



PLANO DE RETOMADA DO TURISMO DE RORAIMA

Gestão de Crise / COVID-19





SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO

www.seplan.rr.gov.br
gabinete@seplan.rr.gov.br

DEPARTAMENTOS

DECOEX – Departamento de Comércio Exterior
decoex@seplan.rr.gov.br

DETUR – Departamento de Turismo
detur@seplan.rr.gov.br

FDI – Fundo de Desenvolvimento Industrial do Estado de Roraima
fdi@seplan.rr.gov.br

DICS – Departamento de Indústria, Comércio e Serviços
dics@seplan.rr.gov.br

DAI – Departamento de Atração de Investimentos
dai@seplan.rr.gov.br

DEAGRO – Departamento de Agronegócio
deagro@seplan.rr.gov.br

CGOP – Coordenadoria Geral de Orçamento Público
cgop@seplan.rr.gov.br

CGEES – Coordenadoria Geral de Estudos Econômicos e Sociais
cgees@seplan.rr.gov.br

ZEE-RR – Coordenadoria de Zoneamento Ecológico Econômico de Roraima
zeerr@seplan.rr.gov.br



PLANO DE RETOMADA DO TURISMO DE RORAIMA

Gestão de Crise / COVID-19

Todos os direitos reservados. Está autorizada a reprodução total ou parcial deste plano, desde que seja informada a fonte (autor, título, instituição e ano) exclusivamente para fins acadêmicos e científicos.

Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento – SEPLAN
Departamento do Turismo do Estado de Roraima – DETUR
Rua Coronel Pinto, 267 – Centro
CEP: 69.301-150 Boa Vista – RR
Telefone: (95) 98402.5272
E-mail: detur@seplan.rr.gov.br / detur.roraima@gmail.com



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	05
1. DIRETRIZES PARA A RETOMADA.....	12
2. PROJEÇÃO E PROPOSIÇÕES.....	13
3. MEDIDAS MITIGADORAS.....	16
4. AÇÕES DE FORTALECIMENTO DO TURISMO.....	25
5. MONITORAMENTO.....	28
REFERÊNCIAS.....	29



INTRODUÇÃO

A gestão do Governo de Roraima, no início de 2019, foi marcada por grandes desafios econômicos e sociais nas diversas pastas de atuação da gestão pública estadual. Com a implementação de medidas austeras e trabalho vigilante e intenso, as ações executadas permitiram com que o estado retomasse parte de sua capacidade de crescimento econômico e desenvolvimento social. Em diversos setores foram empreendidas estratégias com essa tônica, a exemplo do agronegócio e do turismo, tidos como vocação natural desta rica Amazônia setentrional.

Ante a todos estes desafios enfrentados em 2019, o Governo de Roraima conseguiu promover o crescimento da atividade turística. O fluxo de visitantes cresceu nos municípios de Bonfim, Amajari, Pacaraima e Boa Vista. De acordo com dados da CNC de 2019, o setor atingiu R\$333 milhões de faturamento em Roraima, o que representou um crescimento de 6% comparado ao ano de 2018 e superando a média nacional, que foi de 3%. A geração de empregos no período também bateu recorde, com um crescimento de 148% na criação de empregos formais.

A construção do bom momento para o Turismo fez com que o Governo do Estado reduzisse o ICMS para o combustível das companhias aéreas, de forma que as operações para Roraima se tornassem mais baratas e atrativas para essas empresas, ampliando o fluxo de visitantes.

O Etnoturismo hoje é uma realidade em Roraima, com a abertura da Comunidade da Raposa I, na Terra Indígena Raposa Serra do Sol, a primeira do estado a atender aos critérios estabelecidos pela FUNAI para operar a visitação turística. O Governo do Estado, e os diversos parceiros envolvidos, tem trabalhado de forma conjunta para realizar a preparação dos Planos de Visitação Turística em diversas outras comunidades interessadas. A abertura dessas comunidades vai permitir o crescimento exponencial da atividade turística no Estado e ampliar a oferta de postos de trabalho e renda para todos, além do etnodesenvolvimento sustentável também pelo turismo.

A execução do Programa Investe Turismo (em parceria com o Sebrae e os municípios de Pacaraima e Boa Vista) foi garantida pelo Governo do Estado, o qual já está em andamento e ainda vai realizar uma série de ações para capacitar e promover grande parte do segmento turístico, a exemplo do II Salão do Turismo de Roraima, com previsão de realização para o segundo semestre de 2020.



Com o avanço da pandemia no Mundo e no Brasil – seguindo as recomendações do Governo Federal e da OMS (Organização Mundial da Saúde) – o Governo de Roraima publicou o Decreto 28.635-E, de 22 de março de 2020, declarando estado de calamidade pública em todo território estadual.

Diante disso – e acompanhando o cenário nacional e internacional que se desenhava – as atividades turísticas sofreram abrupta parada, impactando mais de 50 setores que mantêm direta e indiretamente relação com o turismo estadual e acarretando prejuízos significativos.

Após a adoção das medidas de combate a pandemia, principalmente com o isolamento social, o Departamento de Turismo da SEPLAN alinhou-se a todos os demais destinos turísticos do país e mobilizou todo trade de Roraima a adotar a campanha da remarcação das viagens, garantindo que os visitantes retornem ao estado tão logo a situação da visitação turística fosse retomada, evitando prejuízos com a devolução de pagamentos oriundos de cancelamentos com a contratação de produtos e serviços turísticos.

