



ORIENTAÇÃO PARA GESTÃO MUNICIPAL DE TURISMO



**GOVERNO DO PARANÁ
SECRETARIA DE ESTADO DO ESPORTE E DO TURISMO
PARANÁ TURISMO**

**Orientação para Gestão Municipal do Turismo
Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo**

**Curitiba
Setembro/2017**

**SECRETARIA DE ESTADO
DO ESPORTE E DO TURISMO**

Secretário
Douglas Fabrício

PARANÁ TURISMO

Diretor-presidente
Jacó Gimennes

Diretora Técnica
Deise Maria Fernandes Bezerra

Diretora Administrativa Financeira
Marilda Keller Zarpelon

APRESENTAÇÃO

Este documento tem por objetivo apoiar o trabalho dos dirigentes públicos municipais de Turismo, apresentando informações sobre o planejamento e organização do setor, em seus diferentes níveis, com o intuito de subsidiar suas ações e contribuir para o desenvolvimento sustentável dos municípios turísticos e/ou detentores de potencial turístico, buscando de forma mais estratégica o crescimento qualitativo do Turismo estadual.

Jacó Gimennes

Presidente da Paraná Turismo



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1. GESTÃO DO TURISMO	11
1.1. O que envolve Turismo?	11
1.2. O que envolve a Gestão?	16
1.3. Como fazer a Gestão do Turismo?	16
2. A GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO – BRASIL E PARANÁ.	17
2.1. Brasil	17
2.1.1. Ministério do Turismo	17
2.1.2. Plano Nacional de Turismo	17
2.1.3. Lei Geral do Turismo	20
2.2. Paraná	21
2.2.1. Secretaria do Esporte e do Turismo – SEET/Paraná Turismo	21
2.2.2. Política Estadual de Turismo	22
2.2.3. Plano Estadual de Turismo – Paraná Turístico 2026	22
2.3. Regionalização Do Turismo	23
2.3.1. Programa de Regionalização do Turismo – PRT	23
2.3.2. Regionalização do Turismo no Paraná	25
2.3.2.1. O que são Instancias de Governança Regional?	27
2.3.2.2. Atualmente, quais são as Regiões Turísticas e quem exerce sua governança?	28
3. GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO	30
3.1. Planejar o Turismo: será que é muito difícil?	30
3.1.1. E o Plano Diretor? O que é?	31
3.1.2. O que é PPA, LDO e LOA?	33
3.1.3. E o Plano Municipal de Turismo?	33
3.1.3.1. Quais os passos para elaboração do Plano Municipal de Turismo	34
3.1.3.2. Por que é importante fazer o Inventário da Oferta Turística Municipal?	35
3.1.3.3. Como Elaborar o Inventário da Oferta Turística Municipal?	36
3.1.3.4. E a demanda, como identificamos?	37
3.1.3.5. Que outras pesquisas os OOT dos municípios podem fazer para conhecer o fluxo e quem os visita?	38
3.2. Como o Turismo se organiza no Município?	39
3.2.1. Órgão Oficial de Turismo – OOT	40
3.2.1.1. Como Implantar um OOT?	40
3.2.2. Conselho Municipal de Turismo – CMT	40
3.2.2.1. Quais as atribuições de um CMT	40
3.2.2.2. Por que é importante criar um CMT?	41
3.2.2.3. Quem deve participar do CMT?	41
3.2.2.4. Quais os passos necessários para a criação do CMT?	42
3.2.2.5. Quais os critérios básicos para o funcionamento do CMT?	42
3.2.3. Fundo Municipal de Turismo – FMT	42
3.2.3.1. Como é administrado o FMT?	43
3.2.3.2. Que fontes de recursos podem compor o FMT?	43
3.2.4. Incentivos ao Turismo	43

3.2.5. Formalização de empresas, empreendimentos e serviços turísticos	44
3.3. Educação para o Turismo	45
3.3.1. Sensibilização	45
3.3.2. Qualificação Profissional	46
3.4. Marketing Turístico	47
3.4.1. O que é Segmentação do Turismo?	48
3.4.2. O que é Roteirização Turística?	49
3.4.3. Que ações de Marketing podem ser desenvolvidas no Município	49
3.4.4. Apoio a Eventos	51
3.4.5. Calendário Oficial de Eventos	51
4. RECURSOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	53
4.1. Projetos Turísticos	53
4.2. Financiamento e Investimentos para o Turismo	55
4.2.1. Poder Público	55
4.2.2. Iniciativa Privada	57
REFERÊNCIAS	59
ANEXOS	61
FICHA TECNICA	88

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos a atividade turística tem sido de extrema importância para o desenvolvimento e crescimento da economia mundial. O Fórum Econômico Mundial estima inclusive que esse é o setor econômico que mais cresce no mundo. Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) corroboram com essa afirmativa e demonstram que a atividade turística vem crescendo gradativamente e impulsionando a geração de empregos e o incremento da renda mundial.

De acordo com os últimos dados divulgados pela OMT, no ano de 2015 foi registrado no mundo um número de 1.186,2 milhões viagens, gerando uma receita cambial de 1.260,1 bilhões de dólares. No Brasil, no ano de 2016 registrou-se a entrada de 6,5 milhões de turistas estrangeiros, e uma receita de mais de 6 milhões de dólares. Segundo o Ministério do Turismo (MTur), o Turismo interno movimentou 95,3 milhões de passageiros no ano de 2015 e no Paraná desembarcaram 5,1 milhões de pessoas. Pelo lado qualitativo, nota-se que o fomento à formulação de políticas públicas realizado pelo MTur tem proporcionado, além da maior conservação do patrimônio, também a regulamentação do setor, os incentivos ao desenvolvimento sustentável da atividade, o alcance de novos mercados, a diversificação da oferta e tantos outros benefícios necessários a uma atividade que impacta em uma diversidade enorme de setores econômicos.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o MTur, o Turismo é uma atividade econômica que envolve uma cadeia produtiva formada por aproximadamente 52 setores econômicos, emprega 3,14% da população economicamente ativa. Estudos revelam que o Turismo é responsável por 3,7% do Produto Interno Bruto (PIB) da Região Sul, sendo a segunda no País em representatividade do setor.

Observa-se que o Turismo no Paraná tem acompanhado os bons resultados em nível nacional, sobressaindo-se como uma importante ferramenta de desenvolvimento econômico que permite a inclusão social, a partir da execução de ações pautadas nos princípios da sustentabilidade. Dados de 2015 do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) referentes ao Valor Adicionado Fiscal (VAF) utilizado para cálculo do PIB estadual, revelam que cerca de 20,72% do provém da agricultura, outros 43,73% derivam da indústria e os restantes 35,27% vêm do comércio e serviços, onde se encontram as atividades turísticas. Neste mesmo ano, dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho (MTE), revelaram que a maior parcela de estabelecimentos do Paraná (74%) está em alimentos & bebidas, seguida das atividades de alojamento, transporte terrestre, agências de turismo, cultura, lazer & desporto, e, aluguel de transporte. Seguindo esta mesma fonte, registra-se que tais estabelecimentos foram responsáveis pela geração mais de 151.326 mil empregos formais na atividade, sendo 61% em alimentos & bebidas, 13% em alojamentos e 10% em cultura, lazer & desporto.

“Para se ter uma ideia da abrangência do impacto do Turismo na economia, é só comparar: na indústria automobilística é preciso investir R\$ 170 mil para criar um emprego; no Turismo são necessários apenas R\$ 40 mil para uma vaga de trabalho em um hotel e R\$ 10 mil em um restaurante.” (MTur, 2009)

Contudo, esta atividade que é tão promissora vem se desenvolvendo em alguns lugares de forma desordenada, fazendo com que os resultados não sejam os esperados, se comparados com o imenso potencial existente. Apesar de o fenômeno turístico ser, na maior parte das vezes espontâneo, é necessário que na geração da atividade exista estrutura, organização, conhecimento e análise do mercado – oferta e demanda turística.

Dessa forma, o Turismo promoverá o desenvolvimento socioeconômico e a qualidade de vida dos residentes, melhorará os serviços locais, gerará emprego e renda, dinamizará as potencialidades econômicas já existentes, promovendo a inclusão social e possibilitando a melhoria no IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – e contribuirá na preservação e manutenção das áreas verdes, além de divulgar e ressaltar a cultura local e trazer satisfação aos visitantes. Isso é viável quando existe um planejamento **ADEQUADO, INTEGRADO E PARTICIPATIVO**, buscando o desenvolvimento **SUSTENTÁVEL** da atividade. Para a OMT,

“Turismo sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro” (OMT)

E como sabemos, a execução das políticas de Turismo – de âmbito nacional e estadual, é realizada nos municípios, ou seja, de nada adianta o País ter uma visão estratégica do setor e o Estado atuar taticamente para desenvolver a atividade, se o Município não fizer a sua parte. Os resultados e a efetividade do setor vão estar comprometidos. O município é fundamental, pois é nele que estão os atrativos e é para ele que os turistas se dirigem, portanto, o papel dos gestores públicos municipais de Turismo é de suma importância. E para tanto, a inspiração, a criatividade, a perseverança, a vontade, a crença e o conhecimento para estruturar o Turismo municipal, dentro de uma visão técnica estratégica, sistêmica, empreendedora e mercadológica que considere o planejamento, a organização, a regionalização e os recursos existentes para desenvolver o Turismo – itens que enfocamos neste documento, é que vão fazer a diferença.

1. GESTÃO DO TURISMO

Podemos dizer que gestão é a forma de se administrar negócios públicos e privados. Envolve um conjunto de princípios, normas e funções que tem por fim ordenar os fatores de produção e controlar a sua produtividade e eficiência, visando obter resultados efetivos. e sobretudo, a gestão está alicerçada no elemento humano.

O Turismo é uma atividade econômica gerada pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas que por motivos diversos, deixam suas residências fixas em busca de um conjunto de experiências e sensações que implicam na compra e venda de produtos e serviços num determinado núcleo receptor.

Neste item, veremos o que é necessário um dirigente municipal de Turismo saber para assegurar uma gestão eficaz do Turismo!

1.1. O QUE ENVOLVE O TURISMO?

Mario Carlos Beni define turismo como:

A soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não residentes, na medida em que não leva a residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória.” (BENI, 2001 p. 36)

Concluindo assim, que Turismo é quando o indivíduo passa mais de 24 horas num local que seja fora de sua residência fixa, independente de ser a trabalho - desde que o indivíduo não esteja sendo remunerado para tal, lazer, peregrinação ou saúde.

Oscar De La Torre define da seguinte forma:

“Turismo é o fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa, nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural”. (DE LA TORRE, 1992)

Cabe destacar que o Turismo gera impactos econômicos e sociais marcantes, entre eles:

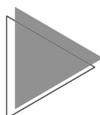
- Valorização de comunidades;
- Conservação da cultura e do meio ambiente;
- Potencial para novos investimentos;
- Aumento na arrecadação de impostos;
- Geração de renda;
- Indução de desenvolvimento e crescimento;
- Atração de investimentos externos;
- Geração de empregos;
- Incentivo a melhorias de infraestrutura local para a população;

- Melhoria na qualidade de vida da população local;
- Inclusão Social.

Assim, podemos dizer que o Turismo envolve:

A) Deslocamento

O **deslocamento** entre um núcleo emissor (local de residência permanente dos turistas) e um núcleo receptor (local de destino dos turistas). Assim sendo, os turistas vão atraídos por um fator diferencial e acabam por agregar renda ao município, pois gastam nos atrativos, equipamentos e serviços ofertados. E esse dinheiro, trazido de fora e injetado na economia local, é que vai propiciar o desenvolvimento e principalmente o crescimento da atividade turística e, conseqüentemente, do município.



Lembrete

O Turismo é muito mais do que lazer. É uma atividade econômica, com implicações políticas, sociais, ambientais e culturais. A viagem é uma forma de lazer.

Quando as pessoas circulam internamente no espaço municipal em que elas residem, visitando, por exemplo, um pesque-pague, uma fazenda ou participando de um evento, elas estão praticando uma atividade de lazer, o que também é muito importante para o desenvolvimento local, mas para haver crescimento tem que entrar dinheiro novo, de fora do município.

B) Atores Locais

O Turismo é influenciado e trabalhado por diversos atores da sociedade que contribuem para o funcionamento do seu sistema. Um sistema é a forma como o conjunto se organiza para produzir um resultado. Tudo ou quase tudo forma sistemas: a natureza, a sociedade, o nosso corpo, as máquinas. Ninguém sobrevive sem órgãos importantes como o coração, fígado ou cérebro. Se um destes componentes falha, o sistema para de funcionar.

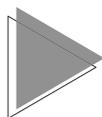
É isso que acontece com o turismo. Ele depende do funcionamento conjunto de quatro grupos principais: os gestores públicos, o empresariado, os profissionais e prestadores de serviços em Turismo, e, a comunidade. Cada parte tem um papel determinante a cumprir e fazer com que o sistema turístico atenda às expectativas dos visitantes e seja bom para o município:

O **gestor público** funciona como o cérebro do sistema. Ele fomenta propostas de desenvolvimento turístico, regula e monitora a atuação do resto do corpo - empresariado, profissionais e comunidade. O Órgão mais importante nessa área é o MTur. No nível estadual a Secretaria de Estado do Esporte e Turismo, junto com a autarquia Paraná Turismo. No municipal quem atua são as secretarias de Turismo e/ou departamentos, divisões, entre outras. Também é dever do Governo cuidar da infraestrutura local (transporte comunitário, saneamento, segurança etc.) - serviços que apoiam o desenvolvimento do turismo.

Os profissionais de turismo que atuam em agências, hotéis, restaurantes, transportes e todos os serviços ligados direta ou indiretamente ao Turismo, podem ser comparados às pernas e aos braços do sistema. São eles quem efetivamente movimentam as atividades turísticas e vivem o dia a dia do setor.

O empresariado é o coração do sistema turístico, injetando investimentos para que o Turismo continue crescendo. Este grupo é responsável pelos empregos do Turismo, e deve se preocupar em oferecer serviços de qualidade e inovadores. É o caso dos hotéis, agências de Turismo, restaurantes, transportadoras e atrativos de lazer e entretenimento.

A comunidade, além de poder estar nos grupos acima descritos, é responsável por receber e oferecer produtos e serviços ligados direta ou indiretamente ao turismo. Podem atuar em várias áreas, artesanato, gastronomia, lazer & entretenimento, comércio e outras. Além disso, seu papel na formação da consciência turística, valorização da localidade e o repasse de informação ao turista são essenciais para o andamento da atividade, uma vez que a comunidade troca experiências com o turista apresentando e representando a sua localidade, tendo papel fundamental na percepção do visitante em relação ao município, estado e/ou país. O importante é que a comunidade faça parte e acredite no Turismo, pois funciona como células do sistema turístico.



Lembrete

Incentivar um bom relacionamento entre turistas e empreendedores e gestores públicos do Turismo com a população local é essencial para a atividade. Uma ferramenta para esse bom relacionamento é a elaboração de ações de conscientização voltadas à comunidade sobre a importância e o impacto do Turismo na economia e na qualidade de vida da sociedade.

