileiro de maneira: Politicamente Efetiva, Empresarialmente Vantajosa e Profissionalmente Competente

PROGRAMA:

28/Out -

- 09:00 - Boas Vindas e abertura da Oficina
- 10:00 – Exposição da Metodologia e Acordo de Convivência
- 10:30 – Apresentação dos Participantes
- 12:00 – Indicadores e Parcerias
- 14:00 – Pontos Fracos – Gravidade e Urgência
- 16:30 – Pontos Fortes – Relevância
- 19:30 – Apresentação de Casos e Experiências

29/Out

- 08:30 – Ameaças – Gravidade
- 13:30 – Oportunidades – Relevância
- 17:00 – Áreas Estratégicas – Definição dos Resultados
- 18:30 – Apresentação de Casos e Experiências

30/Out

- 08:00 – Trabalho em Grupos – Atividades
- 11:00 – Cronograma
- 11:40 – Visão e Missão
- 13:00 – Definição do Grupo Gestor
- 14:00 - Avaliação

4 – Indicadores & Parcerias

Para poder avaliar se o objetivo tanto da Oficina como da própria ABRATURR estão sendo alcançados, e para poder efetivamente representar o setor politicamente, ficou absolutamente claro que a ferramenta mais importante são NUMEROS.

A pergunta é: Quais números e como consegui-los ?

Fez-se então um exercício de identificar e listar os indicadores que seriam necessários e aqueles que seriam possíveis de serem levantados no decorrer do tempo e que passarão a ser a base do banco de dados sobre os quais a ABRATURR vai desenvolver sua ação de representatividade.

1 INDICADORES

- Casos de Sucesso – Teses / Monografias
- Empregos (inclusão social & econômica – jovens, mulheres – idoso) qualificação e remuneração – relação emprego/ha
- Investimentos
- Número de Propriedades (quantidade e área) -
- Numero de Negócios - Cadeia Produtiva – Oferta
- IDH x Turismo Rural
- Faturamento
- Numero de Consumidores
- Refluxo do Êxodo Rural
- Agregação de Valor á Produção Rural
- Preservação patrimônios cultural e ambiental
- Grau de Informalidade dos empreendimentos
- Índice de mortalidade dos negócios

Também ficou evidenciada a importância de se fortalecer parcerias com outras entidades ou instituições que tem convergência de interesse com o Turismo Rural e/ou que tem superposição de atividades com o setor de forma que antes do fechamento do planejamento estratégico se buscasse ouvir a opinião e as contribuições deles no sentido de enriquecer os resultados, consolidar ações conjuntas e na medida do possível minimizar duplicidade de esforços orientados para o mesmo público, qual seja: o empreendedor rural.

2 PARCERIAS

Emater
Ministério do Desenvolvimento Agrário
Ministério da Agricultura
SENAR
SENAC
Confederação Nacional da Agricultura
TRAF

Ficou ainda identificada uma necessidade de se compartilhar a primeira versão do relatório com outros atores ligados ao turismo rural localizados nas regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste, em função de suas peculiaridades regionais e da baixa representatividade durante a Oficina.

6 – Análise de Situação: Pontos Fracos

GESTÃO

- Estrutura organizacional deficiente
- Recursos Financeiros Inexistentes
- Entidade centralizadora por força das circunstâncias
- Precariedade de Recursos Humanos
- Estrutura Administrativa Insuficiente
- Estrutura Física Inexistente
- Gestão não profissionalizada

- Indefinição de Critérios e Segmentos de Associados
- Produto Abraturr Indefinido

- Capacitação de Lideranças do setor inexistente
- Falta de validação das lideranças

PLANEJAMENTO

- Falta de norte bem definido com metas, cronograma e plano de ação
- Estatuto Defasado
- Falta de foco na fonte de geração de Renda e Trabalho
- Ações Pontuais e Isoladas
- Falta de regionalização das atividades

BASE DE DADOS

- Falta cadastramento/inventário das propriedades de TR nos estados
- Ausência de dados s/ a atividade e perfil dos empreendimentos e empreendedores
- Inexistência de Indicadores