A situação de calamidade pública, desencadeada pela pandemia, fez com que a SEPLAN, por meio do DETUR, desse início à execução da Medida 7 do seu PPA, que é: AÇÕES VOLTADAS À GESTÃO DE CRISES, CONFLITOS E MITIGAÇÃO DE IMPACTOS MULTIDIMENSIONAIS NO TURISMO ESTADUAL.

Tendo como base os elementos apresentados, o presente **PLANO DE RETOMADA DA ATIVIDADE TURÍSTICA DE RORAIMA** originou os seguintes OBJETIVOS:

CONCEBER, POR MEIO DO PLANO DE RETOMADA DO TURISMO, MEDIDAS CAPAZES DE MITIGAR O CENÁRIO INSTALADO PELA PANDEMIA DA COVID-19 BEM COMO DISPOR DE AÇÕES VOLTADAS AO FORTALECIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA PÓS-CRISE EM RORAIMA

Nesse sentido, a proposta para a construção do escopo de ação pautou-se na seguinte METODOLOGIA:

- Identificação do evento desencadeador da crise;
- Análise do cenário de crise instalado;
- Mensuração dos principais impactos multidimensionais no turismo de Roraima (social, econômico, ambiental, cultural e político);
- Discussão dos impactos registrados e de medidas mitigadoras junto aos atores-chave;
- Adoção de medidas recomendadas pelas autoridades sanitárias estaduais e federais;
- Pesquisa em publicações nacionais e triangulação de dados, gerando medidas mitigadoras a todo trade turístico de Roraima;
- Monitoramento do grau de retomada do trade após adoção das medidas;
- Execução de ações voltadas ao fortalecimento da atividade turística em Roraima pós-crise;
- Revisão das medidas conforme novas recomendações expedidas pelas autoridades sanitárias estaduais;
- Revisão das ações executadas conforme os resultados obtidos.



Com a execução da metodologia foram atingidos os seguintes resultados parciais:

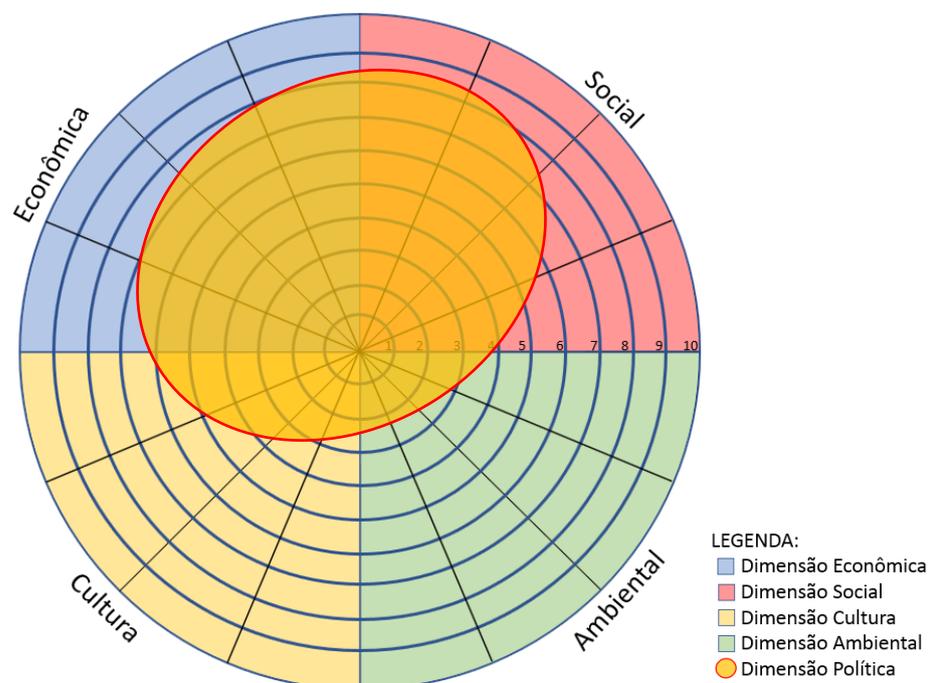
Resultado da pesquisa de mensuração dos impactos já realizada, em parceria com o Movimento Turismo Mesclado;

- ⇒ 51 de um total de 172 participantes (com base no CADASTUR): **Amostra de 30%**
- ⇒ Tipologia predominante dos participantes: **Agências de viagem; Meios de hospedagem; A&B; Guias de Turismo; Organizadores de Eventos; Empreendimentos de Turismo Náutico e Pesca Desportiva;**
- ⇒ Empresas participantes sediadas em **BOA VISTA e AMAJARI;**
- ⇒ Principais impactos identificados: **Queda abrupta nas vendas e no faturamento; Demissão de colaboradores;**
- ⇒ Percentual de cancelamento da oferta de serviços contratada: **90%**
- ⇒ Percentual de colaboradores contratados antes da quarentena: **Entre 2 e 25;**
- ⇒ Período de retomada das atividades: **Entre maio e julho;**
- ⇒ Percentual de reembolso aos clientes: **51% reembolsaram;**
- ⇒ Principais ações adotadas após o início da pandemia: **Corte de custos; Redução da retirada mensal; Adiamento no pagamento de impostos; Renegociação de pagamentos com fornecedores; Renegociação de dívidas; Encerramento de contratos com freelancers;**
- ⇒ Ações que pretende tomar de agora em diante: **Corte de custos; Adiamento de pagamento de impostos; Diminuição da retirada mensal; Renegociação de dívidas; Empréstimos com instituições financeiras;**
- ⇒ Período de sobrevivência em isolamento: **Entre maio e julho;**
- ⇒ Situação da empresa antes da pandemia: **70% estava em crescimento;**
- ⇒ Sobre o encerramento das atividades: **54% acredita que não fechará;**
- ⇒ Sobre a gestão financeira: **33% atua em todos os setores; 31% tem escritório de contabilidade; 29% fazem a gestão financeira;**
- ⇒ Ações para reduzir os impactos: **Campanhas coletivas de fomento ao turismo; Novas fontes de receita para as empresas; Parcerias com outras empresas; Promoções de preços / combos / parcelamentos; Ações do governo que minimizem custos;**
- ⇒ Dificuldades do turismo pós-pandemia: **Economia em declínio irá afetar vendas; Pessoas vão demorar a viajar; Empresa não terá caixa para investimentos;**
- ⇒ Situação do turismo em Roraima após a crise: **Ficará menor do que antes da crise;**
- ⇒ Mudanças no turismo de Roraima após a crise: **Medo de viajar; redução da malha aérea; redução do fluxo de visitantes; Comportamento do consumidor vai mudar.**