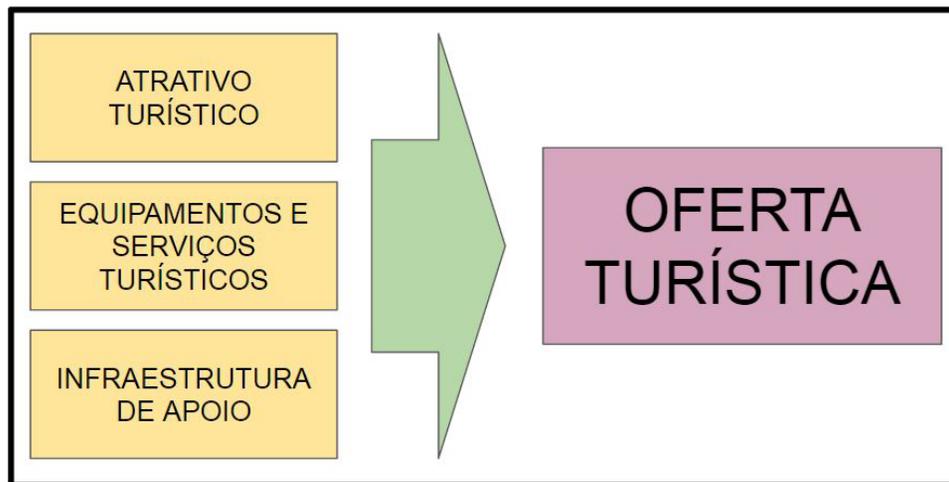
Além dos quatro grupos principais, outros setores e entidades são importantes para o bom funcionamento do sistema turístico, como:

- Organização Não Governamental (ONGs)
- Organização da Sociedade Civil (OSCs)
- Instituições de Ensino Superior
- Associações de Classe
- Entidades representativas
- Sistema S

Todos esses grupos, e outros que tenham atuação em determinados locais, devem fazer parte de uma governança como os Fóruns e Conselhos.

C) Oferta Turística

Ao conjunto formado pelos atrativos, equipamentos e serviços turísticos, juntamente com a infraestrutura de apoio ao Turismo recebe o nome de **Oferta Turística** de um núcleo receptor. É esta oferta que vai atrair os visitantes ao município e possibilitar sua permanência. Estes visitantes também são conhecidos como demandantes.



O documento Inventário da Oferta Turística do MTur (2011) conceitua:

Atrativos Turísticos são indispensáveis para que haja consumidores do turismo. São “Elementos da natureza, da cultura e da sociedade – lugares, acontecimentos, objetos, pessoas, ações – que motivam alguém sair de seu local de residência para conhecê-los ou vivenciá-los” e deve possuir uma estrutura mínima para propiciar uma experiência turística.

Equipamentos e serviços turísticos são o “conjunto de estabelecimentos e prestadores de serviços que dão condições para que o visitante tenha uma boa estadia”. Eles “compreendem os setores de alojamento e/ou hospedagem, alimentos e bebidas, transportes turísticos, agenciamento, animação turística e informações turísticas.” (RUSCHMANN, 2002, p.135)

Infraestrutura de Apoio são “Instalações e serviços públicos e privados, que proporcionam o bem-estar dos residentes e também visitantes, tais como o sistema de transportes, de saúde, de comunicação, de abastecimento de água, de energia e tantas outras estruturas básicas e facilidades existentes no município” (MTur, 2011)

SAIBA MAIS

Para mais informações sobre o Inventário da Oferta Turística e conhecer os formulários de pesquisa, acesse:
www.turismo.gov.br → Publicações → Inventário da Oferta Turística.

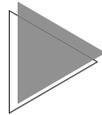
D) Demanda Turística

Para um planejador é fundamental conhecer não só a oferta, mas também a demanda turística, ou seja, quem consome ou pode consumi-la, pois só assim poderá satisfazê-la e ampliá-la, determinando seu sucesso no desenvolvimento do Turismo local.

Os viajantes são consumidores de serviços turísticos, quaisquer que sejam suas motivações. Estes consumidores podem ser classificados, dentre outras formas, em **turistas e excursionistas**. Segundo a OMT, turistas são aqueles que se deslocam da sua residência fixa, em busca de um conjunto de experiências e de sensações, consumindo produtos e serviços. Pode-se também dizer que são visitantes temporários que permanecem pelo menos vinte e quatro horas no local visitado, com a finalidade de lazer, negócios, família, eventos. Segundo a ONU:

“Toda pessoa sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de Turismo, recreio, esporte, saúde, motivações familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósito de imigração.” (ONU, 2008)

Já o Excursionista possui as mesmas características de um turista, exceto pelo fato dele permanecer menos de 24 horas em um destino.



Lembrete

Quem vai determinar a existência do Turismo é a demanda. Portanto, conhecê-la, atraí-la e satisfazê-la é essencial!

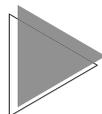
E) Motivações de Viagens

São diversas as razões que fazem com que as pessoas se desloquem de sua residência: saúde, meio ambiente, agropecuária, negócios, eventos, história, esportes, cultura, lazer, tecnologia, ciência etc. Para cada uma existe um determinado público, com necessidades e expectativas diferentes, como também determinados prestadores de serviços e atores. Por este motivo devemos saber o que temos, qual a vocação de nosso município e o que podemos oferecer a nossa demanda, para que tenham experiências inesquecíveis e únicas.

As infraestruturas, tanto de apoio quanto turística, são necessárias para que os turistas possam aproveitar suas viagens ao máximo, sem problemas como falta de luz, água, congestionamentos etc. Podemos citar alguns exemplos determinantes para atrair os turistas:

- Atrativos turísticos conservados;
- Acesso viável e transporte disponível a esses atrativos e aos equipamentos turísticos;
- Hospedagem e alimentação variados e de qualidade;
- Serviços turísticos qualificados;
- Boa informação e sinalização;
- Preços justos;
- Receptividade da comunidade;
- Promoção inteligente;
- Uso de novas tecnologias.

Estes e outros fatores são indispensáveis para que haja o desenvolvimento da atividade turística, proporcionando satisfação aos turistas e gerando negócios e empregos na localidade. Para tanto, o Turismo e suas atividades afins precisam ser planejados, a partir de estudos e mão de obra qualificada, envolvendo todos seus atores.



Lembrete

O turista primeiro escolhe o destino que mais lhe agrada, depois ele vai escolher o hotel, o transporte etc., e nessa escolha, considera distâncias, preços, facilidades de acesso e consumo, na hora de decidir sua viagem.

1.2. O QUE ENVOLVE A GESTÃO?

Para uma gestão eficaz não podemos esquecer que ela é um processo, que não se resume somente a planejamento, nem a realização de negócios e nem em estruturas organizacionais. Ela envolve:

- **Planejamento:** trabalho de preparação para qualquer gestão, que segue um roteiro e métodos determinados. Requer mudanças. Em suas diferentes etapas surgem documentos como planos, programas e projetos com objetivos definidos.
- **Organização:** unidades sociais concebidas para atingir objetivos específicos. Organismos públicos e privados. Arte ou efeito de ordenar, arranjar, dispor. Disposição de uma coisa para certa finalidade. Associação ou instituição com objetivos definidos.
- **Operacionalização:** estabelecer uma Estrutura Organizacional que permita uma melhor otimização das ações, com organograma, funções, recursos humanos... Meios para obter resultados. Fazer funcionar de forma gerencial e executiva.
- **Execução:** dar funcionamento a estrutura organizacional. Cumprir e realizar ações/atividades.
- **Controle:** Estabelecer formas de acompanhamento das ações/atividades.
- **Avaliação:** Determinar a valia das ações/atividades realizadas, através de programa avaliatório.

E, sobretudo, as pessoas envolvidas direta e indiretamente no processo.

1.3. COMO FAZER A GESTÃO DO TURISMO?

Com crença, liderança, conhecimento técnico, experiências e visão sistêmica orientada para o desenvolvimento sustentável.

Tradicionalmente o desenvolvimento implicava apenas na questão econômica, a adoção do termo sustentável inclui uma preocupação com o impacto das decisões atuais na qualidade de vida das próximas gerações que ocuparão o local.

Para a OMT, o desenvolvimento sustentável do Turismo é um processo contínuo, que requer monitoramento constante dos impactos que a atividade pode causar, de modo que, com ações de gestão, seja possível minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios potenciais, introduzindo medidas preventivas ou de correção de rumos. Ainda segundo a OMT, esse processo requer a participação e o comprometimento de todos os atores envolvidos com o Turismo, principalmente o poder público, que deve incentivar e apoiar o processo, estimulando a participação da sociedade por meio da construção de decisões consensuais. Portanto, os destinos e produtos turísticos sustentáveis são desenvolvidos em harmonia com o meio ambiente e as culturas locais, de forma que estes se convertam em permanentes beneficiários, e não meros espectadores de todo o processo.

Salienta-se que a OMT, como agência especializada da ONU para o Turismo, está responsável por realizar um rol de atividades em 2017, em função do mesmo ter sido declarado como Ano Internacional do Turismo. O secretário-geral da OMT, Taleb Rifai disse que:

A declaração pela ONU de 2017 como Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento é uma oportunidade única para fazer avançar a contribuição do setor do turismo para os três pilares da sustentabilidade – econômica, social e ambiental – aumentando a consciência sobre um setor que é frequentemente subestimado. (RIFAI, 2017)

SAIBA MAIS

Acesse: <https://nacoesunidas.org/onu-declara-2017-o-ano-internacional-do-turismo-sustentavel-para-o-desenvolvimento/>
Ou também <http://www2.unwto.org/es>

O Turismo acarreta em muitos benefícios, envolvendo todo o município e/ou região. Não somente os proprietários dos atrativos e equipamentos turísticos ganham, mas os envolvidos indiretamente também: o produtor rural, o pedreiro, os comerciantes em geral e muitos outros.

De acordo com a OMT, a atividade turística tem efeito multiplicador, uma vez que pelo menos cinquenta e dois setores da economia são impactados no seu desenvolvimento.

A injeção de dinheiro na economia do município gerada pelo desenvolvimento do Turismo movimenta o comércio e a economia da localidade beneficiando não apenas os empresários envolvidos diretamente, mas toda a população que, por sua vez, acaba se interessando e se envolvendo de alguma forma com a atividade.

Importante destacar que para uma gestão municipal eficiente deve-se ter clareza que o turismo tem interdependência de outros setores como transporte, comunicação, acesso, estruturas urbanas, cultura, meio ambiente, entre outros. Ou seja, deve-se buscar um trabalho em parceria com todas as organizações que nelas atuam, quer sejam governamentais ou não-governamentais.

2. A GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO – BRASIL E PARANÁ

Como foi dito anteriormente, para que se assegure uma boa gestão municipal do Turismo é necessário conhecer quais são as estruturas organizacionais existentes no Brasil e no Paraná, como também quais são as políticas e planos vigentes. A articulação com os diferentes níveis de gestão, como regional, estadual e federal, como também com os distintos setores da economia e com os atores envolvidos direta e indiretamente no setor é fundamental.

Neste item, estas informações estão de forma sucinta, mas podem ser encontradas nos sites oficiais do MTur e da Paraná Turismo, em sua íntegra.

SAIBA MAIS

Acesse os sites da Paraná Turismo: www.turismo.pr.gov.br
e do Ministério do Turismo: www.turismo.gov.br

2.1. BRASIL

2.1.1. Ministério do Turismo

O Órgão Oficial de Turismo (OOT) em âmbito nacional é o Ministério do Turismo (MTur), que foi instituído em 2003, e, atualmente trabalha com uma estrutura dividida em 2 (duas) Secretarias e a EMBRATUR. Estas Secretarias desenvolvem programas específicos do turismo nacional, enquanto a EMBRATUR é responsável pela promoção do Brasil no mercado internacional.

CONTATOS
MINISTÉRIO DO TURISMO - MTur

Endereços:
Esplanada dos Ministérios, Bloco "U" - 2º e 3º andar
Brasília - DF - Brasil - CEP: 70065-900
Anexo ID - SCN Quadra 06, Bloco A, 12º andar
Brasília - DF - Brasil - CEP: 70065-900
Telefone: (61) 2023-7074
www.turismo.gov.br

Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo (SNET)

Endereço:
Esplanada dos Ministérios, Bloco "U" - 2º e 3º andar
Brasília - DF - Brasil - CEP: 70065-900
Telefone: (61) 2023-7881
E-mail: snpdtur2@turismo.gov.br

Secretaria Nacional de Qualificação e Promoção
do Turismo (SNQPT)

Endereço:
Esplanada dos Ministérios, Bloco "U" - 2º e 3º andar
Brasília - DF - Brasil - CEP: 70065-900
Telefone: (61) 2023-7704
E-mail: snptur@turismo.gov.br

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

Endereço:
SCN Quadra 2 - Bloco G
Brasília - DF - Brasil - CEP: 70065-900
Telefone: (61) 2023-8888
E-mail: faleconosco@embratur.gov.br
www.embratur.gov.br

A **SNET** é responsável pelo ordenamento e planejamento territorial turístico; apoio à implantação de infraestrutura turística; melhoria de ambiente jurídico para o ordenamento e desenvolvimento das regiões turísticas; atração de investimentos e articulações de linhas de crédito para o turismo.

A **SNQPT** é responsável pelo apoio à formalização e pela qualificação de profissionais e de prestadores de serviços turísticos. Atua no incentivo ao turismo responsável e também na promoção e apoio à comercialização dos destinos e produtos turísticos brasileiros, em âmbito nacional.

A **EMBRATUR** é a autarquia especial do MTur responsável pela promoção internacional, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional. Neste ano, vem passando por estudos visando sua transformação jurídica.

Em âmbito nacional ressalta-se ainda o Núcleo Estratégico do Turismo Nacional, formado pelo próprio MTur, pelo **Conselho Nacional de Turismo** – órgão colegiado que tem como atribuição assessorar o Ministro de Estado do Turismo na formulação e na aplicação da Política Nacional de Turismo e dos planos, programas, projetos e atividades derivados. Sua formação é composta por representantes do governo federal e dos diversos segmentos do turismo, sendo integrado atualmente por 70 conselheiros de instituições públicas e entidades privadas do setor em âmbito nacional; e pelo **Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (FORNATUR)** formado pelos secretários estaduais de Turismo e/ou presidentes de órgãos estaduais de Turismo com a missão de debater temas relevantes do turismo nacional, incorporando as demandas estaduais, regionais e nacionais, e expressando o pensamento e a ação do executivo estadual na gestão do turismo nacional, constituindo um bloco de expressão técnica e política, atuando como órgão de assessoramento do MTur, na elaboração e na implantação do Plano Nacional do Turismo e na discussão dos principais programas e projetos do turismo brasileiro.