ARTICULAÇÃO & INTEGRAÇÃO

- Articulação precária com instituições, entidades e outros ligados ao TR
- Inexistência de estratégia para captação de novas parcerias
- Falta articulação e integração entre os Estados e Regiões

REPRESENTATIVIDADE & LEGITIMIDADE

- Ausência de postura associativista –
- Falta de organização e desenvolver melhor o TR Falta de um envolvimento maior entre empresários, produtores e proprietários rurais
- Falta de uma política de mobilização
- Desconhecimento das peculiaridades do TR por parte dos produtores rurais
- Falta de articuladores nos estados

RELATÓRIO DA OFICINA DE PLANEJAMENTO

- Não ter ainda representatividade em todos os estados
- Pequeno numero de associados
- Pouca representatividade
- Produto TR não definido

POLÍTICAS PÚBLICAS

- Falta de uma legislação que favoreça a atividade do TR
- Representatividade política do TR deficiente
- Inadequação das políticas públicas de Turismo e agricultura
- Dificuldade do exercício da atividade por falta de normas e procedimentos

COMUNICAÇÃO

- Divulgação precária dos propósitos, das ações, objetivos e ideais
- Inexistência de uma estratégia de comunicação
- Plano de comunicação interna inexistente
- Falta de difusão das informações da Abraturr para os Estados

9 – Análise de Situação: Pontos Fortes

RECONHECIMENTO NACIONAL

- Reconhecimento junto as instituições e governos
- Representa um segmento novo (15 anos) que permite atuar como construtora de propostas e ideais
- É conhecida nacionalmente
- É uma associação representativa
- A força do terceiro setor
- Credibilidade

- Representar um segmento com enorme potencialidade
- Consciência da importância do TR no contexto turístico no meio rural

ATORES & COADJUVANTES

- Pessoas comprometidas com o ideal do Desenvolvimento do TR
- Seus abnegados dirigentes que são reconhecidamente detentores de grande experiência
- Vontade de Existir
- Visão crítica
- Existência de capital intelectual e a diversidade de formação do grupo que faz a Abraturr de hoje
- Ter um corpo técnico de grande competência
- Possuir um grupo de motivadores

- Atores sociais do processo comprometidos com o Desenvolvimento Sustentável
- Ter atores sociais envolvidos que acreditam numa proposta de Qualidade de Vida

- Reconhecer as fraquezas e estar buscando a reestruturação
- Entusiasmo
- Lideranças comprometidas
- Disposição dos dirigentes para discutir novos rumos
- Apesar das ações isoladas, as pessoas estão comprometidas com o desenvolvimento do TR
- Diversos representantes realizando trabalhos voluntários e associativos

PARCERIAS

- Capacidade de articulação com parceiros
- Ter parceiros competentes
- Potencial de articulação e mobilização das lideranças locais
- Capilaridade potencial
- Potencial de atuar nacionalmente articulando diretamente com os empreendedores
- Integração com Estados, Municípios e instituições

ATIVIDADES

- Estar dando importância á regionalização
- Pelos esforços já empreendidos
- Acúmulo de acervos técnicos e conhecimento adquirido
- A bagagem e conhecimento dos atuais membros
- Nos estados onde já atua, tem profissionais competentes engajados
- A importância do seu pioneirismo e a área de abrangência nacional

- Resgate da memória rural brasileira

- Representar um segmento com cara tipicamente brasileiro
- Possibilidade de realização de diagnóstico do segmento
- Poder auxiliar a normatização da atividade turística no meio rural

11 - Análise de Situação: Ameaças

Quais as ameaças externas que podem prejudicar a representatividade da ABRATURR ?

CULTURA EMPRESARIAL:

- Falta de cultura empreendedora de produtores rurais.
- Falta de cultura associativa de produtores rurais.
- Desconhecimento da atividade e do turismo rural por parte dos produtores rurais.
- Falta organizar e desenvolver melhor o turismo rural.
- Visões restritas e individualistas do turismo rural.
- Dificuldade de motivação em explorar ou disponibilizar seu capital (natural ou cultural) para o turismo rural.

DISPUTA POR ESPAÇOS.