Impactos Multidimensionais Identificados:

- **SOCIAL:** Demissões em massa de colaboradores; crescimento do desemprego; redução do fluxo de turistas; isolamento social da população; diminuição da criminalidade; crescimento dos crimes contra a família; redução de furtos; adoção de medidas urgentes frente a setores críticos, como a saúde.
- **ECONÔMICO:** Queda no faturamento das empresas e possível falência; Redução da taxa de crescimento; Retração econômica em quase todo setor produtivo; Procura por produtos bancários; Busca por programas de assistência social;
- **AMBIENTAL:** Redução da visitação turística aos atrativos naturais; Redução da emissão de poluentes; Resiliência ambiental.
- **CULTURAL:** Mudança nos hábitos da população; redução do lazer; Redução da visitação turística aos atrativos culturais.
- **POLÍTICO:** Intervenção dos governos (em todas as esferas) na conduta social; instalação dos gabinetes de crise; assincronia entre medidas adotadas; temporalidade distinta das medidas entre os governos; insatisfação social frente às medidas adotadas.

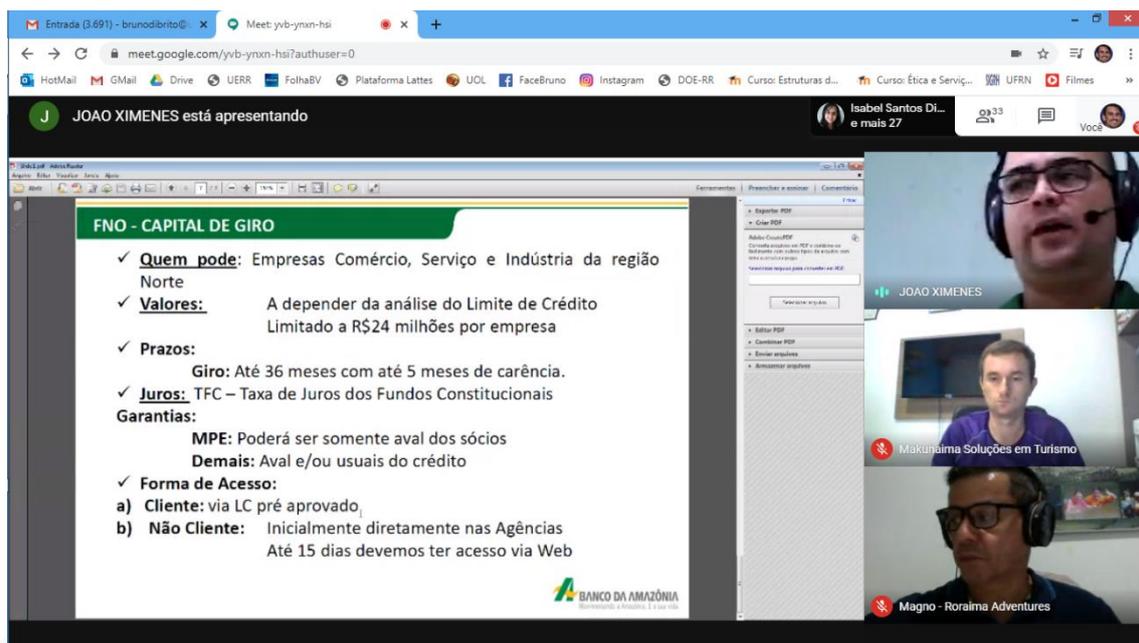
Figura 1 – Dimensões do Turismo de Roraima mais impactadas pela COVID-19



Fonte: SEPLAN/DETUR, 2020

Discussão das medidas com os atores, via internet, envolvendo os representantes dos grupos pesquisados e a equipe de trabalho do DETUR;

Figura 2 - Live Conference entre *Trade*, Banco da Amazônia e SEPLAN/DETUR



FNO - CAPITAL DE GIRO

- ✓ **Quem pode:** Empresas Comércio, Serviço e Indústria da região Norte
- ✓ **Valores:** A depender da análise do Limite de Crédito Limitado a R\$24 milhões por empresa
- ✓ **Prazos:** Giro: Até 36 meses com até 5 meses de carência.
- ✓ **Juros:** TFC – Taxa de Juros dos Fundos Constitucionais
- Garantias:**
 - MPE:** Poderá ser somente aval dos sócios
 - Demais:** Aval e/ou usuais do crédito
- ✓ **Forma de Acesso:**
 - a) **Cliente:** via LC pré aprovado,
 - b) **Não Cliente:** Inicialmente diretamente nas Agências
Até 15 dias devemos ter acesso via Web

BANCO DA AMAZÔNIA
Banco de Crédito e Investimentos

Fonte: SEPLAN/DETUR, 14.04.2020

O gerente do BASA (Pessoa Jurídica) apresentou ao *Trade* a linha de crédito FNO EMERGENCIAL COVID-19 além de todas as condições necessárias para contratar o produto, condições e possibilidades disponíveis para solução dos desafios financeiros das empresas em face da pandemia.