SAIBA MAIS

1. Conheça os membros do Conselho Nacional do Turismo – pode ser útil na hora de montar seu conselho municipal. Acesse: http://www.turismo.gov.br/images/conselhos/conselho_nacional/documentos_conselho/10_11_2016_Lista_das_entidades_CNT.pdf
2. Em âmbito de representação dos municípios existe a Associação Nacional dos Secretários e Dirigentes Municipais do Turismo (ANSEEDITUR). Para mais informações entre em contato com secretariaanseditur@gmail.com

2.1.2. Plano Nacional de Turismo

O Plano Nacional de Turismo 2013–2016: O Turismo Fazendo muito mais pelo Brasil é o principal instrumento de planejamento e gestão que coloca o Turismo como indutor do desenvolvimento, da geração de emprego e renda no País. O Plano é fruto do consenso de todos os segmentos turísticos envolvidos no objetivo comum de transformar a atividade em um importante mecanismo de melhoria do Brasil e fazer do Turismo um importante indutor da inclusão social, destacando, no âmbito da gestão, as diretrizes que devem nortear o desenvolvimento do turismo brasileiro, como a participação e diálogo com a sociedade; a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; o incentivo à inovação e ao conhecimento; e a regionalização como abordagem territorial e institucional para o planejamento.

O **PNT 2013/2016** avança na perspectiva de expansão e fortalecimento do mercado interno, com especial ênfase na função social do turismo. Mas é também um compromisso de continuidade das ações dos planos 2003/2007 e 2007/2010 já desenvolvidas pelo MTur e pela EMBRATUR no sentido de consolidar o Brasil como um dos principais destinos turísticos mundiais. Em breve deverá estar sendo lançado o novo Plano Nacional de Turismo.

2.1.3. Lei Geral do Turismo

Sancionada em 17 de setembro de 2008, a **Lei nº 11771/08 dispõe sobre a Política Nacional de Turismo**, sendo conhecida como a Lei Geral do Turismo (LGT), estabelece o marco regulatório que faltava ao Turismo e o proclama como uma atividade econômica e importante vetor no desenvolvimento do país, disciplinando a prestação dos serviços turísticos através da obrigatoriedade do cadastramento e regulamentação do funcionamento dos mesmos. Também são estabelecidas as regras para fiscalização dos serviços turísticos, definindo infrações e penalidades, bem como programas de qualificação e capacitação da mão-de-obra para o setor.

A LGT define ainda as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor e institui o Sistema Nacional de Turismo, cujo objetivo é compatibilizar os esforços e as ações federais com aquelas dos estados e municípios a serem observadas na elaboração e revisão do Plano Nacional de Turismo. Em 2016/2017 está em processo de revisão.

Propõe, também, a implementação de um sistema de informações turísticas com possibilidade de monitorar os impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade, além de estabelecer condições operacionais do Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR). De forma geral, o principal objetivo da LGT é aumentar a inserção competitiva do produto turístico brasileiro no mercado nacional e internacional.

A LGT é regulamentada pelo Decreto nº7381-02/12/2010. Seu Artigo 2º apresenta as seguintes definições: • I- Política Nacional de Turismo - conjunto de leis e normas voltadas para o planejamento e ordenamento do setor, bem como das diretrizes, metas e programas definidos no PNT; • II - Plano Nacional de Turismo - PNT - conjunto de diretrizes, metas e programas que orientam a atuação do MTur, em parceria com outros setores da gestão pública nas três esferas de governo e com as representações da sociedade civil, iniciativa privada e terceiro setor, relacionadas ao turismo, nos termos do art. 6º da Lei nº 11.771, de 2008; • III - Sistema Nacional de Turismo - sistema formado por entidades e órgãos públicos ligados ao setor turístico, com o objetivo de promover o desenvolvimento das atividades turísticas de forma sustentável, integrando as iniciativas oficiais com as do setor privado, conforme preconizado no PNT; • IV - Comitê Interministerial de Facilitação Turística - colegiado intersetorial integrado por órgãos públicos do governo federal, cuja área de atuação apresenta interfaces com o turismo, criado com a finalidade de buscar a convergência e a compatibilização na execução da Política Nacional de Turismo com as demais políticas setoriais federais, nos termos do art. 11 da Lei nº 11.771, de 2008; • V- Fundo Geral do Turismo- FUNGETUR - fundo especial de financiamento, vinculado ao MTur, com orçamento específico, dispondo de patrimônio próprio e autonomia financeira e orçamentária, tendo como finalidade o fomento e a provisão de recursos para o financiamento de empreendimentos turísticos considerados de interesse para o desenvolvimento do turismo nacional; e • VI - Prestadores de Serviços Turísticos - sociedades empresariais, sociedades simples, empresários individuais e serviços sociais autônomos prestadores de serviços turísticos remunerados, que exerçam atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo, nos termos do art. 21 da Lei nº 11.771, de 2008.

SAIBA MAIS

No site do MTur www.turismo.gov.br está disponível o Plano Nacional de Turismo e no http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/L11771.htm a Lei Geral do Turismo.

2.2. PARANÁ

2.2.1. Secretaria de Estado do Esporte e do Turismo - SEET

A SEET, criada em 2014, veio substituir a extinta Secretaria de Estado do Turismo criada em 2002, e, atua no nível operacional com duas entidades vinculadas - a Paraná Turismo e o Instituto Paranaense de Ciência do Esporte (IPCE), além de treze escritórios regionais, sendo que em Cascavel, Foz do Iguaçu e Londrina existem profissionais da área de turismo.

Paraná Turismo

A primeira organização pública do Turismo no Paraná foi a PARANATUR, criada em 1969 e extinta em 1989, quando teve suas funções absorvidas pela Fundação de Esporte e Turismo (FESTUR). Em 1991 a FESTUR transformou-se em Autarquia e passou a denominar-se Paraná Turismo, tendo como competência básica a execução da política estadual de turismo, através da operacionalização de programas e projetos que visem desenvolver, estruturar e promover os destinos e produtos turísticos do Paraná. Dentro do Plano Plurianual (PPA) do Estado do Paraná e da respectiva Lei Nº 18.661/2015 e LOA vigente, a Paraná Turismo possui um projeto/atividade Paraná Turístico que tem como objetivo promover o avanço competitivo do turismo no cenário estadual, nacional e internacional. Desenvolver ações de marketing, capacitação e qualificação com também pesquisas e investimentos em estruturas de recepção turística, dentro de quatro linhas: Memória do Turismo Paranaense, Excelência Técnica, Mercado Turístico e Agenda Estruturante.

CONTATO
Paraná Turismo
Alameda Dr. Muricy, 950 - Centro - CEP: 80020-040 -
Curitiba - PR
41 3313-3521 / 41 3313-3524
www.turismo.pr.gov.br

Dentro da estrutura da SEET destaca-se ainda o **Conselho Paranaense de Turismo - CEPATUR**. Trata-se de um órgão colegiado de assessoramento que congrega representantes do Governo Estadual e de entidades representativas dos diversos setores que compõem o Turismo estadual. Tem por finalidade auxiliar na formulação, no acompanhamento e na avaliação dos planos, programas, projetos e atividades derivadas da Política Estadual de Turismo.

SAIBA MAIS
Para conhecer os membros efetivos, regimento interno e atas das reuniões do CEPATUR, consulte a aba institucional do site
www.turismo.pr.gov.br

2.2.2. Política Estadual de Turismo

Através da Lei nº 15.973, de 2008, ficou estabelecida a Política de Turismo do Paraná, que se constitui em um conjunto de estratégias e prioridades que orientam o desenvolvimento sustentável do Turismo no Estado do Paraná, integrando sua política econômica, de forma planejada e organizada, consolidando-o como destino turístico e proporcionando a inclusão social de sua população.

SAIBA MAIS

Para maior conhecimento da Política Estadual de Turismo, consulte a aba institucional do site:

www.turismo.pr.gov.br

2.2.3. Plano Estadual de Turismo - Paraná Turístico 2026

No ano da comemoração do Centenário do Turismo no Paraná (2016) foi lançado o Masterplan – direcionamento estratégico **Paraná Turístico 2026: Pacto para um destino inteligente**. Oriundo da necessidade de atualização do Plano de Turismo do Estado do Paraná 2012-2015, surgiu da criação no âmbito do CEPATUR, o Grupo de Estudos Pró-Planejamento Decenal do Turismo do Paraná, coordenado por uma Comissão Técnica dele proveniente, responsável por definir a metodologia, os recursos, parceiros e ações para sua elaboração

SAIBA MAIS

Consulte o Plano Decenal Paraná Turístico 2026 no site:
www.paranaturistico2026.tur.br

Participe de sua operacionalização e use-o na construção do plano municipal de turismo.

Como produto de um processo de construção conjunta e pactuada entre o poder público, iniciativa privada e a sociedade civil do Estado e das regiões turísticas, esse documento segue a Política de Turismo do Paraná (Lei nº 15.973/2008), se constituindo em um instrumento estratégico participativo direcionador de esforços em longo prazo, com uma visão de futuro desafiadora, objetivos, estratégias, macroprogramas e metas a serem atingidos, a partir de uma gestão voltada para promover uma mudança no turismo paranaense, no horizonte temporal de 2016 a 2026, que zele pela sua aplicação prática baseada nos princípios da sustentabilidade, no alinhamento institucional, em orçamentos adequados, em comunicação interna e externa eficazes e, sobretudo no uso racional do nosso patrimônio, estabelecendo um verdadeiro Pacto para construir um destino turístico inteligente, que segundo o SEBRAE (2016)

O conceito de Destinos Turísticos Inteligentes (Smart Destination) tem sua origem das Cidades Inteligentes (Smart Cities). Porém há algumas diferenças entre eles, relacionados aos limites geográficos, ao público-alvo e à interação com os visitantes. As cidades levam em conta competitividade, capital humano e social, participação, mobilidade, recursos naturais e qualidade de vida. E no caso dos destinos turísticos inteligentes, tem-se 3 pilares: Governança, tecnologia e desenvolvimento sustentável. (SEBRAE, 2016)

Ou seja, o que difere os destinos inteligentes de outros destinos, são algumas características específicas, como ter espaço turístico inovador, dispor de tecnologias, que valorize o capital humano, políticas

focadas para um desenvolvimento sustentável, gerir os recursos de forma eficiente, garantir uma maior competitividade para o setor, possibilitar experiências de qualidade aos turistas sendo integrados e interativos, além de oferecer acessibilidade. No Brasil está crescendo o número de cidades inteligentes, que tem influência direta para o surgimento destes destinos.

2.3. REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

A Regionalização do Turismo é um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões.

Iniciada em 2003 a partir do desenvolvimento do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) - Roteiros do Brasil do MTur, no Paraná a regionalização do Turismo foi definida como política em 2004, por entender que a união dos municípios possibilita uma participação maior no mercado turístico nacional e internacional. Antes, tanto a política nacional como a estadual, tinham a descentralização apenas aos municípios.

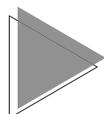
Neste item será tratado do tema e da sua forma atual de implementação, como também serão apresentadas as instâncias de Governança que atuam nas Regiões Turísticas do Paraná, sendo que é fundamental o contato do dirigente municipal de Turismo com sua região, para conhecer o que está sendo feito e, principalmente, o que já foi feito, como também para engajar-se a mesma.

Para compreender melhor, segue definição do que é Região Turística, segundo a Política de Turismo do Paraná:

II - Região Turística é o território caracterizado por um conjunto de municípios turísticos ou de interesse turístico, que possuem afinidades e complementaridades culturais ou naturais, que possibilitam o planejamento e a organização integrados, como também a oferta de produtos turísticos mais competitivos nos diferentes mercados, agregando força principalmente na gestão e promoção. (Lei nº. 15.973 - Art.1º)

2.3.1. O Programa de Regionalização do Turismo - PRT

Trabalha sob a perspectiva de que mesmo um município que não possui uma clara vocação para o turismo – ou seja, que não recebe o turista em seu território – pode dele também se beneficiar, se desempenhar um papel de provedor ou fornecedor de mão-de-obra ou de produtos destinados a atender esse turista. O trabalho regionalizado permite, assim, ganhos não só para o município que recebe o visitante, mas para toda a região.



Lembrete

Através da regionalização os municípios se complementam e/ou se integram, tornando-se mais competitivos e capazes de ganhar novos mercados. E ainda, não sofrem tanto influência das mudanças de gestão.

Embasando-se em recomendações da OMT, o MTur adotou em 2004 essa política focada no desenvolvimento regional, dando maior protagonismo às Unidades da Federação. Seu **objetivo principal** é promover a convergência e a articulação das ações do MTur e do conjunto das políticas públicas setoriais e locais, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo no Brasil, de forma regionalizada e descentralizada, alinhado aos princípios da Política Nacional de Turismo, estabelecidos pela Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008.

Os módulos operacionais utilizados para a implementação do PRT foram:

- Sensibilização;
- Mobilização;
- Institucionalização da Instância de Governança Regional;
- Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional;
- Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional;
- Sistema de Informações Turísticas do Programa;
- Roteirização Turística;
- Promoção e Apoio à Comercialização;
- Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa.

De enfoque territorial, o PRT foi reformulado em 2013 (Portaria MTur nº 039/2017), quando foram definidos seus oito eixos de atuação, que orientam as ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo nas regiões e municípios:

- Gestão descentralizada do turismo;
- Planejamento e posicionamento de mercado;
- Qualificação profissional, dos serviços e da produção associada;
- Empreendedorismo, captação e promoção de investimentos;
- Infraestrutura turística;
- Informação ao turista;
- Promoção e apoio à comercialização;
- Monitoramento.

No âmbito nacional, o PRT é coordenado pelo MTur, com apoio do Conselho Nacional de Turismo, por meio da Câmara Temática de Regionalização.

No âmbito estadual, o MTur estabeleceu canais de interlocução com as Unidades Federadas, por meio dos órgãos estaduais de turismo, apoiados pelos Fóruns e/ou Conselhos Estaduais de Turismo.

No âmbito regional, as secretarias estaduais de turismo, por sua vez, se relacionam com as Regiões Turísticas por meio das Instâncias de Governança Regionais (IGR's), instaladas ou em fase de instalação.

No âmbito municipal, os órgãos estaduais e as IGR's se relacionam com os Municípios, mediante os seus OOT's e seus Conselhos Municipais de Turismo.

Para implementar essa nova fase do Programa de Regionalização, foram previstas as seguintes estratégias:

1. MAPEAMENTO, que define o território a ser trabalhado. O Mapa do Turismo Brasileiro é a base territorial de atuação dessa política para o desenvolvimento do turismo. Nele, devem estar os municípios que

possuem:

1) Oferta Principal – Município(s) que concentra(m) os principais serviços e atrativos da região. Concentra(m) o maior fluxo de turistas da região. É (são) o(s) que dá(dão) identidade à região (emblemático). Em casos específicos, é possível considerar que exista mais de um município que detenha a oferta principal da região turística.

2) Oferta Complementar – Município(s) que complementa(m) a oferta da região e possui(em) fluxo de turistas. Uma região turística pode contemplar um ou mais municípios que detenham a oferta complementar.