- Sobreposição de ações de entidades que tem atuação no turismo rural
- Pouco intercâmbio. Uso inadequado por agentes externos do nome Abraturr para se auto-promover
- Proliferação de diferentes entidades não associadas entre si.
- O surgimento de entidades nacionais que possam alcançar maior representatividade do turismo rural.
- A vaidade de entidades parceiras a dos políticos.
- Divisão de diversos segmentos do turismo rural (Associações paralelas).

REGULAMENTAÇÃO:

- A falta de legislação/normatização do turismo rural
- Indefinição da política para o setor.
- Não regulamentação da atividade pelas instituições responsáveis (EMBRATUR/Ministério do Turismo).
- Não publicação pelo Ministério do Turismo das diretrizes para a política nacional de turismo rural aprovada nas oficinas da Embratur de 1998.
- A informalidade de empreendimentos turísticos rurais.

CONTEXTO POLÍTICO:

- A distância do discurso político e a efetiva priorização do turismo rural.
- Falta de representatividade política do turismo rural.
- Dificuldade de comunicação e interlocução por parte do poder público.
- Interrupção do processo nas mudanças de governo.
- Falta de apoio governamental para as atividades rurais que compõem turismo rural.
- Não reconhecimento desta associação como representativa por parte de alguns possíveis parceiros.

DESARTICULAÇÃO:

- Capacidade de articulação do turismo rural.
- Atividade caracterizada por ofertar muitos produtos e diferentes cadeias produtivas dificultando articulação.
- Limitação/dificuldade de comunicação entre os atores a potenciais atores do turismo rural.
- Descrédito do empresário rural em propostas ou ações coletivas e/ou cooperativas.
- Baixo comprometimento do empresário rural que explora o turismo rural com os princípios e conceitos da atividade.

RELAÇÕES COM O MERCADO:

- Dificuldade do mercado em acessar ou conhecer empreendimento de referência em turismo rural.
- O desconhecimento de turismo rural para mercados e atores locais.
- Oportunismo mercadológico dissociado do conceito de turismo rural promovendo concorrência desleal ou predatória.
- Concorrência predatória entre as empresas de turismo rural.
- Não aceitação do produto turístico rural por parte do mercado consumidor em algumas regiões dos países.

CONCEITO DE PRODUTO:

- Descaracterização da cultura rural (regional/local) em seus vários aspectos
- Não existe consenso no discurso turismo rural
- Conceito de produto turístico rural mal formulado
- Falta de profissionalismo.
- Produto de turismo rural sem qualidade.
- Integração inadequado produto rural e o turismo rural nas propriedades.
- Falta de integração entre a cultura rural e o turismo rural.

RECURSOS FINANCEIROS:

- Burocracia e dificuldade de acesso a créditos para investimentos
- Falta de recursos para investimentos públicos no desenvolvimento do turismo rural
- Dificuldade das instituições que tem recursos em disponibilizar informação.
- Desconhecimento dos agentes financiadores das peculiaridades do turismo rural.

13 – Análise de Situação: Oportunidades

Quais as oportunidades que o cenário atual oferece para favorecer a consolidação da ABRATURR ?

RELAÇÕES E GOVERNO:

- Valorização do segmento turismo rural dentro das instituições do Ministério
- Abertura financeira para setores TRAF, Artesãos, agroindústrias.
- Governo Federal considerando o turismo como atividade impulsionadora do Desenvolvimento Econômico Social.
- Criação do Plano Nacional de Turismo e M.T. com observação para o turismo rural.
- Conscientização de uma parte de administradores públicos para os benefícios do turismo rural. Prioridade governamental de inclusão social.
- Reconhecimento do segmento turismo rural pelos órgãos competentes (ex: site da Embratur)

PARCERIAS:

- Interesse do Sebrae e outros componentes do sistema S e desenvolvimento e fortalecimento do turismo rural.
- Possibilidade de firmar parcerias internacionais.
- Fomento ao associativismo.
- Diversidade da cadeia produtiva envolvida pelo turismo rural
- O uso de turismo rural como ferramenta de consórcios entre municípios.
- Maior facilidade de encontros de parceiros.
- Existir um grupo atuante no segmento com disponibilidade e vontade de crescer
- Necessidade de uma entidade forte e representativa para atuar sugerindo políticas, mecanismos e instrumentos para o crescimento da atividade de turismo rural.
- A existência de grupos, associações regionais e locais que podem necessitar de uma entidade representativa em nível nacional.