Logo mais, o DETUR realizou uma Live Conference com os servidores do departamento, com o objetivo de apresentar os resultados da pesquisa realizada junto ao *Trade* turístico de Roraima.



Figura 3 - Live Conference de servidores da SEPLAN/DETUR

Movimento TURISMO MESCLADO

RORAIMA
O BRASIL DO EXTREMO NORTE

PESQUISA DE IMPACTOS DO COVID-19 NO TURISMO DE RORAIMA - extrato

- ⇒ 48 participantes de um total de 172 empresas registradas: **Amostra de 28%**
- ⇒ Tipologia predominante dos participantes: **Agências de viagem; Meios de hospedagem; A&B; Guias de Turismo; Organizadores de Eventos; Empreendimentos de Turismo Náutico e Pesca Desportiva;**
- ⇒ Empresas participantes sediadas em **BOA VISTA e AMAJARI;**
- ⇒ Principais impactos identificados: **Queda abrupta nas vendas e no faturamento; Demissão de colaboradores;**
- ⇒ Estimativa de prejuízo dos participantes entre março/abril: **Superior a R\$2 milhões;**
- ⇒ Percentual de cancelamento da oferta de serviços contratada: **90%**
- ⇒ Percentual de colaboradores contratados antes da quarentena: **Entre 2 e 25;**
- ⇒ Período de retomada das atividades: **Entre maio e julho;**

Pessoas (10) Chat (3)

Adic. pessoas

- Bruno Brito (você)
- Ana Sibelonia Saldanha Veras
- Enoque Raposo
- Fernanda D'Gilfa Oliveira Maciel
- Herbe Nascimento
- Jacildo Bezerra
- Katila Moura
- Nathalia Portela
- polyana gomes
- Rozangela Rodrigues

Fonte: SEPLAN/DETUR, 17.04.2020

Foram discutidos os aspectos e especificidades do turismo estadual, como a visitação aos núcleos turísticos de fronteira, o trabalho de capacitação nas comunidades indígenas, a visitação aos espaços naturais e balneários e a condução das atividades no Órgão Estadual de Turismo.

Foram discutidas e sugeridas as ações imediatas que o PROGRAMA INVESTE TURISMO seria capaz de fomentar, já numa perspectiva de futuro e de continuidade do programa até sua conclusão.

O trabalho em grupo também fomentou a elaboração de diretrizes para a retomada da atividade turística, as quais devem orientar o trabalho de retomada de todos os setores da atividade em Roraima. As DIRETRIZES PARA A RETOMADA DO TURISMO EM RORAIMA são:



DIRETRIZES PARA A RETOMADA

- ⇒ Empreender esforços no intuito de combater os impactos acarretados pela pandemia desencadeada pela COVID-19;
- ⇒ Promover, de forma participativa e sustentável, os produtos e serviços de toda a cadeia produtiva do turismo de Roraima;
- ⇒ Articular a realização de campanhas em prol do turismo seguro;
- ⇒ Inovar em ações que dinamizem o paradigma turístico local e regional;
- ⇒ Assegurar uma educação turística inclusiva e equitativa de qualidade, promovendo oportunidades de aprendizagem para todos;
- ⇒ Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e emprego produtivo para todos;
- ⇒ Encorajar a construção de medidas inclusivas e sustentáveis de inovação em todo os setores do turismo;
- ⇒ Empreender esforços para reduzir a desigualdade em todo Estado de Roraima;
- ⇒ Contribuir para a adoção de padrões de visitação sustentáveis em todos os núcleos, atrativos e recursos turísticos de Roraima;
- ⇒ Buscar permanentemente os meios para implementar parcerias locais, regionais, nacionais e globais para o desenvolvimento sustentável.

PROJEÇÃO E PROPOSIÇÕES

As projeções para o término da fase mais aguda da pandemia no Brasil apontam para a segunda quinzena de maio, como identificado no quadro a seguir:

Figura 4 – Projeção para o término da fase aguda COVID-19

PAÍS	Total Óbitos	Estado Curva	Data 1o. Óbito	Início pós China	Fim Ciclo base China	Projeção fim ciclo agudo
Mundo	114,247					
USA	22115	pico	16/mar.	53	14/mai.	08/mai.
Italy	19899	pós pico	29/fev.	37	28/abr.	09/mai.
Spain	17209	pós pico	09/mar.	46	07/mai.	09/mai.
France	14393	pico	09/mar.	46	07/mai.	02/mai.
UK	10612	ascensão	14/mar.	51	12/mai.	?
Iran	4474	pico	21/fev.	29	20/abr.	5/mai.
Belgium	3600	ascensão	16/mar.	53	14/mai.	?
China	3341	fim ciclo	23/jan.	0	22/mar.	22/mar.
Germany	3022	pico	12/mar.	49	10/mai.	?
Netherlands	2737	ascensão	04/mar.	41	02/mai.	?
Brazil	1230	Pré-pico	17/mar.	54	15/mai.	15/mai.
Turkey	1198	ascensão	18/mar.	55	16/mai.	?
Switzerland	1106	pico	05/mar.	42	03/mai.	?
Sweden	899	ascensão	03/mar.	40	01/mai.	?
Canada	717	ascensão	06/mar.	43	04/mai.	?
Portugal	504	pico	16/mar.	53	14/mai.	4/mai.