3) Oferta de Apoio à Atividade Turística – Município(s) que não têm fluxo turístico expressivo, mas se beneficia(m) da atividade turística, fornecendo mão-de-obra, serviços, equipamentos turísticos, produtos associados ao turismo. Uma região turística pode contemplar um ou mais municípios que detenham a oferta de apoio à atividade turística. (MTur, 2017)

2. CATEGORIZAÇÃO, que divide os municípios constantes no Mapa do Turismo Brasileiro, de acordo com o desempenho de suas economias do turismo (conforme Portaria MTur nº 144/2015) utilizando as variáveis:

- Número de estabelecimentos formais cuja atividade principal é a hospedagem;
- Número de empregos formais no setor de hospedagem;
- Estimativa de turistas a partir do estudo de demanda doméstica;
- Estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Internacional.

1. FORMAÇÃO, que prevê a capacitação de gestores públicos e a publicação de cartilhas de orientação para o desenvolvimento do turismo.

2. FOMENTO À REGIONALIZAÇÃO, que prevê o apoio financeiro do MTur aos estados, regiões e municípios na implantação de seus projetos.

3. COMUNICAÇÃO, que engloba a constituição de uma rede nacional de interlocutores do Programa, facilitando a interação das ações em prol do desenvolvimento do turismo.

4. MONITORAMENTO, etapa que avalia a evolução do Programa e garante eventuais correções de rumo.

SAIBA MAIS

Procure no site do MTur www.turismo.gov.br no menu vertical Regionalização do Turismo, os documentos informativos.

2.3.2. REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO NO PARANÁ

No ano de 2004 houve o lançamento nacional do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e suas diretrizes políticas e a organização planejada do desenvolvimento da atividade. No Paraná ocorreu inicialmente através da Política Estadual de Turismo 2003-2007 e em 2008, através do Plano de Desenvolvimento do Turismo do Paraná 2008-2011.

SAIBA MAIS

Para maior conhecimento sobre como se deu o processo de Regionalização do Turismo no Paraná acesse: www.turismo.pr.gov.br, aba institucional.

Dentro dessa visão de descentralização foi criada, no então Conselho Consultivo de Turismo do Estado, a Câmara de Regionalização do Turismo, sendo o principal fórum de articulação da Regionalização no Paraná.

Com a criação dessa Câmara e a articulação com o Fórum Estadual dos Secretários Municipais de Turismo, em 2003 tiveram início as discussões sobre a Regionalização do Turismo no Estado, que até aquele momento não apresentava Regiões Turísticas oficiais. Ao longo dos anos houve algumas mudanças acerca da definição dos municípios que compunham as Regiões Turísticas, bem como a quantidade de Regiões Turísticas oficializadas no Paraná. Em 2004 haviam 9 regiões turísticas, em 2008 houve a divisão da Região Oeste, e passou a 10 Regiões Turísticas, e foram criadas suas marcas e seus respectivos Planos de Desenvolvimento Regional.

Em 2013, através da Portaria nº 105/2013 do MTur ficou instituído o Programa de Regionalização do Turismo, tendo a Portaria nº 119/2016 com nova redação. Em conjunto com os estados foi estabelecida a Portaria nº 313/2013, que traz o mapa da Regionalização e seus critérios. No Paraná, após um processo participativo de avaliação com os atores regionais, foram estabelecidas 14 regiões turísticas. Em 2015, surge a Portaria de nº 205/2015 e os novos critérios para o Mapa do Turismo Brasileiro, que pela Portaria nº 172/2016 elencou 2.175 municípios e 291 Regiões Turísticas, sendo do Paraná 224 municípios.

Atualmente, dentro do Mapa 2017, o Paraná passou a 283 municípios, observando-se os três critérios nacionais:

- I – possuir órgão responsável pela pasta de turismo (Secretaria, Fundação, Coordenadoria, Departamento, Diretoria, Setor ou Gerência);*
- II – comprovar a existência de dotação para o turismo na lei orçamentária anual vigente; e*
- III – apresentar Termo de Compromisso assinado por Prefeito Municipal ou dirigente responsável pela pasta de turismo, conforme modelo disponibilizado, aderindo de forma espontânea e formal ao Programa de Regionalização do Turismo e à Região Turística.*

Conforme aprovado pelo MTur e através da Resolução nº 01/2017 do CEPATUR – Conselho Estadual do Turismo (artigo 1º), o Paraná adotou também como critério a vinculação formal dos mesmos à Instância de Governança Regional – IGR, legalmente constituída e reconhecida pelo Órgão Oficial de Turismo do Estado (SEET/Paraná Turismo).

SAIBA MAIS

Procure no site do MTur: www.mapa.turismo.gov.br a relação dos municípios com suas respectivas categorias, como também as perguntas e respostas sobre o processo de categorização.

2.3.2.1. O que são Instâncias de Governança Regional?

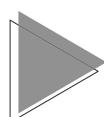
Em todo o processo que envolve o planejamento, o desenvolvimento e a implementação de Planos Estratégicos de Desenvolvimento do Turismo Regional, é necessário que exista uma organização, que deve se encarregar da coordenação, acompanhamento e gestão da região turística. Para que isto seja possível, é necessário reconhecer, institucionalizar ou fortalecer uma organização representativa denominada **Instância de Governança Regional (IGR)**, entidade civil composta preferencialmente pela iniciativa privada, poder público e sociedade civil organizada, com o papel de fazer a gestão do turismo numa dada região.

Com base na divisão do Paraná em 14 regiões turísticas, até o momento encontram-se instituídas, a partir de processos participativos, 13 (treze) Instâncias de Governança Regional do Turismo, sendo que em setembro de 2012 foi constituído o Decreto Estadual nº 5925 que apresenta os critérios para certificação de reconhecimento das Instâncias de Governança de Turismo do Paraná.

Segundo tal Decreto Estadual 5925/12 as IGR's têm o papel de:

“§ 3º (...) cooperar por mútua colaboração com o Estado do Paraná, na execução das políticas públicas de desenvolvimento do setor turístico paranaense numa dada região, com visão de sustentabilidade. Portanto, constituem-se em espaços de articulação de atores sociais e tem por objetivo a proposição, análise e monitoramento de políticas, planos e projetos na área do turismo sustentável.”

O processo de Certificação vai ao encontro com as premissas adotadas pelo processo de regionalização do turismo, buscando dessa forma fortalecer e profissionalizar as Instâncias de Governança Regionais, dotando-as de ferramentas para uma gestão profissional e sustentável, e desta forma, fortalecendo o turismo junto a Região Turística e, conseqüentemente, desenvolvendo os municípios e o Estado.

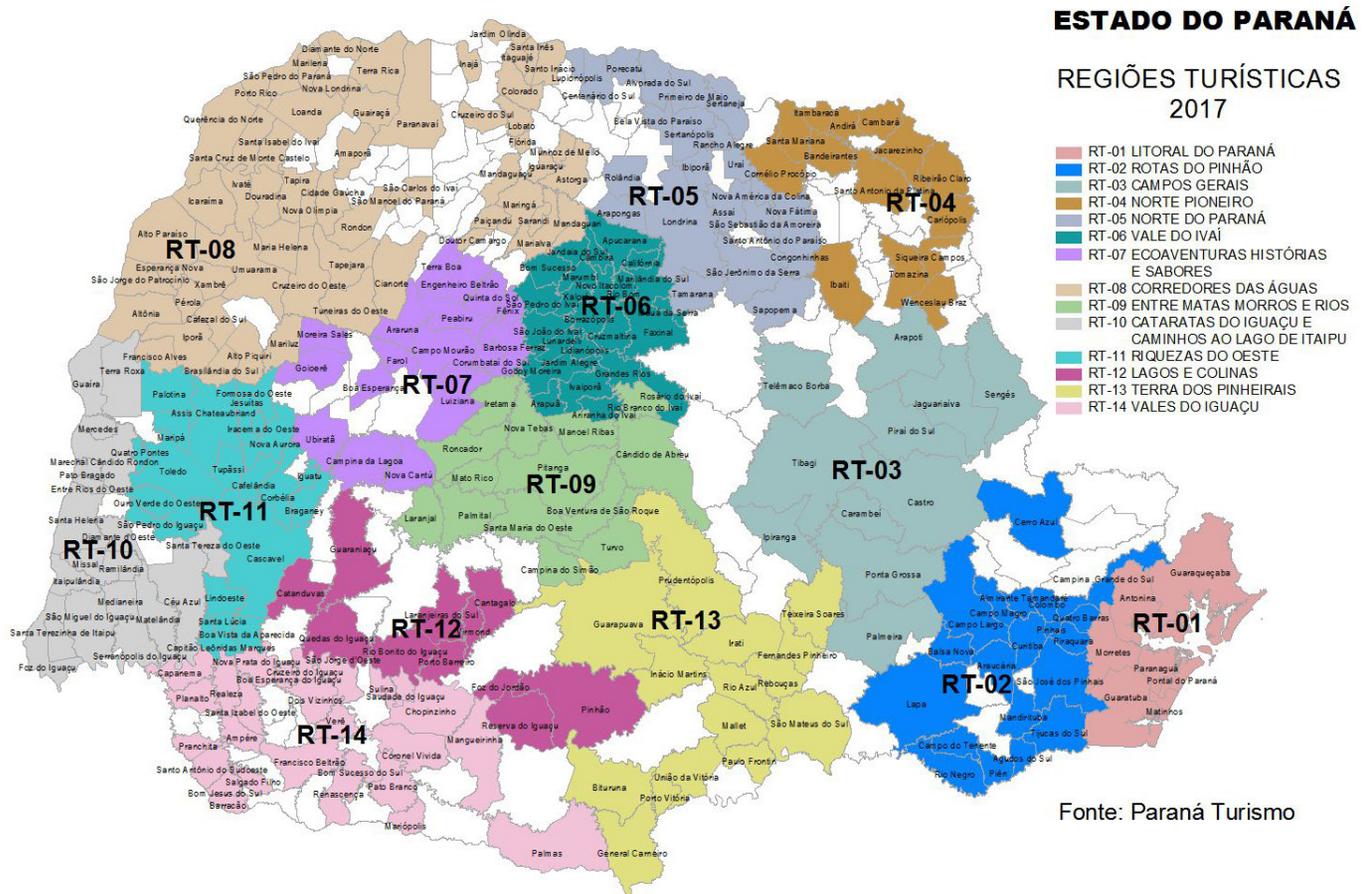


Lembrete

Cabe ao Gestor do Turismo Municipal procurar sua IGR, buscando saber o que a mesma pode oferecer para auxiliá-lo no desenvolvimento de seu município dentro da sua região. Os municípios das Regiões Turísticas podem consultar as funções das IGR's e os benefícios de associarem-se através do site das mesmas, fazendo contato direto ou procurando a Paraná Turismo para mais esclarecimentos.

2.3.2.2. Atualmente, quais são as Regiões Turísticas e respectivas governanças?

No mapa abaixo, pode-se visualizar as 14 Regiões Turísticas do Paraná.



QUADRO 1 - INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAIS - PARANÁ

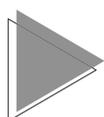
Região	Instância de Governança Regional	Contato
Campos Gerais	ADETUR Campos Gerais	(42) 3225-1398 contato@ rotadostropeiros.com.br
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	Agência de Desenvolvimento Turístico da Região Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu.	(45) 3268-1006 contato@ adeturcataratasecaminhos.org.br
Corredores das Águas	RETUR - Rede de Turismo Regional	returpr@gmail.com
Ecoaventuras, Histórias e Sabores	Agência de Turismo Sustentável - ADETURS- Ecoaventuras, histórias e sabores	(44) 3523-5210 contato@adeturs.com.br
Entre Matas, Morros e Rios	Associação de Desenvolvimento Turístico Entre Matas, Morros e Rios	(42) 3646-2771 adeturcentro@gmail.com
Lagos e Colinas	Agência de Desenvolvimento Turístico Lagos e Colinas	(42) 98834-3599 turismolagosecolinas@ hotmail.com
Litoral do Paraná	Agência de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Litoral do Paraná	(41) 3024-0074 (41) 99164-6395 contato@adetur.litoral.com.br
Norte do Paraná	ADETUNORP - Agência de Desenvolvimento Turístico do Norte do Paraná	(43) 3379-2304 (43) 3379-2300 (43) 3324-1313 adeturorp.nortepr@gmail.com
Norte Pioneiro	ATUNORPI - Associação Turística do Norte Pioneiro do Paraná	(43) 3534-1803 atunorpi@hotmail.com
Riquezas do Oeste	ADETUROESTE - Agência de Desenvolvimento Turístico do Oeste do Paraná	(45) 3218-7851 adeturroeste@gmail.com
Rotas do Pinhão	Agência de Desenvolvimento Turístico da Região Rotas do Pinhão	adeturrotasdopinha@gmail.com
Terra dos Pinheirais	ADECSUL - Agência de Desenvolvimento das Regiões Sul e Centro Sul do Estado do Paraná	(42) 3463-1329 adecsul@adecsul.org.br
Vale do Ivaí	AMUVITUR - Associação dos Municípios do Vale do Ivaí Turismo	(43) 3422-2780 (43) 99602-0468 amuvitur@gmail.com
Vales do Iguaçu	Agência de Desenvolvimento Regional do Sudoeste do Paraná	(46) 3524-0558 secretaria@ agenciasudoeste.org.br

Fonte: DT Paraná Turismo, 2017

3. GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO

Como vimos no item 1, a Gestão Municipal do Turismo envolve várias ações, que vão desde o planejamento até a avaliação, feita a partir da definição de indicadores. Neste item serão tratados vários temas que integram e ajudam a tornar a gestão do Turismo mais eficaz, propiciando seu desenvolvimento sustentável.

Vamos iniciar pelo Planejamento e chegar ao Marketing, abordando instrumentos de organização e ações de educação para o Turismo, capacitação, promoção e apoio a comercialização.



Lembrete

Cabe ao gestor público municipal primeiramente planejar e organizar seu Órgão Oficial de Turismo.

3.1. PLANEJAR O TURISMO: SERÁ QUE É MUITO DIFÍCIL?

Grande parte das pessoas acredita que sim. Mas este é um mito que temos que quebrar. E na verdade é só quando iniciamos o processo, quando estamos realizando as etapas que vemos que planejamento é lógica, é um desencadear coerente e necessário para conhecermos nosso objeto de planejamento. Mas o que é o planejamento?

“Planejamento é a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização. É a atitude anterior à tomada de decisões.”

Segundo RUSCHMANN (1997), planejar é desenvolver os espaços, juntamente com as atividades que atendam aos anseios das populações locais e dos turistas, constituindo-se em metas do poder público, em conjunto com a comunidade e setor privado. A elaboração do planejamento estratégico para o desenvolvimento do Turismo tem como objetivo buscar soluções, com mais eficiência, para os problemas futuros ou em alguns casos, poder evitá-los.