INFRA-ESTRUTURA:

- A melhoria dos meios de acesso aos destinos.

ELEMENTOS DE CONCEITO:

- Turismo que possibilita o envolvimento da população local e regional.
- Reconhecimento do segmento turismo rural pela academia (ex: faculdades, institutos de pesquisa.).
- Pela atividade ser a alternativa viável para o homem do campo.
- Possibilidade de inversão do êxodo rural com geração de trabalho e renda.
- Promove a inclusão social no meio rural.
- Oferta de muitos cursos de capacitação e qualificação para produtos e serviços do turismo rural.
- Possibilidade muitas pessoas na unidade familiar (melhor idade, mulheres, etc.) que encontram no turismo rural uma chance de desenvolvimento.

POLITICA:

- Os políticos candidatos – maior comprometimento com o turismo rural=> lobby. O cenário político atual.

TECNOLOGIA:

- Acesso aos meios de comunicação
- As novas tecnologias de comunicação disponíveis ao turista.

CONCEITO:

- Possibilidade de conciliar Econômico, Social e Preservação Ambiental.
- Aumento da procura por parte de proprietários rurais de informações e conhecimento sobre turismo rural.
- Turismo como gerador de renda agregando valor à produção rural.
- Grande potencial do Brasil para atividade.
- Maior sensibilização e responsabilidade na preservação ambiental.
- A busca do produtor rural de uma nova atividade que melhore a sua qualidade de vida.
- Oportunidade do turismo rural como alternativa sustentável para o agricultor.

EXPECTATIVA DA DEMANDA:

- Potencial educativo e científico do turismo rural.
- Apelo de brasilidade da atividade de turismo rural
- Possibilidade de incorporar diferentes camadas sociais reduzindo os efeitos de sazonalidade.
- Segurança para a família.
- Convívio com a natureza.
- Convívio com a cultura local.
- Público ter interesse pela gastronomia regional rural.
- Estabelecimentos que estão dando certo
- Turista procurando suas raízes.
- Interesse das pessoas sobre os saberes e afazeres das atividades no meio rural.
- Resgate das tradições ligadas ao homem do campo.
- Melhor relação custo X benefício para o turista comparativamente a outras alternativas de turismo.

MERCADO:

- Crescimento da oferta de roteiros, produtos e serviços dentro do segmento do turismo rural.
- Necessidade de produtos turísticos sustentáveis para o mercado internacional
- Valorização do crescimento do turismo interno
- Existe um público carente de melhores ambientes que podem ser oferecidos pelo turismo rural.
- Potencial de mercado para novos empreendimentos.
- Atividade de turismo rural em franco desenvolvimento
- A segmentação efetiva do turismo.
- O agro-negócio em alta.
- O interesse crescente pela atividade do turismo no meio rural em âmbito nacional.
- Tendência a viagens de curta duração e pequenos deslocamentos.

15-Visão & Missão

VISÃO DA ABRATURR

Consolidação do segmento turístico rural com o fomento de práticas economicamente viáveis, socialmente justas, comprometidas com o desenvolvimento ambiental, com a inclusão social e com a valorização do patrimônio turístico rural

MISSÃO DA ABRATURR

Representar, apoiar e assistir seus associados para o fortalecimento do segmento, promoção e desenvolvimento do meio rural de maneira sustentável e comprometida com a cultura rural e com a preservação do patrimônio ambiental, arquitetônico, cultural e social.