Fonte: Dias, 2020

Dessa forma, sugere-se que a retomada das atividades turísticas ocorra a partir da segunda quinzena de Junho de 2020 ou ainda em momento oportuno, após anuência do Governo do Estado mediante análise do quadro geral registrado em Roraima por conta da pandemia.

Espera-se que a visitação em escala intermunicipal retome de forma gradual, atingindo o fluxo turístico regular (número de turistas antes da pandemia) pelos 03 (três) meses seguintes.

A visitação turística interestadual só deve retomar aos padrões anteriores à pandemia pelos próximos 05 (cinco) meses seguintes, tendo como referência a suspensão do decreto de calamidade pública estadual.



Já a visitação turística internacional só deverá retornar após adoção de medidas expedidas pelo Governo Federal do Brasil e demais autoridades da República Cooperativa da Guiana e República Bolivariana da Venezuela, em razão do quadro geral da pandemia registrado nestas respectivas nações.

Cabe ainda destacar que a sugestão de retomada da atividade turística em todo estado de Roraima deve ser considerada em comum acordo com os municípios turísticos.

Ademais, far-se-á imperativo que uma série de protocolos de higiene e segurança sejam instalados, operados e familiarizados por toda cadeia produtiva e em escala estadual, nacional e internacional.

As viagens tidas como prioritárias serão as primeiras a acontecer (visitas a parentes e amigos), seguidas das viagens a destinos próximos, que poderão ser feitas de carro. Em seguida retomam as viagens corporativas e os eventos. Por fim, viagens internacionais e de longa distância.

Atividades ao ar livre e de contato com a natureza estão no topo dos anseios dos viajantes. Nesse momento, todos os segmentos turísticos trabalhados no Estado de Roraima detêm essas características, proporcionando ao destino um amplo ciclo de visitação (por diversos públicos) regular e crescente, em face dos distintos períodos disponíveis por esses viajantes para empreender deslocamentos com o objetivo de lazer e turismo.

Experiências de potencial marcante e exclusivas podem contribuir para o crescimento da visitação, a exemplo da visita a base do Monte Roraima, passeios de balão pelo lavrado, visita a cachoeiras, aos parques nacionais, Serra do Tepequem ou ainda prática de trekking à Serra Grande.

Desta feita, os vetores de retomada da atividade turística de Roraima serão: **Turismo de Lazer; Turismo de Montanha; Ecoturismo; Turismo Rural; Turismo de Negócios e Eventos; Turismo de Observação de Aves, e; Etnoturismo.**



Assim, acredita-se que os **CATALISADORES** para retomada do turismo regional serão compostos pelos seguintes vetores:

- ❖ **Malha Aérea** (retomada das rotas nacionais);
- ❖ **Rodovias** (acesso livre pelas rodovias federais e estaduais);
- ❖ **Núcleos turísticos** (Tepequem);
- ❖ **Atrativos Turísticos** (Serra Grande, Campos Novos; Parques Aquáticos; Monte Roraima);
- ❖ **Eventos Turísticos** (Corridas em Boa Vista; Tepequem Uphill, São João do Anauá; Boa Vista Junina; Festival Folclórico de Caracarái; Encontro de Motos de Altas Cilindradas);
- ❖ **Turismo Macuxi** - Turismo de Lazer (balneários, como o Lago do Robertinho), Turismo de Fronteira (Rep. Guyana e Rep. Venezuela), Etnoturismo (Raposa I – T.I.R.S.S.);
- ❖ **Promoção Turística Regional** – participação em eventos regionais e nacionais (Amazonas e São Paulo), com ênfase no deslocamento rodoviário e aéreo, respectivamente;
- ❖ **Day-use RR** (uso dos equipamentos hoteleiros com preço exclusivo para residentes de Roraima);
- ❖ **Roteiros Exclusivos** (promoção de serviços e roteiros diferenciados para públicos exclusivos).

Todas as visitas a atrativos naturais devem respeitar as regras próprias estabelecidas pelas autoridades turísticas municipais e seus administradores locais. O número de visitantes para cada atrativo turístico deve ser ordenado pelas autoridades locais, em razão do grau de segurança necessário para evitar contágio iminente, além das regras ambientais atinentes aos recursos naturais visitados.

As visitas devem ser agendadas junto aos administradores dos atrativos e informadas aos órgãos municipais de turismo com antecedência – para fins de fiscalização – de modo a evitar aglomeração de visitantes, por ocasião da circulação em espaços comuns ou durante a permuta de grupos de visitantes.



MEDIDAS MITIGADORAS

Seguem-se um rol de medidas efetivas que tem por objetivo impedir o contágio nas atividades envolvidas com o setor turístico no Estado de Roraima. Tais medidas foram concebidas em razão das especificidades de cada área e do apreço pelo cuidado, atenção e cautela na forma como serão conduzidas. São elas:

1. MEIOS DE HOSPEDAGEM

- a. Manter o distanciamento mínimo, entre as pessoas, de 1,5 metro;
- b. Reforçar a limpeza de locais que ficam mais expostos ao toque das mãos, como maçanetas de portas, braços de cadeiras, telefones, corrimão de escadas e bancadas;
- c. Reforçar a higienização das unidades habitacionais, corredores e demais áreas de livre circulação;
- d. Disponibilizar produtos e tecnologias para a higienização e desinfecção dos sapatos na entrada dos estabelecimentos;
- e. Evitar atividades promocionais que possam causar aglomeração;
- f. Dispor de comunicados que instruem os hóspedes e funcionários sobre as normas de proteção que estão em vigência no meio de hospedagem;
- g. Todos os colaboradores e demais prestadores de serviço devem sempre utilizar máscara e higienizar frequentemente as mãos com água e sabão ou álcool em gel;
- h. Não oferecer serviços e amenidades adicionais que retardem a saída do consumidor do estabelecimento, como oferecer café, poltronas para espera, áreas infantis etc.;
- i. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