O Planejamento é apenas uma técnica metodológica que se materializa nos documentos:

- **Política:** Objetiva o desenvolvimento do Turismo e seu equacionamento como fonte de renda nacional. Pode ser entendida como um conjunto de atividades e estratégias, organizada por uma coletividade e adotada diante do fenômeno turístico.
- **Plano:** Implementação da Política. Mais abrangente e superficial, possibilita uma visão geral. Análise de todas as variáveis envolvidas com o fenômeno turístico, com menor grau de detalhamento, que resume o conjunto de propostas a serem consideradas no processo de planejamento. É um conjunto de programas.
- **Programa:** Conjunto de projetos que possuem similaridade ou complementaridade. Tem uma visão de articulação entre as várias alternativas/estratégias do Plano e sua implementação. Identifica necessidades específicas.
- **Projeto:** Aborda um elemento específico do Turismo e o estuda de forma detalhada. É qualquer propó-

sito de ação definido e organizado, de forma racional que permite determinar os custos e benefícios de um investimento. Estabelece os passos, os envolvidos, os recursos necessários, os responsáveis pelas atividades, os estudos de viabilidade (ver também Capítulo V – Orientação para Apresentação de Projetos Turísticos).

Além de planejar, o ideal é estabelecermos um **processo de planejamento participativo**. Mas o que significa planejamento participativo? De acordo com BUARQUE (1999),

“é um processo técnico e político de decisão compartilhada sobre as ações necessárias ao desenvolvimento local, que assegura o envolvimento dos diversos atores sociais na apreensão da realidade, na definição das prioridades e no acompanhamento da execução das ações. É um planejamento que assegura a participação da comunidade envolvida no processo de desenvolvimento, que leva à construção de um projeto coletivo com convergência da sociedade em torno de prioridades fundamentais para a ação”. (BUARQUE, 1999)

3.1.1. E o Plano Diretor? O que é?

O Plano Diretor, previsto na Constituição Federal e disciplinado no Estatuto das Cidades (Lei Federal nº 10.257/01), define os critérios de ordenamento das cidades e das áreas de expansão urbana, como também as regras básicas de zoneamento urbano, parcelamento do solo urbano, ordenação do sistema viário e proteção ambiental. O Plano Diretor parte de uma leitura da cidade real, envolvendo temas e questões relativos aos aspectos urbanos, sociais, econômicos e ambientais, que embasa a formulação de hipóteses realistas sobre as opções de desenvolvimento e modelo de territorialização. O objetivo do Plano Diretor não é resolver todos os problemas da cidade, mas sim ser um instrumento para a definição de uma estratégia para a intervenção imediata, estabelecendo princípios de ação para o conjunto dos agentes envolvidos na construção da cidade.

A constituição de 1988 define como obrigatório o Plano Diretor para cidades com população acima de 20.000 habitantes. O Estatuto da Cidade reafirma esta diretriz, estabelecendo obrigatório também para os municípios situados em regiões metropolitanas ou aglomerações urbanas; em áreas de interesse turístico; ou em áreas sob influência de empreendimentos de grande impacto ambiental. Segundo a Lei nº. 6.513/1977 (Capítulo I, Art.1º):

“Consideram-se de interesse turístico as Áreas Especiais e os Locais instituídos na forma da presente Lei, assim como os bens de valor cultural e natural, protegidos por legislação específica, e especialmente:

I - Os bens de valor histórico, artístico, arqueológico ou pré-histórico;

II - as reservas e estações ecológicas;

III - as áreas destinadas à proteção dos recursos naturais renováveis;

IV - as manifestações culturais ou etnológicas e os locais onde ocorram;

V - as paisagens notáveis;

VI - as localidades e os acidentes naturais adequados ao repouso e a prática de atividades recreativas, desportivas ou de lazer;

VII - as fontes hidrominerais aproveitáveis;

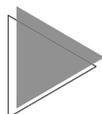
VIII - as localidades que apresentam condições climáticas especiais;

IX - outros que venham a ser definidos, na forma desta lei.”

Mais adiante, a mesma Lei apresenta o conceito de “Áreas Especiais de Interesse Turístico” e os “Locais de Interesse Turístico”, colocando que (Lei nº. 6.513/1977 Capítulo I):

“Artigo 3º - Áreas Especiais de Interesse Turístico são trechos contínuos do território nacional, inclusive suas águas territoriais, a serem preservadas e valorizadas no sentido cultural e natural, e realização de planos e projetos de desenvolvimento turístico.

Artigo 4º - Locais de Interesse Turístico são trechos do território nacional, compreendidos ou não em Áreas Especiais, destinados por sua adequação ao desenvolvimento de atividades turísticas, e à realização de projetos específicos, e que compreendam”.



Lembrete

No Paraná, para os municípios firmarem convênios de financiamento de obras de infraestrutura e serviços com o Governo do Paraná, é obrigatório que tenham Plano Diretor (Decreto nº 2581/2004 substituído pela Lei Estadual nº 15229/2006).

O Turismo é um dos aspectos que poderá ser contemplado ou não em função da importância que a atividade tem para determinado local, lembrando que a atividade turística vem sendo reconhecida, constantemente, como alternativa para um desenvolvimento socialmente mais justo, economicamente mais viável e ecologicamente mais. De acordo com Santos (2006):

Como o planejamento urbano dá ênfase a outras funções dos municípios, como as comerciais, administrativas, industriais, residenciais, entre outras, nota-se que a maioria dos esforços do poder público são voltados para atender essencialmente as necessidades da população local e não especificamente ao turismo. (SANTOS, 2006 p. 35)

Desta maneira, constata-se que tanto a atividade turística quanto a população de certa localidade fazem uso de um mesmo território, existindo a necessidade da integração do Turismo no Plano Diretor dos municípios.

Para a inserção do Turismo no Plano Diretor a equipe consultora responsável pela elaboração do mesmo deve contar com a participação de um turismólogo dependendo da potencialidade e dos aspectos turísticos do município. Existem duas formas de se abordar o Turismo no Plano Diretor, uma delas é esta, com a participação de um profissional da área no processo e, conseqüentemente, a outra é pelo conteúdo técnico resultante de cada etapa. Este conteúdo baseia-se na participação tanto da iniciativa privada quanto dos órgãos públicos tendo, ambos, representantes da atividade turística no município. (SANTOS, 2006)

Sendo assim, cabe ao gestor municipal de turismo, conhecer o Plano Diretor local para saber se o turismo é considerado no desenvolvimento previsto. Caso tenha, transforme este conteúdo num Plano Municipal de Turismo. Caso não tenha, fique atento para o processo de revisão e mostre aos responsáveis que o Turismo é uma atividade que acarreta no incremento da população flutuante, que usará os equipamentos e serviços urbanos e que tem muito a contribuir com o desenvolvimento e crescimento daquele lugar. Também é importante saber aonde deverão ser planejados os estabelecimentos que são característicos do Turismo, como os meios de hospedagem, instalações para o lazer, restaurantes, áreas verdes etc.

3.1.2. O que é PPA, LDO e LOA?

O **Plano Plurianual (PPA)** tem vigência de quatro anos e tem como função estabelecer as diretrizes, objetivos e metas da administração municipal, para as despesas de capital e outras delas decorrentes, bem como para as relativas aos programas de duração continuada.

A Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) tem como objetivo estabelecer um conjunto de instruções em termos e normas de forma e conteúdo. Deve conter metas e prioridades da administração pública.

E a Lei Orçamentária Anual (LOA) deve prover os recursos necessários para atingir o previsto na LDO. Programas, projetos e atividades com respectivas despesas públicas devem estar contidas neste Orçamento.

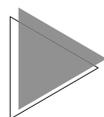
Atualmente, para um município fazer parte do Mapa do Turismo Brasileiro, ele deve ter o Turismo incluído na LOA, pois só assim conseguirá acessar recursos do MTur. Portanto, fique atento e procure ver se a unidade administrativa responsável pelo turismo, tem previsto um programa ou projeto/atividade neste Plano. Procure a Secretaria responsável por tal Plano dentro da Prefeitura Municipal e verifique dentro do Plano Municipal de Turismo o que é de competência do poder público executar ou mesmo apoiar.

3.1.3. E o Plano Municipal de Turismo?

O Plano Municipal de Turismo é um documento do planejamento onde estão reunidas propostas que nortearão o processo de desenvolvimento do Turismo no município. Para sua elaboração devem-se observar algumas condições como:

- A importância política, social, econômica, cultura e ambiental da atividade turística no município;
- Conhecimento da realidade local através da identificação dos problemas, dos entraves e das potencialidades;
- O resultado de reuniões com dirigentes municipais e lideranças comunitárias para detectar receptividade e conhecimento da atividade turística;
- A realização do inventário turístico municipal com levantamentos da situação atual e os aspectos sociais, econômicos, culturais, urbanísticos, ambientais do município;
- As diretrizes do Plano Regional onde o município está localizado.

Para que as informações e as ações sejam feitas da melhor forma possível, é necessário conhecer as diretrizes setoriais contidas no Plano Diretor, porque a atividade turística é influenciada e depende diretamente de trabalhos realizados por outras áreas, tais como saneamento, transporte, acessos, segurança, patrimônio cultural, áreas verdes etc.



Lembrete

O Plano Municipal de Turismo é um trabalho coletivo do poder público e da iniciativa privada. Portanto, a melhor forma de realizá-lo e executá-lo é através do Conselho Municipal de Turismo ou de outra forma de governança municipal, a partir da definição de um grupo de trabalho especialmente formado para esta atribuição.

3.1.3.1. Quais os passos para elaboração do Plano Municipal de Turismo?

Para se iniciar a elaboração de um Plano Municipal de Turismo é necessário levantar se existe algum documento anterior e se o mesmo está vigente ou se expirou, qual foi seu resultado. Fazer ou atualizar um levantamento da oferta e da demanda turística é fundamental, assim como conhecer os atores envolvidos com a atividade no Município. Conversas informais e reuniões com lideranças e entidades representativas da comunidade também são bem-vindas, para se ter um maior conhecimento do objeto do planejamento. De forma geral, a confecção do Plano, observa os seguintes itens:

- **Diagnóstico**

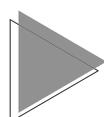
O diagnóstico é uma análise da situação atual do município, através das informações coletadas sobre a oferta, a demanda, os projetos existentes, mão de obra, legislação pertinente e envolvimento da comunidade. Pode ser feito estruturando-se os pontos fortes e fracos. Pelo diagnóstico é possível identificar a (s) vocação (ções) turística (s) do Município.

- **Prognóstico**

O prognóstico é a realização de projeções para o futuro com base no diagnóstico. O que é possível prever diante da situação encontrada. E o que poderá vir acontecer se não houver uma intervenção nesta situação. No prognóstico devem ser observados os aspectos quantitativos (projeções estatísticas) e os aspectos qualitativos (criar imagens usando a criatividade).

- **Objetivos e Metas**

Baseando-se nas etapas anteriores, deve-se determinar o que se quer atingir. Os objetivos são os resultados, os alvos, os focos a serem alcançados. E as metas são os objetivos quantificados (tempo, quantidade e outros).



Lembrete

Para a elaboração dos objetivos e metas de um Plano Municipal de Turismo, devem ser considerados os planos nacional, estadual e regional do turismo.

- **Estratégias de Ação**

Definir a estratégia de ação é encontrar as alternativas para cumprir determinado objetivo. Deve-se realizar uma análise sobre as várias alternativas, observando-se a probabilidade do êxito, a relação custo/benefício, o interesse da comunidade, o tempo de execução, os recursos disponíveis etc. Por fim, deve-se definir qual a melhor forma de atingir os objetivos.

- **Proposições de Atuação - Programas/Projetos**

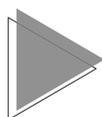
São as atividades previstas na execução do PLANO. Estas atividades estão relacionadas à organização turística municipal, à conscientização turística, à infraestrutura urbana, aos equipamentos turísticos, as formas de Turismo a serem incentivadas, ao aproveitamento de espaços, à formação de mão de obra, à sinalização turística, à organização do calendário de eventos, ao aproveitamento das manifestações populares, às ações de marketing e outros.

- **Aprovação**

Em primeira instância, o próprio Conselho deve aprová-lo e posteriormente levá-lo para a Prefeitura Municipal, Câmara dos Vereadores e outras instituições parceiras, para legitimá-lo, divulgá-lo e buscar sua execução.

- **Operacionalização e Execução**

Se dá através de programas e projetos definidos para atingir os objetivos e metas propostos. Lembrando que programas são um conjunto de projetos. E os projetos são os detalhamentos das ações, com prazos, responsáveis e outros. Ex. Dentro do Programa de Manutenção dos Atrativos Naturais estão os seguintes projetos: Projeto de Conservação e fiscalização de trilhas; Projeto de Conservação e revisão dos equipamentos instalados, sendo que os mesmos poderão ter diferentes responsáveis por sua execução.



Lembrete

Os recursos necessários para operacionalizar os programas, projetos/atividades que são de responsabilidade do poder público, deverão ser previstos na LOA.

- **Acompanhamento e Avaliação**

Definição da linha de monitoria e avaliação dos programas e projetos propostos, baseada em indicadores pré-definidos.



Lembrete

Podem se constituir em indicadores de crescimento na atividade turística, o número de visitantes que utilizam os meios de hospedagem, participam de eventos municipais ou mesmo que visitam atrativos e áreas de lazer.

E também o número de estabelecimentos e empregos gerados nas atividades características do turismo (ACT's). Estes dados podem ser acessados no site www.ipardes.pr.gov.br > Anuário Estatístico > Economia > Turismo. Outro indicador é o número de empreendimentos cadastrados no CADASTUR (www.cadastur.turismo.gov.br > prestadores de serviços por município).

3.1.3.2 Por que é importante fazer o Inventário da Oferta Turística Municipal?

O Inventário da Oferta Turística é a **base para o planejamento**, ou seja, é uma condição para se realizar o Plano Municipal de Turismo. Pois como podemos planejar sem saber o que temos para oferecer, quem oferece e como oferece. O Inventário é o levantamento de dados da Oferta Turística: dos atrativos turísticos (sejam eles naturais, histórico-culturais, atividades econômicas, manifestações populares,

eventos e realizações técnicas/científicas); dos equipamentos e serviços turísticos (hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento e outros.) e da infraestrutura de apoio ao turismo (como transporte, segurança, comunicação, saúde e outras estruturas básicas e facilidades do município).

Sua importância está ligada ao fato de que possibilita selecionar os elementos capazes de gerar correntes turísticas atuais ou potenciais, apresenta e identifica as singularidades dos atrativos turísticos, para transformá-los em produto turístico. Possibilita realizar uma análise crítica com base em parâmetros comparativos dos aspectos diferenciais, determinando o tipo de Turismo a ser desenvolvido, a partir dos aspectos qualitativos e quantitativos da oferta com as aspirações, motivações e necessidades da demanda, possibilita assim realizar avaliações e estabelecer prioridades para a aplicação de recursos.

Também fornece subsídios para um melhor planejamento, gera conhecimento dos locais turísticos, bem como de suas condições de utilização. Também é função do Inventário oferecer um estudo sistemático da oferta, quantificar e qualificar os atrativos inventariados, permitindo a sua avaliação, facilitar a adoção de medidas precisas de proteção e ordenação dos recursos turísticos através do planejamento, criar um instrumento técnico de apoio a estudos e projetos a serem desenvolvidos pelos diferentes segmentos do setor e contribuir na identificação dos atores envolvidos na atividade turística.