RELATÓRIO DA OFICINA DE PLANEJAMENTO

1.15.	Desenvolver ações que fortaleçam e dêem maior visibilidade à ABRATURR como legítima representante do Turismo Rural em nível local, estadual, regional e nacional	Violento, Solera Leandro, Rogério Paulo, Bravo	PERMANENTE															
1.16.	Criar e implementar mecanismos de troca de informações e experiências entre o sistema –;	Solera, Leandro Andréia																
1.17.	Promover programas de capacitação de lideranças externas e internas (protagonismo juvenil, etc) -	Denise, Suzana Maria Helena Ana Beatriz, Irma																
1.18.	Implantar programa de visitas técnicas	Andréia, Monica Denise, Violento,	PERMANENTE															
1.19.	Definir a conveniência de adotar uma nomenclatura uniforme para o sistema ABRATURR –;	Solera, Rogério																
1.20.	Elaborar uma estratégia de sustentabilidade financeira da Abraturr;	Violento																
1.21.	Elaborar em parceria com agentes financeiros, mecanismos de comunicação sobre recursos financeiros existentes para o Turismo Rural	Violento	PERMANENTE															
1.22.	Elaborar um programa de inclusão digital dos empreendimentos de Turismo Rural e potenciais –;	Paulo, Bravo																
1.23.	Estabelecer meios e critérios para validar qualificação e eventual certificação de produtos e serviços de Turismo Rural –;	Lourdinha, Ana Denise, Suzana Violento																
1.24.	Elaborar manual de atividades educativas, científicas, culturais que complementem os empreendimentos de Turismo Rural –	Lourdinha Denise, Maria Helena																
1.25.	Criar mecanismo de fortalecimento para captação de novos associados para as estaduais	Solera, Rogério Bravo, Sebastião Carias																
1.26.	Identificar e estabelecer parcerias com o intuito de promover a capacitação e certificação de produtos rurais, empresários, lideranças e dos diversos atores do segmento nas áreas de Gestão e Planejamento Turístico, Desenv. humano, formatação de produtos, formatação de roteiros/circuitos, entre outros; associativismo, cooperativismo, empreendedorismo e gestão empresarial –	Andréia, Solera Ana, Cassio	PERMANENTE															

Resultado 2

O TURISMO RURAL ENTENDIDO PELO MERCADO COMO UMA BOA OPÇÃO DE LAZER, CONTATO COM A NATUREZA E VIVÊNCIA DA CULTURA E ATIVIDADES RURAIS PROMOVENDO O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.

	ATIVIDADE	RESPONSÁVEL	CRONOGRAMA													
			2004												2005	
			Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	
2.1.	Elaborar pesquisa para dimensionamento da demanda	Andréia, Neiva Ana, Mônica, Denise Vera, Paulo, Violento														
2.2.	Elaborar pesquisa para inventariar a oferta	Andréia, Neiva Ana, Mônica, Denise Vera, Paulo, Violento														
2.3.	Elaborar lista de referências de Turismo Rural (associações e empreendimentos)	Andréia, Neiva Ana, Bravo Mônica, Vera														
2.4.	Montar Plano / Estratégia de Comunicação	Andréia, Paulo Bravo														
2.5.	Desenvolver plano de ação junto com entidades parceiras para a implantação e desenv. de roteiros, produtos e serviços	Denise, Bravo Suzana, Ana	PERMANENTE													
2.6.	Promoção de eventos (calendário) regionais para divulgação e capacitação de empreendimentos e para captação de novos produtos	Lourdinha Denise, Suzana Solera	PERMANENTE													
2.7.	Montar central de informações para atendimento de consumidores e produtores	Irmã, Vitória, Paulo														
2.8.	Produzir um folder informativo sobre o sistema ABRATURR visando captação de associados -	Paulo			PERMANENTE											

17-Mecanismo de Gestão

Todo planejamento estratégico participativo precisa de um mecanismo de gestão do próprio plano pois as demandas são muitas e em diferentes áreas. O ideal é a montagem de um consórcio de talentos onde pessoas tenham habilidades diferentes mas que possam ser usadas complementarmente para assegurar que os obstáculos sejam removidos. O planejamento precisa também de ser acompanhado e as ações devem ser cobradas daqueles que ficaram responsáveis por executá-las. Assim sendo, os participantes da Oficina conscientes e convencidos desta verdade, resolveram constituir uma força-tarefa com o propósito de gerenciar o Planejamento durante um ano, devendo se reunir pelo menos a cada 3 meses com o objetivo de avaliar o progresso do trabalho.

GRUPO GESTOR

1. Ayrton Violento
2. Ana Beatriz Roselli
3. Andréia Roque
4. Paulo Junqueira
5. Denise B. Messias
6. Renato Bravo
7. Rogério Ferreira
8. Suzana Paiva
9. Carlos Solera
10. Lourdinha
11. Vitória Andrade
12. Leandro Carnielli
13. Sebastião Carias