2. AGÊNCIAS DE TURISMO (EMISSIVO E RECEPTIVO)

- a. Manter o distanciamento mínimo, entre as pessoas, de 1,5 metro;
- b. Limitação de acesso às lojas, com controle do número de entradas;
- c. Utilização de canais on-line para continuar atendendo clientes que ainda tenham movimentação restringida;
- d. Disponibilizar produtos e tecnologias para a higienização e desinfecção dos sapatos na entrada dos estabelecimentos;
- e. Evitar atividades promocionais que possam causar aglomerações;
- f. Dispor de comunicados que instruem os clientes e funcionários sobre as normas de proteção que estão em vigência no estabelecimento;
- g. Tomar ciência da conduta adotada por empresas parceiras (fixos ou eventuais) no que tange as medidas de higienização;
- h. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



3. BARES, RESTAURANTES E LANCHONETES

- a. Manter o distanciamento mínimo, entre as pessoas, de 1,5 metro;
- b. Aumentar a separação e distanciamento das mesas;
- c. Reforçar a higienização de mesas e cadeiras;
- d. Reforçar a higienização dos banheiros dos estabelecimentos e pontos das praças de alimentação que possuam pias para lavagem de mãos;
- e. Dar preferência ao uso de talheres e copos descartáveis e substituição de bandejas por materiais descartáveis;
- f. Oferecer condições diferenciadas para os clientes que desejarem contratar os serviços de entrega (delivery) e de retirada de refeições no local (drive thru);
- g. Garantir que todos os funcionários estejam usando máscaras e equipamento de proteção, tanto para o atendimento ao público quanto para o serviço de entrega ou retirada;
- h. Em caso de tosse/espirro descartar imediatamente qualquer alimento que tenha sido exposto, deixar o ambiente ventilar e limpar as superfícies que possam ter sido afetadas;
- i. Limpar frequentemente o salão de alimentação ao menos 4x ao dia;
- j. Organizar turnos especificamente para a limpeza, sem contato com as demais atividades do estabelecimento;
- k. Considerar delimitação de espaços para uso de forma a garantir a recomendação de distância entre as pessoas;
- l. Não oferecer serviços e amenidades adicionais que retardem a saída do consumidor do estabelecimento, como oferecer café, poltronas para espera, áreas infantis, etc;
- m. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



4. TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS

- a. Promover o distanciamento mínimo entre as pessoas e nas áreas de embarque e desembarque de, pelo menos, 1,5 metro;
- b. Promover ações de higienização, informação e conscientização junto a todos os passageiros no período de embarque e desembarque;
- c. Manter sempre que possível os vidros abertos para facilitar a circulação do ar;
- d. Todos os passageiros e funcionários devem sempre utilizar máscara e higienizar frequentemente as mãos com água e sabão ou álcool em gel 70°;
- e. As empresas devem respeitar o limite máximo de passageiros sentados, sendo vedada a venda de bilhetes para além da capacidade instalada de usuários acomodados nas poltronas;
- f. Todas as atividades de limpeza e higienização devem ser reforçadas, tanto antes quanto após sua utilização;
- g. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



5. COMPANHIAS AÉREAS

- a. Promover o distanciamento mínimo entre as pessoas e nas áreas de embarque e desembarque de, pelo menos, 1,5 metro;
- b. Promover ações de higienização, informação e conscientização junto a todos os passageiros no período de embarque e desembarque;
- c. Atender a todas as determinações expedidas pelas autoridades aeroportuárias competentes (ANAC, INFRAERO, IATA);
- d. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



6. PRESTADORES DE SERVIÇO POR APLICATIVO (HOSPEDAGEM)

- a. Manter o distanciamento mínimo, entre as pessoas, de 1,5 metro;
- b. Reforçar a limpeza de locais que ficam mais expostos ao toque das mãos, como maçanetas de portas, braços de cadeiras, telefones, corrimão de escadas e bancadas;
- c. Reforçar a higienização das unidades habitacionais, corredores e demais áreas de livre circulação;
- d. Disponibilizar produtos e tecnologias para a higienização e desinfecção dos sapatos na entrada dos estabelecimentos;
- e. Dispor de comunicados que instruem os hóspedes e demais usuários sobre as normas de proteção que estão em vigência no meio de hospedagem;
- f. Todos devem sempre utilizar máscara e higienizar frequentemente as mãos com água e sabão ou álcool em gel;
- g. Não oferecer serviços e amenidades adicionais que retardem a saída do consumidor do estabelecimento, como oferecer café, poltronas para espera, áreas infantis etc.;
- h. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



7. GUIAS DE TURISMO

- a. Manter o distanciamento mínimo, entre as pessoas, de 1,5 metro;
- b. Ajustar com o(s) contratante(s) a norma de conduta e padrão de higienização que deve ser adotado pelo grupo;
- c. Identificar no roteiro a ser executado os pontos de parada e certificar-se da correta execução dos padrões de higienização expedidos pelas autoridades sanitárias municipais e estaduais nesses locais;
- d. Comunicar aos clientes e demais profissionais sobre as normas de proteção que estão em vigência no local a ser visitado;
- e. Observar atentamente a conduta adotada pelo grupo e informar sobre procedimentos irregulares, caso os identifique;
- f. Desencorajar a troca de itens e utensílios pessoais que possam se tornar agente de contaminação, tais como cantil de água, itens de alimentação, proteção pessoal e demais objetos;
- g. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