3.1.3.3. Como Elaborar o Inventário da Oferta Turística Municipal?

O Inventário tem início com as pesquisas de gabinete; pesquisas bibliográficas em publicações, guias turísticos, manuais, jornais, revistas; pesquisas em institutos culturais, técnicos, científicos, ambientais, de fomento e turísticos. Grande parte dos municípios, tem a maioria das informações disponibilizadas em um Banco de Dados Municipal, procure verificar e contatar os responsáveis para conhecer e ver as possibilidades de utilizar as informações para o Turismo. Somente depois disso programe a pesquisa de campo para se examinar a veracidade das informações e fazer os complementos necessários, além de registro fotográfico e entrevistas. Como base, sugere-se o uso dos formulários disponibilizados pelo MTur para registrar as informações pesquisadas e classificá-las por categoria, tipos e subtipos, conforme manual também disponível no site informado. Após o preenchimento deve-se selecionar as informações e o material levantado de acordo com sua validade para o Plano e as outras formas de divulgação. O uso de um Sistema pode possibilitar inserir os dados e atualizá-los em tempo real.

A partir do registro e da classificação pode-se estabelecer o valor dos atrativos e hierarquizá-los para determinar a sua importância turística dentro do contexto municipal, regional e nacional.

É necessário reunir um conjunto de fatores que permitem captar as qualidades e valores intrínsecos (singularidades) que possui cada atrativo, em função de sua natureza e dos elementos que exercem ou podem influenciar o seu aproveitamento turístico, como os que se referem à infraestrutura, ao acesso, existência de transporte e de serviços turísticos, entre outros. A análise desses fatores deverá ser efetuada sob o ângulo estritamente turístico. Esta avaliação é necessária, pois pode definir a importância atual ou futura de um atrativo em relação a outros de características homogêneas.

A hierarquização é o processo que permite ordenar os atrativos turísticos identificados na inventariação, de acordo com seu grau de importância. Essa análise contribui na formatação de roteiros (para inclusão ou exclusão do atrativo no roteiro turístico), na identificação dos pontos fortes e minimização dos pontos fracos. Também contribui na identificação do público-alvo do atrativo avaliado, na priorização

de ações, na promoção turística, entre outros subsídios que possam pautar as tomadas de decisões dos governantes, administradores, gestores e empreendedores.

Para avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos, a equipe de avaliação deverá ter como base os elementos de descrição da ficha do atrativo a ser avaliado e, realizar coleta de material visual (fotos) e conteúdos virtuais, principalmente das redes sociais, assim terá condições de atribuir valores e indicadores de competitividade ao atrativo. Veja os anexos deste documento.

Depois de todas estas etapas realizadas se chega ao processo de divulgação, que pode ocorrer através de:

- Mapeamento – Registro gráfico. Visualização das concentrações de atrativos, equipamentos e infraestrutura de apoio. Detectam-se falhas ou concentrações desaconselháveis. Favorece o planejamento.
- Publicações Técnicas e Promocionais – Permitem orientar planejadores, empresários, investidores e turistas (roteiros, pôsteres, folders, vídeos...). Podem ser impressas ou digitais.
- Publicações Informativas – Guias de hotéis, restaurantes, serviços, entre outras. Podem ser impressas ou digitais.
- Aplicativos.
- Matéria para veículos de Comunicação – presenciais e online.
- Dossiês para Postos de Informações Turísticas ou Centrais de Atendimento ao Turista ou site.

SAIBA MAIS

Publicação e Formulários estão disponíveis para download em:
www.inventario.turismo.gov.br ou em publicações no site www.turismo.gov.br

3.1.3.4. *E a demanda, como identificamos?*

A demanda é formada por aqueles que nos visitam (efetiva) ou que pretendem nos visitar (potencial). Para se conhecer a demanda efetiva podem ser realizadas pesquisas nos sites de viagens ou através de formulários específicos que variam de acordo com o local onde a mesma é realizada, pois deve se adaptar às suas particularidades. Modelos estão anexados a este documento, mas existem algumas questões que nortearão a elaboração do formulário:

Quem são as pessoas que viajam?

Identificar a origem, motivação de viagem, tempo de permanência, faixa etária, situação sociocultural, avaliação da eficácia dos meios de comunicação entre outros.

Por que as pessoas viajam?

Identificar a razão da viagem, sob dois aspectos: fonte motivadora (pessoal, familiar, organizacional); grau de escolha (livre escolha ou obrigatoriedade - negócios, eventos).

O que as pessoas buscam nas viagens?

As expectativas, necessidades e motivações são heterogêneas e difíceis de determinar. Os principais benefícios procurados são: novas experiências, mudança de ambiente, repouso, tratamento, aquisição e troca de conhecimento, projeção social, funcionalidade, praticidade, economia.

Qual a ocasião mais propícia para a viagem?

Está relacionada com a motivação da viagem. Deve-se identificar a época mais propícia que pode estar relacionada à estação climática ou a férias escolares, por exemplo.

Quanto as pessoas estão dispostas a pagar?

O visitante analisa o custo-benefício ao decidir seu destino. Deve-se identificar se o preço está compatível com o quanto o mesmo pretende pagar e com seus concorrentes.

Quando as pessoas viajam?

Identificar quais as preferências e a disponibilidade das pessoas para a realização da viagem, em relação a estações climáticas, férias escolares, feriados prolongados e outros períodos.

3.1.3.5. Que outras pesquisas os OOT dos municípios podem fazer para conhecer o fluxo e quem os visita?

O planejamento das atividades ligadas ao Turismo deve estruturar-se a partir de uma confiável rede de informações que possa subsidiar a composição de um produto turístico de qualidade, principalmente no que se refere à análise dos seus efeitos socioeconômicos e o perfil de seus demandantes, ou seja, de quem está indo ao município.

Dessa forma é de grande importância que os municípios comecem a se preocupar em possuir um trabalho permanente de compilação de informações e montagem de banco de dados (séries históricas) estatísticos sobre o Turismo, utilizando-se, entre outras estratégias, de sites de viagens, pesquisas de campo e coleta de dados quantitativos e qualitativos sobre os usuários dos meios de hospedagem, terminais de transporte e atrativos turísticos.

A pesquisa em Turismo é a investigação objetiva, sistemática e lógica dos problemas relacionados ao setor. Torna-se cada vez mais importante como auxílio na tomada de decisões e no planejamento do produto turístico, composto de todos os bens e serviços necessários para receber o visitante.

É importante que os OOT's possuam dados para traçar um quadro do Turismo em seu município. Para um banco de dados municipal devem-se levantar os seguintes itens:

• Quantificação da Oferta Turística e Mão de Obra Empregada

Identificar quantos equipamentos e prestadores de serviços turísticos o município possui, dentre eles os meios de hospedagem (hotéis, pousadas, albergues etc.), alimentação (restaurantes, lanchonetes etc), agências de Turismo, organizadoras de eventos, transportadoras turísticas, atrativos, lojas de artesanato, parques temáticos etc. É importante identificar também o número de pessoas empregadas em cada um desses estabelecimentos.

SAIBA MAIS

Acesse www.ipardes.pr.gov.br, municípios e regiões (turísticas)

- **Movimentação de Passageiros**

Nos terminais de passageiros rodoviários, ferroviários, portuários e nos aeroportos deve-se manter um controle do fluxo de pessoas e de veículos que por ali passam. Esses números podem ser obtidos com a administração dos terminais, que geralmente tem esse controle através da cobrança de taxas de embarque, ou do número de bilhetes vendidos, que podem ser obtidos com as companhias que ali operam.

- **Meios de Hospedagem**

Conhecer a capacidade que o município possui (número de equipamentos, apartamentos e leitos/dia), bem como a sua utilização. Alguns dados podem ser obtidos através do CADASTUR e pela Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

SAIBA MAIS
Acesse www.cadastur.turismo.gov.br

- **Atrativos Turísticos**

Para os municípios que possuem atrativos é importante que se saiba, num primeiro momento, qual o fluxo de visitantes que vai ao atrativo. Esse controle pode ser feito na entrada do atrativo e deve-se identificar, além do número de pessoas, o meio de transporte utilizado para chegar até o atrativo. Num segundo momento deve-se traçar o perfil desse visitante: identificar se são residentes ou não residentes do município que visitam o atrativo (residência permanente), forma de viajar (sozinho, com família, com amigos, em excursão) e motivação da viagem (lazer, visita técnica etc). Saber também a opinião dos visitantes sobre o atrativo.

- **Festas e Eventos**

Nos acontecimentos programados do município é importante identificar quantos e quais são esses eventos, conhecer o fluxo médio diário de pessoas, saber o perfil básico desse visitante, como ele qualifica o evento em si e a infraestrutura do local. Para identificar o perfil do visitante pode ser realizada uma pesquisa de demanda na festa. Essa pesquisa deve ser feita primeiramente nos eventos de maior porte.

3.2. COMO O TURISMO SE ORGANIZA NO MUNICÍPIO?

Para um melhor desenvolvimento e otimização dos trabalhos relacionados com o Turismo, os municípios devem se estruturar e se organizar de forma que existam responsáveis que conheçam e invistam na atividade turística local. Existem alguns órgãos importantes que facilitam esse trabalho, como o OOT e o Conselho Municipal de Turismo (CMT). As entidades representativas das categorias, o Sistema S e as Instituições de Ensino também são importantes. Além desses, também é importante se pensar na criação de Leis de Incentivo ao Turismo e de um Fundo Municipal de Turismo (FMT) - conta que pode viabilizar recursos específicos para o desenvolvimento do Turismo. Abaixo, vamos conhecer um pouco mais desses instrumentos.

3.2.1 Órgão Oficial de Turismo Municipal - OOT

O OOT municipal é uma unidade física e social responsável por implantar as políticas de Turismo e orientar as ações dos diferentes segmentos do setor em nível municipal.

Seu funcionamento administrativo e jurídico é de decisão exclusiva do poder público municipal, podendo-se adotar a figura jurídica que melhor se adapte às especificidades municipais: fundação, autarquia, secretaria, departamento etc. É criado formalmente por lei municipal no início dos mandatos do executivo municipal.

Possui funções fundamentais para a organização e planejamento do Turismo municipal, pois trabalha como um importante elemento catalisador e fomentador de ações parceiras para efetivação da atividade turística.

Está voltado à criação de facilidades turísticas, como atividades de promoção, expansão e capacitação de correntes turísticas e aproveitamento racional das potencialidades culturais, históricas e naturais, através da criação de instrumentos legais como: leis, decretos, políticas de Turismo, bem como planos, programas e projetos.

Para que o desenvolvimento sustentável e adequado da atividade turística em determinado local seja alcançado, é importante a presença de profissionais com formação em Turismo, com conhecimento da atividade, garantindo mais efetividade e eficácia em sua implementação.



Lembrete

Para fazer parte do Mapa do Turismo Brasileiro é necessário possuir um Órgão Oficial de Turismo definido em Lei.

3.2.1.1. Como implantar um OOT?

Depois da criação do OOT municipal através de Lei, é importante regulamentá-lo. Este documento apresenta uma **sugestão** de regulamentação de um OOT no Anexo 1 (Modelo de Regulamento do Órgão Municipal de Turismo), contendo as atribuições, que deverão ser adaptadas à realidade de cada município e a importância que o mesmo possui no desenvolvimento local, como também às novas tecnologias.

3.2.2. Conselho Municipal de Turismo - CMT

É um colegiado de entidades, com caráter consultivo e deliberativo, criado através de Lei Municipal, que une esforços do poder público, da iniciativa privada e da comunidade, visando o desenvolvimento turístico municipal.

3.2.2.1. Quais as atribuições de um CMT?

- Conceber e estimular ações para o desenvolvimento sustentável do turismo;
- Participar do planejamento, da administração e da fiscalização da atividade turística no município;
- Deliberar sobre a importância das ações a serem desenvolvidas e decidir sobre suas prioridades;

- Executar as ações com o apoio dos poderes constituídos;
- Acompanhar as ações executadas;
- Identificar e orientar os investimentos na atividade turística;
- Gerenciar o Fundo Municipal de Turismo, fiscalizando a aplicação de seus recursos;
- Conhecer e enquadrar as ações municipais nas políticas regional, nacional e estadual;
- Avaliar os resultados das ações e se necessário ampliá-las ou modificá-las.

3.2.2.2. Por que é importante criar um CMT?

- Possibilitar a participação da comunidade na organização e desenvolvimento do Turismo na localidade;
- Somar diferentes pontos de vista e através do consenso direcionar as ações pertinentes;
- Dividir as responsabilidades pelo desenvolvimento do Turismo municipal;
- Assegurar ações democráticas e participativas, possibilitando a participação efetiva dos segmentos da comunidade;
- Identificar as potencialidades e priorizar as ações;
- Auxiliar na elaboração do plano municipal;
- Planejar, ordenar, assessorar e fomentar ações;
- Fomentar a priorização do Turismo como atividade econômica.

3.2.2.3. Quem deve participar do CMT?

Composto por entidades de fundamental importância na estruturação do CMT, é realizar uma análise de envolvimento, ou seja, **identificar e relacionar quais as pessoas ou entidades que estão envolvidas com o Turismo municipal**, apoiando-se principalmente nos dados levantados no Inventário Municipal:

- Comunidade rural e urbana, através de suas lideranças;
- Associações, sindicatos e afins;
- Grupos de manifestações populares, religiosas, folclóricas e artísticas;
- Clubes de serviços;
- Agentes financeiros, instituições de ensino;
- Empresários da iniciativa privada e Sistema S;
- Poder público (cultura, meio ambiente, educação, agricultura etc);
- Demais entidades envolvidas com o desenvolvimento do Turismo, governamentais e não governamentais.



Lembrete

Todas as entidades que possuem envolvimento - direto ou indireto, com o turismo devem participar do CMT.

Conheça os integrantes do Conselho Nacional no site www.turismo.gov.br > Institucional > Conselho Nacional de Turismo. E do CEPATUR para usar como subsídio na composição municipal.

www.turismo.pr.gov.br > Institucional > Conselho Estadual de Turismo > Membros.

3.2.2.4. *Quais os passos necessários para a criação do CMT?*

Deve-se formar uma comissão informal de lideranças do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor voltada para o desenvolvimento turístico com o objetivo de:

- Estudar a Lei Orgânica do Município;
- Conhecer e verificar o funcionamento dos outros conselhos do Município procurando conhecer suas dificuldades e acertos;
- Elaborar o anteprojeto de lei de criação do Conselho e encaminhá-lo ao Prefeito Municipal e/ou Câmara Municipal;
- Submeter o anteprojeto de lei para apreciação ao Prefeito Municipal;
- Solicitar o parecer do departamento jurídico da Prefeitura Municipal e/ou da Câmara Municipal, visando verificar os aspectos legais do anteprojeto;
- Acompanhar e providenciar as modificações, o processo de convencimento, à votação na Câmara Municipal e por fim, à sanção do Prefeito, do projeto de lei para a criação do Conselho;
- Identificar e contatar os possíveis participantes do Conselho;
- Elaborar uma minuta do regimento interno para posterior aprovação pelo Conselho.