8. CONDUTORES LOCAIS

- a. Comunicar a toda comunidade ou aos residentes da localidade (que será objeto de visitação) a chegada de grupos de turistas, reforçar as regras de higienização na recepção aos mesmos bem como a comercialização de itens como alimentação, bebidas, artesanato, roupas ou mesmo fotografias;
- b. Ajustar com o(s) contratante(s) a norma de conduta e padrão de higienização que deve ser adotado pelo grupo;
- c. Manter o distanciamento mínimo, entre as pessoas, de 1,5 metro;
- d. Identificar no roteiro a ser executado os pontos de parada e certificar-se da correta execução dos padrões de higienização expedidos pelas autoridades sanitárias municipais e estaduais nesses locais;
- e. Comunicar aos clientes e demais profissionais sobre as normas de proteção que estão em vigência no local a ser visitado;
- f. Observar atentamente a conduta adotada pelo grupo e informar sobre procedimentos irregulares, caso os identifique;
- g. Desencorajar a troca de itens e utensílios pessoas que possam facilitar a contaminação entre si, tais como cantil de água, itens de alimentação, proteção pessoal e demais objetos;
- h. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



9. EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS EM GERAL

- a. Manter o distanciamento mínimo, entre as pessoas, de 1,5 metro;
- b. Aplicar comunicados de prevenção à COVID-19 em elevadores de carga e sociais;
- c. Evitar filas e áreas de aglomeração;
- d. Evitar a oferta de itens gratuitos de auto serviço como água e café;
- e. Manter distanciamento físico mínimo seguro entre cada cliente e/ou funcionários em filas de estacionamento, bancos, lotéricas e caixas eletrônicos, entre outros, demarcando o chão com adesivos;
- f. Delimitar mesas e bancos que podem ser usados, respeitando o distanciamento, inclusive em elevadores;
- g. Garantir uma distância mínima segura entre os usuários nas praças de alimentação;
- h. Nas áreas com sanitários de uso ao público manter controle de quantidade de pessoas, respeitando as regras de saúde;
- i. Manter as portas dos sanitários prioritariamente abertas para beneficiar a ventilação;
- j. Disponibilizar máscaras e demais proteções para o atendente do caixa para pagamento de estacionamento e procure manter somente um operador nesta função;
- k. Estar atento a todas as atualizações e novas recomendações que venham a ser publicadas pelo órgão de turismo municipal, estadual ou mesmo pelas autoridades sanitárias do município e do estado.



AÇÕES DE FORTALECIMENTO DO TURISMO

No decorrer dos eventos realizados (que envolveram o *Trade* turístico e a equipe do DETUR) surgiram várias sugestões de ações a serem executadas. Dentre as apresentadas, foram analisadas e selecionadas aquelas que ofereciam sua execução nos curto e médio prazos, garantindo o fortalecimento de todos os atores do turismo estadual.

As medidas que serão adotadas, pelo prazo que se fizer necessário para a retomada do Turismo de Roraima e até a sua efetiva conclusão, são:

- Lançamento de campanha institucional **VISITE SUA CASA: RORAIMA – O BRASIL DO EXTREMO NORTE** (curto prazo) de valorização dos recursos turísticos locais envolvendo os municípios turísticos, as empresas que operam na atividade, a população roraimense e a tipologia turística única no Brasil, o Turismo Macuxi, permitindo a retomada da visitação turística local e contribuindo para a circulação de divisas e gradual movimentação da economia local. A campanha será direcionada ao público residente, para que o consumo dos recursos turísticos sejam feitos pelos mesmos;
- Lançamento de cursos online do **PROGRAMA DE EDUCAÇÃO TURÍSTICA + RORAIMA** (em aliança com parceiros e no curto prazo) nas áreas técnicas das empresas do segmento turístico mais afetadas pela pandemia, tais como financeiro, marketing e hospitalidade, todas com ênfase na gestão de crise (a ação tem por base o PROGRAMA INVESTE TURISMO, o qual tem previsão para realização das referidas capacitações);
- Divulgação de todas as ações empreendidas no segmento turístico pelas redes sociais, grande mídia e portal institucional, por meio do **RORAIMA EM TELA** (releases e comunicações orientadas para a informação dos fatos, eventos e atividades executadas pelo Órgão Estadual de Turismo);



- Realização das medidas previstas pelo **PROGRAMA INVESTE TURISMO** (curto prazo), de forma a impulsionar a retomada das atividades turísticas, a exemplo do:
 - **VOUCHER RORAIMA** (Estudo de implantação de Voucher digital - Sistema de unificação de vendas para pacotes, hotéis e ingressos, por meio de um portal e app de comercialização de produtos e serviços turísticos unificado e que contemple toda cadeia produtiva do turismo estadual);
 - **II SALÃO DO TURISMO DE RORAIMA**, onde serão promovidos os produtos e serviços turísticos que podem ser adquiridos e consumidos em todo estado e por toda população residente;
 - **FAMPRESS** e **FANTRIP** com os principais especialistas locais e regionais de cada modalidade de familiarização turística, permitindo uma ampla divulgação do produto turístico em Roraima e por toda região norte;
 - Contratação de agência de marketing para **PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DA ROTA**, com base na metodologia de Storytelling;
 - Criação do **PLANO DE MARKETING DO DESTINO**;
 - Continuidade da ação de **INSERÇÃO PRODUTIVA** com o estudo para mapeamento dos produtos turísticos, gastronômicos e culturais (contos e saberes) de Boa Vista e Pacaraima;
 - Continuidade da consultoria para suporte e desenvolvimento dos **PLANOS DE VISITAÇÃO TURÍSTICA** das Comunidades Indígenas Bananal, Boca da Mata e Nova Esperança, ambas no Município de Pacaraima;
 - **HACKATUR** de Turismo (programa de aceleração voltado à melhoria da experiência de visitação do destino turístico Roraima);
 - Soluções educacionais relacionadas a capacita o do trade turístico (**PROGRAMA DE EDUCAÇÃO TURÍSTICA + RORAIMA**) envolvendo cursos de segurança alimentar, hotelaria básica, gestão empresarial e gestão financeira, além de palestras e oficinas nas áreas de recep o e agenciamento de viagens, artesanato, elabora o de projetos e capta o de recursos, atendimento e desenvolvimento sustentável.



- Retomada das atividades de capacitação, qualificação e estruturação do **PROGRAMA DE ETNOTURISMO EM TERRAS INDÍGENAS DE RORAIMA** junto as comunidades tradicionais que aderiram, a exemplo das comunidades Água Fria, Caraparu, Flexal, Santa Creusa, Nova Esperança, Bananal e Boca da Mata e em parceria com todas as entidades envolvidas no programa, a exemplo da FUNAI, SEBRAE, SENAR, SESC, UERR, IFRR, CBMRR, SEI, UFRR-INAN, SODIUR e Prefeituras Municipais;
- Retomada das atividades de capacitação, qualificação e estruturação dos municípios turísticos de Roraima (**FORTALECIMENTO DO TURISMO MUNICIPAL**) com a realização de ações nos municípios do Cantá, Normandia, Uiramutã e Bonfim;
- Início das obras de **RECUPERAÇÃO ASFÁLTICA** da RR-203, estrada que dá acesso à Serra do Tepequem (o principal produto turístico do Estado de Roraima no contexto do Ecoturismo), perfazendo uma extensão de 105Km de rodovia que receberá manutenção total;
- Retomada do planejamento da **ROTA DO LAVRADO** no assentamento Nova Amazônia (Boa Vista), com a realização de ações voltadas a capacitação dos produtores rurais, roteirização e sinalização das propriedades participantes e comercialização do produto turístico pelas agências de turismo receptivo de Roraima;
- Participação em feiras e eventos nacionais e internacionais de **PROMOÇÃO TURÍSTICA**, apresentando o **DESTINO RORAIMA** durante o segundo semestre de 2020 e por todo ano de 2021. A ação tem por intuito prospectar clientes para o *Trade* turístico de Roraima, apresentando seus produtos e serviços, além do Turismo de Montanha no Monte Roraima, o Etnoturismo (ou Turismo Macuxi) da Comunidade da Raposa I, o Turismo de Pesca no Baixo Rio Branco, o Ecoturismo na Serra Grande, o voo de balão e o Turismo de Negócios e Eventos na capital Boa Vista, o Ecoturismo no Tepequem, o Turismo Rural com a Rota do Lavrado em Boa Vista, além dos demais atrativos e recursos turísticos disponíveis em todo estado.



MONITORAMENTO

O trabalho de monitoramento da retomada (bem como a avaliação do grau de resiliência do mercado) será empreendido pela SEPLAN (por meio do Departamento de Estado do Turismo – DETUR e da Coordenadoria Geral de Estudos Econômicos e Sociais – CGEES) e em parceria com a UERR (LAPLAC) e demais IES de Roraima.

A adoção de indicadores que se prestarão à identificação de parâmetros para a criação de níveis de risco serão obtidos através de pesquisas junto ao trade estadual além das análises do desempenho da economia estadual, monitorado pelo IBGE.

Os indicadores sugeridos serão obtidos a partir de coleta multissetorial, abrangendo agentes da SEPLAN, entidades do Trade Turístico e entidades patronais de classe, tais como a FECOMÉRCIO, SEBRAE, ABAV, ABRASEL, ABIH, ABLA e ABETA, além das demais contribuições obtidas pelos atores do turismo nos núcleos e atrativos turísticos.

Os referidos indicadores coletados subsidiarão o monitoramento multidimensional (dimensões social, econômica, cultural e ambiental), sendo o cenário visualizado como fator determinante para o direcionamento de ações na dimensão política a SEPLAN/DETUR deverá adotar, que permitirá a adoção de medidas visando a retomada da sustentabilidade multidimensional e seu equilíbrio sistêmico.



REFERÊNCIAS

- 1 Coronavirus: Window of opportunity to act, World Health Organization says- BBC, Feb,\. 4, 2020
- 2 DIAS, Roberto C. Quando acaba? Projeção de término da fase aguda Covid19. <<http://www.abennacional.org.br/site/wp-content/uploads/2020/04/2020-04-13-Ana%CC%81lise-Te%CC%81rmino-Fase-Aguda-Covid19.pdf.pdf>>. Acesso em 17 de abril de 2020.
- 3 FIESP. Plano de retomada da atividade econômica após a quarentena. 2020
- 4 POGGI, Marta. Turismo pós COVID-19: Insights para empresas e destinos. Strategia Consultoria Turística: São Paulo, 2020.
- 5 Preliminary estimation of the basic reproduction number of novel coronavirus (2019-nCoV) in China, from 2019 to 2020: A data-driven analysis in the early phase of the outbreak- Jan. 30,
- 6 TechTrials <https://www.ttrials.com/covid19-explorer-brazil>



PLANO DE RETOMADA DO TURISMO DE RORAIMA

Gestão de Crise / COVID-19



GOVERNO DE RORAIMA

CADA DIA MELHOR