3.2.2.5. *Quais os critérios básicos para o funcionamento do CMT?*

Para que um Conselho seja representativo e atuante, devem-se considerar algumas questões:

- Funcionar em caráter permanente;
- Definir e seguir um Plano de Trabalho;
- Ter suas ações norteadas aos interesses do desenvolvimento da atividade turística no município, não servindo a interesses político-partidários e/ou pessoais;
- Não ser uma extensão do poder público municipal;
- Articular-se para trabalhar o Turismo na comunidade;
- Se possível legalmente, possuir dois terços dos seus membros oriundos da iniciativa privada e ligados ao desenvolvimento da atividade turística do Município, representando cada segmento e a comunidade local, ligados direta ou indiretamente ao Turismo, e um terço dos membros ligados ao poder público;
- Cuidar para que os seus membros não sejam remunerados, pois a participação deles é em caráter voluntário e em prol da comunidade e de seu desenvolvimento turístico;
- Ter um Presidente eleito entre e pelos seus membros;
- Na eleição para substituição do presidente, devem-se buscar membros do Conselho com pelo menos um ano de atividade e que sejam participativos e compareçam às reuniões;
- Ter suporte logístico de algumas das entidades do município ao conselho para o funcionamento da Secretaria Executiva.

3.2.3. *Fundo Municipal de Turismo - FMT*

É uma “conta municipal” cujo objetivo é concentrar recursos de várias procedências, visando promover e consolidar a atividade turística do Município. Deve ser gerenciado pelo CMT e atender ao disposto no Plano de Desenvolvimento Municipal.

Além de promover a autonomia financeira do desenvolvimento turístico, através das deliberações

do Conselho Municipal de Turismo, o Fundo Municipal de Turismo facilita a captação de recursos e auxilia na concretização de projetos que visem o desenvolvimento do Turismo de forma efetiva.

Salienta-se que alguns municípios, optam em ter **Fundos de Promoção do Turismo** não atrelados ao Poder Público, e sim com demais atores locais, não excluindo ações públicas que venham a beneficiar o turismo municipal.

3.2.3.1. *Como é criado e administrado o FMT?*

O **Fundo é criado por Lei**, publicada em Diário Oficial, preferencialmente deve ser criado concomitantemente ao Conselho Municipal de Turismo uma vez que deverá ser vinculado a este. Assim como o Conselho Municipal, a criação do Fundo Municipal de Turismo é iniciativa da Prefeitura e/ou da Câmara de Vereadores, porém esta iniciativa pode ser provocada por qualquer segmento da comunidade. É importante conhecer a Lei Orgânica Municipal e a Lei de Responsabilidade Fiscal.

A administração fica a cargo do Conselho Municipal de Turismo, que delibera sobre a utilização dos recursos em função do Plano de Desenvolvimento Turístico. Dentro do Regimento Interno do Conselho deve estar prevista a criação de um Comitê Gestor, responsável pela questão financeira do Fundo, formado entre outras pessoas, pelo presidente do CMT e pelo tesoureiro da Prefeitura Municipal, responsável pela prestação de contas aos órgãos competentes, conforme origem dos recursos.

A liberação dos recursos se dá através do Comitê Gestor, conforme deliberação do Conselho Municipal. Usualmente os recursos são liberados através da assinatura do cheque pelo tesoureiro do Fundo, pelo presidente do Conselho Municipal de Turismo ou por outra pessoa designada pelo próprio Conselho ou pelo Prefeito Municipal.

A origem dos recursos destinados ao Fundo é regida pela Lei nº 4320/64, com justificativa legal por parte da Câmara de Vereadores, sendo que os recursos orçamentários devem ser previstos no exercício anterior. Já a utilização dos recursos é regida pela **Lei n.º 8666/93 - Lei de Licitações Públicas**.

3.2.3.2. *Que fontes de recursos podem compor o FMT?*

Podem ser criados, através da legislação municipal, vários instrumentos:

- **Públicos:** dotação orçamentária, recursos de instituições financeiras e órgãos governamentais e porcentagem na arrecadação de impostos.
- **Privados:** clubes de serviços, empresas e Organizações da sociedade civil.
- **Outros:** doações, receitas sobre eventos, taxas diversas, convênios etc.

3.2.4. *Incentivos ao Turismo*

São mecanismos legais que propiciam investimentos e ações no setor de um determinado local.

É importante que os dirigentes municipais estabeleçam ações que incentivem o desenvolvimento do Turismo, através de:

- Leis e decretos específicos;
- Informações e sistemas creditícios;

- Orientações, instrumentos de qualificação e fiscalização referentes aos equipamentos, serviços e mão de obra;
- Orientação jurídica que possibilite a utilização racional do patrimônio natural e histórico-cultural (Ex: ICMS Ecológico, lei de incentivo à cultura, etc.).

SAIBA MAIS

Acesse o site do MTur: www.turismo.pr.gov.br > Investa no Turismo

3.2.5 Formalização de empresas, empreendimentos e serviços turísticos

Desde a publicação da Lei nº 11.771/2008, a Lei do Turismo 197/2013, regulamentada pelo Decreto nº 7.381/2010, e as Portarias nº 130/2011 do MTur, o cadastramento dos prestadores de serviços turísticos no Sistema CADASTUR é obrigatório. A autarquia Paraná Turismo é o organismo indicado pelo MTur, através de convênio, para cadastrar, credenciar e fiscalizar as empresas, empreendimentos e serviços turísticos no Paraná. Dessa forma estão disponibilizados os seguintes serviços via internet (www.cadastur.turismo.gov.br):

A Lei do Turismo nº 11.771/2008 determina que as atividades turísticas de “Acampamento Turístico”, “Agência de Turismo”, “Meio de Hospedagem”, “Organizadora de Eventos”, “Parque Temático” e “Transportadora Turística” são de cadastro obrigatório junto ao MTur, ou seja, o cadastro é uma exigência legal para que possam exercer suas atividades. O mesmo se aplica à atividade do profissional “Guia de Turismo”, regulada pela Lei nº 8.623/1993. A Portaria nº 27, de 30 de janeiro de 2014, publicada no DOU de 31 de janeiro de 2014 estabelece requisitos e critérios para o exercício da atividade de Guia de Turismo. Esta Portaria está no sítio do MTur: www.turismo.gov.br – link Legislação

As atividades de “Casa de Espetáculos & Equipamento de Animação Turística”, “Centros de Convenções”, “Empreendimento de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva”, “Locadora de Veículos para Turistas”, “Empreendimento de Entretenimento e Lazer & Parque Aquático”, “Prestador Especializado em Segmentos Turísticos”, “Prestador de Infraestrutura de Apoio para Eventos” e “Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares”, podem realizar seu cadastro, ainda que não sejam obrigadas por lei.

O cadastro no MTur é importante para garantir legalidade ao processo de desenvolvimento do turismo e a entrada de divisas, empregos e impostos para o setor, além de qualificar os prestadores de serviços. O cadastro propicia inúmeros benefícios como a participação em feiras e eventos nacionais e internacionais e em programas de qualificação promovidos e apoiados pelo MTur; o acesso ao financiamento (Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal), possibilitando a participação em licitações públicas. Além de:

- Incentivar a participação de programas e projetos do governo federal;
- Participação em programas de qualificação promovidos e apoiados pelo MTur;
- Acesso ao financiamento por meio de bancos oficiais;
- Apoio em eventos, feiras e ações do MTur;
- Visibilidade nos sites do CADASTUR e Programa Viaje Legal.
- Obtenção do Selo de Qualidade no Turismo do Paraná

SAIBA MAIS

Por iniciativa do SEBRAE, em parceria com a Paraná Turismo, a FECOMÉRCIO, a ABAV, a ABIH, a ABEOC, a ABRASEL e o Paraná Conventions, foi criado o Selo de Qualidade no Turismo do Paraná que visa incentivar a melhoria de competitividade, com um elemento de reconhecimento àqueles que investirem em uma gestão de qualidade. Um dos critérios é a empresa estar no CADASTUR. Informações: www.sebraepr.com.br

3.3. EDUCAÇÃO PARA O TURISMO

A educação é uma ferramenta fundamental para a concretização de mudanças, acredita-se que, por meio desta, seja possível mudança de atitudes. O desenvolvimento e o incremento da atividade turística poderão ser alcançados por meio da educação, ou seja, oportunizar que a instrução das pessoas contribua no sentido de despertar para um relacionamento harmônico com o meio a sua volta.

A educação para o Turismo deve contemplar ações de tal forma eficazes que possam ser percebidas e sentidas por toda a comunidade local e está voltada a cultura da hospitalidade.

Todos os integrantes do setor devem ser alertados sobre seus impactos positivos e negativos e encorajados a serem responsáveis, por meio de suas atividades, com vistas à sustentabilidade. Isto inclui o mercado (trade), os governos locais e nacionais, as comunidades locais e os consumidores.

A educação para o Turismo é uma ferramenta de auxílio para a construção da percepção da realidade física, social e cultural, uma vez que permite o contato com a realidade concreta, além de gerar maior interação com o meio visitado, estabelecendo um diálogo inteligente, produzindo novos conhecimentos.

3.3.1. Sensibilização

O MTur define sensibilização como oferecimento de meios e procedimentos que possibilitem às pessoas a percepção de novas oportunidades e lhes permitam enfrentar as mudanças e as transformações necessárias quando se adota uma nova postura frente ao turismo.

Significa, na prática, convencer as pessoas da comunidade de que sua organização e seu envolvimento são condições essenciais para o fortalecimento da atividade. Além disso, é importante enfatizar que a sensibilização possibilita, a cada participante, conhecer, valorizar e divulgar os atrativos naturais e culturais de seu município e região.

A Sensibilização é o passo inicial e permanente para que todas as ações propostas sejam bem-sucedidas e deve ser parte integrante de programas e projetos desenvolvidos.

Programas e projetos de Sensibilização e Conscientização para o Turismo, preconizam a promoção da valorização do turismo como instrumento de crescimento econômico, de geração de emprego e renda, de melhoria da qualidade de vida e preservação do patrimônio natural e cultural, com vistas a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania.

A Paraná Turismo em parceria com a RETUR (Rede de Turismo Regional) realiza a FADTUR (Formação de Agentes de Desenvolvimento pelo Turismo e Produção Associada), projeto que busca formar

agentes de desenvolvimento pelo turismo e a produção associada nos municípios turísticos do Paraná, desenvolvendo o produto turístico e contribuindo para o crescimento dessa atividade econômica, por meio do fortalecimento das identidades locais e regionais com a sensibilização dos atores locais sobre a importância do turismo, formando uma rede de multiplicadores.

3.3.2. *Qualificação profissional*

Qualificação profissional é a preparação do cidadão através de uma formação profissional para que possa aprimorar suas habilidades para executar funções específicas demandadas pelo mercado de trabalho.

Para o desenvolvimento do turismo, no sentido de se caracterizar como uma oferta de qualidade, faz-se necessária uma formação profissional também de qualidade, ou seja, a qualidade dos serviços prestados está diretamente ligada a qualificação da mão de obra.

O mercado de atuação no turismo promove a geração de oportunidades e trabalho e vem crescendo e passando por algumas alterações que acompanham as mudanças socioeconômicas, tornando a qualificação um dos fatores-chave da competitividade do setor. É neste contexto que a capacitação profissional faz-se extremamente necessária e, deve atender as ansiedades deste mercado em expansão.

Há um processo de incentivo maior da qualificação dos produtos ofertados, fazendo-se necessária uma maior articulação entre as empresas do setor para reivindicar e participar das decisões sobre políticas públicas para o turismo e criação de projetos de qualificação nas diversas atividades que o turismo apresenta. As empresas do setor devem, constantemente, buscar formas de qualificação e certificação, acompanhando as tendências e desafios, cada vez mais inerentes à atividade turística, com o intuito de promover um turismo competitivo, sustentável e viável.

Os projetos e/ou programas de qualificação podem ser pleiteados por meio de convênios, emendas parlamentares e outras fontes financiadoras que podem ser encontrados nos seguintes endereços:

CONTATOS
MTur - www.turismo.gov.br
Convênios do Governo Federal - www.convenios.gov.br

As entidades que podem ser parceiras nos projetos são:

SENAC/PR - www.pr.senac.br
SENAR/PR - www.senarpr.org.br
ABAV/PR - www.abav-pr.com.br
SINDEGTUR/PR - www.sindegtur-pr.com.br
PRTUR - www.turismo.pr.gov.br
IBQP - www.ibqp.org.br
SEST/SENAT - www.sestsenat.org.br
IFPR - www.ifpr.edu.br
SEHA (SINDOTEL) www.seha.com.br/
ABGTUR - www.abgtur.tur.br
PRTUR/SEET - www.turismo.pr.gov.br / www.esporte.pr.gov.br

Mas, também podem ser:

- Realizadas parcerias com a rede pública e privada de ensino, empresas públicas e/ou privadas e demais organizações interessadas na qualificação dos produtos turísticos;
- Realizados cursos, palestras, campanhas, treinamentos, seminários e oficinas que devem atender as necessidades dos destinos turísticos, preparando profissionais capacitados e aptos para atender a uma demanda cada vez mais exigente;
- Realizadas visitas orientadas de sensibilização e conscientização da população e visitantes, garantindo a oportunidade de conhecer e apropriar-se dos regionalismos, características culturais, sociopolíticas, econômicas, geográficas e históricas locais;
- Produzidos materiais de divulgação (folhetarias, rádio e teledifusão, internet, imprensa e outros meios de comunicação) utilizando-se das novas tecnologias da informação e mídias sociais;
- Captados recursos financeiros junto aos órgãos financiadores que viabilizem a implantação de projetos;
- Realizadas palestras em cursos técnicos de turismo (alunos e professores), despertando a motivação pela busca de informações sobre as atividades laborais no setor;
- Capacitados professores, com vistas a formação de multiplicadores, fazendo com que o conhecimento ensinado aos mesmos seja replicado em sala de aula desenvolvendo nos alunos uma visão ampla sobre o turismo e todas as atividades que o compõe;
- Estabelecidas parcerias com demais municípios da região, despertando nos gestores públicos o interesse pelo turismo, atuando diretamente com estudantes, fazendo com que a atividade turística seja vista como uma forma de desenvolver a cidadania, o gosto pelo conhecer e empreender;
- Buscada a integração aos programas do MTur e de outras organizações que tenham interesse no desenvolvimento de ações de educação, sensibilização e qualificação.

SAIBA MAIS

O MTur desenvolveu alguns materiais que orientam pessoas físicas e jurídicas para o desenvolvimento do turismo responsável. São eles o guia Turismo e Sustentabilidade – Orientações para prestadores de serviços turísticos; as cartilhas com Dicas para atender bem turistas com deficiência, LGBT e idosos, estas cartilhas podem ser acessadas no próprio site do MTur (www.turismo.gov.br) em publicações e também o Guia de Turismo Acessível para avaliar e consultar a acessibilidade de pontos turísticos, hotéis, restaurantes, parques e atrações diversas, disponível no <http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/#conteudo>.

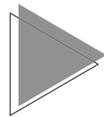
3.4. MARKETING TURÍSTICO

Marketing é a arte de conhecer quem é nosso cliente e proporcionar sua satisfação. Para iniciar o planejamento de marketing é necessário realizar a análise do produto e de sua situação, desta maneira é possível conhecê-lo e apontar suas forças e fraquezas, conhecendo assim seus fatores internos (KOTLER, 1999).

Uma vez que o marketing não cria necessidades, mas descobre as necessidades as quais o consumidor não percebia e procura atendê-las, os fatores básicos que devem ser analisados e executados,

independentes da necessidade de cada município, baseado na demanda turística, são:

- Conhecer as características do mercado: consumidor, concorrente e fornecedor;
- Desenvolver o produto: analisando o potencial existente e as melhores formas de transformá-lo em produto, satisfazendo as necessidades dos clientes;
- Identificar as melhores formas de colocar este produto no mercado;
- Comunicar mediante todos os mecanismos disponíveis para divulgação de informações sobre os produtos (mala direta, imprensa, contatos, publicidade, propaganda, etc.);
- Comercializar o produto, através de um plano de vendas, canais de distribuição e parcerias;
- Avaliar a satisfação do cliente e a readequação do produto, se necessário;
- Utilizar-se da segmentação e da roteirização como estratégias de mercado;
- Desenvolver ferramentas de Marketing Digital;
- Realizar outras ações de marketing.



Lembrete

Novas propostas turísticas exigem uma forte estratégia de marketing, baseada em tudo o que o público alvo gosta e procura. Para tal, deve-se procurar profissional da área para ajudar na elaboração de um Plano de Marketing. Várias bibliografias existem sobre o tema, mas vocês podem consultar também o Plano de Marketing Turístico e o Marketing de Destinos Turísticos em publicações no site do MTur.

3.4.1. O que é Segmentação do Turismo?

O conceito de segmentação é discutido por diversos autores, porém, com definições semelhantes. Para Ignarra (2000), segmentar o mercado significa dividi-lo em um grupo homogêneo de compradores ou de produtores. Moraes (1999) define segmentação como uma estratégia de marketing que vê a demanda como heterogênea, concentrando esforços em determinadas fatias do mercado. Isto é, detectar aquilo que o turista ou a comunidade buscam no Turismo do município ou região e trabalhar nesse foco para atender aos anseios desses segmentos.

Os benefícios da segmentação podem ser observados sob vários aspectos. Dentre eles é importante entender o que cada segmento precisa para ser competitivo em relação a outros destinos, assim como identificar o grau de satisfação dos turistas quando lhes são ofertados produtos e serviços de melhor qualidade.

Diferentes motivações turísticas dão origem a novos nichos de mercado. Em concordância com essa linha de pensamento, Stevens (2000) afirma que o marketing de serviços deve atingir a individualidade do homem, beneficiando indiretamente o ego pessoal dos clientes. Para melhor atender tais demandas específicas, as empresas do setor devem contemplar as necessidades do seu público alvo de maneira customizada, a fim de satisfazer os diferentes segmentos de mercado. O MTur criou em 2010 os manuais de orientações básicas para a segmentação do Turismo. O objetivo é oferecer subsídios aos gestores públicos, na perspectiva da diversificação e caracterização da oferta turística brasileira e exemplificar alguns dos segmentos de maior destaque nacional. Para fomentar a segmentação, a Paraná Turismo trabalha na

estruturação dos segmentos prioritários para o Estado como o Turismo de Aventura, Ecoturismo, Rural, Cultural, Religioso, Lazer, Sol & Praia e Negócios & Eventos.

SAIBA MAIS

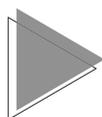
No site do MTur, no link Manuais > Cadernos e Manuais de Segmentação, é possível acessar todos os Manuais disponíveis.

3.4.2. O que é Roteirização Turística?

A roteirização turística é um processo no qual os atrativos existentes nos municípios de uma ou mais Regiões Turísticas são organizados de forma que componham um roteiro que possa ser consumido pelos visitantes. O MTur conceitua Roteiro Turístico como “um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística.” (MTur, 2010, p. 31) Novos roteiros turísticos e o aumento de investimentos já existentes possibilitam o aumento do fluxo de turistas, acarretando na maior permanência dos mesmos e propiciando uma maior circulação de divisas nos municípios.

A Rota turística também confere identidade a um município ou Região Turística, porém ela tem uma finalidade diferente do Roteiro, Para o MTur a Rota turística é

“um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística [...] com contexto na história, ou seja, utiliza da história para fins de promoção e comercialização turística.” (MTur, 2010, p.32)



Lembrete

A roteirização visa a integração, portanto é necessário que se reúnam atrativos, equipamentos e serviços turísticos de diferentes localidades dentro de uma ou mais regiões. Consulte o caderno específico do Programa de Regionalização do Turismo no site do MTur.

3.4.3. Que ações de marketing podem ser desenvolvidas no Município?

- Intensificar o uso dos canais de comunicação e distribuição;
- Participar de eventos;
- Organizar viagens de familiarização;
- Promover rodadas de negócios;
- Elaborar e distribuir materiais promocionais;
- Intensificar o uso de ferramentas digitais;
- Desenvolver um website com facilidade de acesso a informação;
- Utilizar de redes sociais como Facebook para divulgar o município.

Os **canais de distribuição** consistem nas empresas que atuam como facilitadoras na disseminação das informações e no acesso do consumidor ao produto. Esse acesso pode ser realizado de forma direta, ou seja, o turista contata diretamente o hotel em que se hospedará, o serviço do receptivo e os atrativos

que visitará, buscando as informações necessárias. Pode também ser feito de forma indireta, através das operadoras e agências de viagens.

A **participação do município em eventos** é um instrumento para promoção e divulgação de seu produto turístico. Tendo em vista o custo para participação em alguns eventos, sugere-se que o órgão oficial de Turismo municipal busque atuar em conjunto com as demais organizações oficiais do Turismo dos municípios da região, Associações, Conventions Bureaux e empreendimentos turísticos, hotéis, restaurantes e operadoras. O município também pode ser cooperado nos eventos em que a Paraná Turismo participa, bastando acessar o calendário de eventos no endereço: www.turismo.pr.gov.br ou entrar em contato com o Departamento de Eventos (dev@turismo.pr.gov.br). A escolha dos eventos estratégicos em que o Município participará deve ser criteriosa, levando-se em conta mercados emissores, orçamento, perfil e demanda.

O OOT pode organizar e promover **viagens de familiarização** turística (ou famtours ou presstrip) em seu município, ou em conjunto com outros municípios da região, para agentes de viagens, operadores, jornalistas ou blogueiros, proporcionando vivência cultural, troca de experiências e divulgação para um público estratégico. Essas viagens de familiarização resultam em divulgação espontânea do destino visitado, abertura de canais de comercialização e o consequente aumento da venda e da demanda. Especificamente as viagens voltadas à imprensa são uma oportunidade para divulgar e promover a oferta local.

As **rodadas de negócios** caracterizam-se como encontros comerciais que visam estreitar o relacionamento com os mercados emissores, induzindo a comercialização e promovendo os destinos turísticos. Esta ação pode ser fomentada pelo OOT e deve ser sempre feita em parceria com o trade turístico. A Paraná Turismo tem uma área específica para apoiar encontros, rodadas de negócios e viagens de negócios.

As viagens negócios podem se utilizar de técnicas como o **benchmarking**, que segundo Kotler é “a arte de aprender com empresas que apresentam um desempenho superior em alguma tarefa, O objetivo é copiar ou aprimorar com base em melhores práticas” e também pode ser definido como o processo de comparação e busca das melhores práticas, sendo este um Processo estruturado de aprendizagem e aplicação e tem o propósito de procurar, encontrar, adaptar e implementar pontos fortes de outras organizações que possuem excelência.

Existem inúmeras formas de se atingir o público com os **materiais promocionais**. Dentre os mais utilizados estão os folhetos, os guias, os catálogos e os mapas turísticos.

- Os folhetos promocionais visam, em sua maioria, atingir o público-final. Neles constam informações objetivas, como contatos úteis e a relação dos principais empreendimentos e atrativos. Devem ser informativos e motivadores do deslocamento do turista ao local divulgado.
- Os guias turísticos são mais completos, com listas da maioria dos equipamentos disponíveis no destino, mapas e contatos importantes. Ajudam o turista a ter um melhor aproveitamento do local visitado por fornecer as informações de forma rápida e sucinta.
- Os catálogos são materiais comumente utilizados pelos distribuidores, agências e operadoras, pois trazem a imagem do destino e uma variedade mais completa dos possíveis atrativos que podem ser inclusos em roteiros ou, até, roteiros previamente formatados.
- Os mapas turísticos devem ser interativos e elaborados com intuito de proporcionar uma perfeita compreensão da localidade por parte do turista que ainda não esteve por lá. Além de ser útil por informar, deve

ser prático e possuir um tamanho ideal para que seja conduzido e manuseado pelo visitante. Deve ser de fácil entendimento e fiel à realidade local, representando de modo legível a malha viária, as distâncias a percorrer, a localização dos pontos de referência, etc., buscando ao máximo garantir a boa impressão do visitante com relação à cidade.

A elaboração de materiais promocionais deve estar atrelada a um processo de planejamento. O briefing corresponde à folha guia para a produção do material. É através dele que o responsável pela criação se baseará para tal ação, de acordo com a necessidade do gestor de turismo. Neste documento devem conter informações referentes ao nome do material, características gráficas (formato, altura, largura, cores, tipo do papel, peso, etc.), conteúdo, abordagem, público-alvo, logomarcas, função do contratante e contratado e direitos estabelecidos.

3.4.4. Apoio a Eventos

De acordo com o MTur, eventos são ações institucionais ou promocionais, de abrangência nacional, regional ou local, destinadas à realização de atividades de caráter científico, comercial, cultural, político ou social, reunindo pessoas, podendo ser classificados como especiais, de participação, permanentes, esporádicos, únicos, de oportunidade, de massa ou de nicho, tais como a realização de ciclos de palestras, conferências, convenções, feiras, simpósios e encontros; ou ainda: “...mais encontros planejados e de temporalidade determinada, em função de assuntos, temas, ideias ou ações de caráter científico, técnico, educativo, comercial, promocional, institucional, profissional, político, esportivo, cultural e social. Todos os anos o MTur abre editais específicos para Apoio a Eventos, verifique no site e veja quais eventos de seu município podem ser apoiados.

3.4.5. Calendário Oficial de Eventos Turísticos

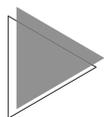
Os eventos se caracterizam como atividades voltadas ao lazer, ao saber ou ao fazer. Ou seja, podem ser manifestações culturais, tradicionais ou populares, como também acontecimentos organizados em função de intercâmbio e/ou divulgação de matérias técnicas e científicas, comercialização de produtos, prática de atividades culturais e desportivas, como congressos, feiras, exposições entre outros que estimulam o turismo.

Fazem parte de um Calendário, os Eventos que se constituem em atrativos turísticos, ou seja, aqueles capazes de motivar as pessoas a se deslocarem de seus locais de residência até os locais em que se realizam, gerando fluxo turístico, dinamizando a economia e contribuindo para o desenvolvimento sustentável do destino.

A Paraná Turismo realiza todos os anos o levantamento e atualização dos Eventos do Estado para a composição do Calendário Oficial de Eventos Turísticos do Paraná. Para isto, as informações são enviadas através de formulários que podem ser preenchidos diretamente no sistema disponível no site da Paraná Turismo (<http://www.turismo.pr.gov.br>) → Calendário de Eventos → Cadastre seu evento ou por e-mail.

Além da colaboração imprescindível dos OOT no levantamento dos Eventos, a Paraná Turismo ainda conta com o apoio das instituições/empresas que realizam a captação, sediam, organizam ou promovem Eventos, para que este Calendário Oficial de Eventos Turísticos do Paraná se consolide como um

veículo de informação e promoção dos Eventos, sendo mais um instrumento para divulgar e ampliar o fluxo turístico do Estado, fortalecendo o Paraná MICE (Turismo de Negócios e Eventos).



Lembrete

É importante o OOT municipal organizar seu Calendário de Eventos. Para tanto, devem-se realizar pesquisas antes, durante e após sua realização, para conhecer seus promotores, objetivos, programação, fluxo e âmbito (nacional, estadual, regional ou local) visando definir quais eventos são realmente turísticos, ou seja, aqueles que podem divulgar o município e atrair visitantes. Depois de identificados, estes eventos podem ser foco de um apoio maior por parte do Município, do Estado e do próprio MTur.

4. RECURSOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Certamente o Turismo necessita de recursos para se desenvolver. Mas antes de buscar recursos é necessário considerar algumas questões:

- Para que se precisa de recursos?
- Quanto é necessário? Existe um plano, programa ou projeto?
- Que fontes podem ser utilizadas para obter-se recursos?
- Que modelo de projeto deve ser seguido?

Depois de respondidas estas questões, fica mais fácil identificar os caminhos. Neste item serão apresentados dois grandes tópicos: um sobre Projetos e outro sobre Financiamentos e Investimentos.

4.1. PROJETOS TURÍSTICOS

Projeto Turístico constitui-se em um instrumento de gestão, “aborda um elemento específico do Turismo e o estuda de forma detalhada (...)”. Dentre suas características intrínsecas estão determinar os custos e benefícios de um investimento a partir do estabelecimento dos passos, dos envolvidos, dos recursos necessários, dos responsáveis pelas atividades, dos estudos de viabilidade.

Vale lembrar também que os projetos compõem os programas, e que o conjunto dos programas, por sua vez, constitui um plano. **Ou seja, o projeto também pode ser entendido como o nível máximo de detalhamento da ação de um plano.**

Conforme apontado por ZARDO (2005), para cada atividade podem se elaborar projetos específicos, a exemplo: Planejamento e Organização do Turismo, Eventos, Transportes, Lazer e Recreação, Meios de Hospedagem, Gastronomia, Agenciamento, além da Docência e Pesquisa em Turismo.

A elaboração e composição dos itens que fazem parte de um projeto devem ser organizadas de forma racional, e sua estrutura - introdução, desenvolvimento e conclusão - deve ser coesa, clara e objetiva. As principais partes que compõem a estruturação de um projeto turístico encontram-se no Quadro 2.

QUADRO 2 - PARTES PARA ESTRUTURAÇÃO DE UM PROJETO TURÍSTICO

Parte	Conteúdo
Título	Ser claro e objetivo;
Identificação	Contatos do proponente e participantes (entidade, razão social, CNPJ, endereço, telefone, e-mail, site, etc);
Apresentação/Justificativa	Discorrer sobre as necessidades da implementação do projeto e a comprovação de sua eficácia e eficiência;
Objetivos	Objetivo Geral: situação final pretendida; Objetivos Específicos: fatores que decorrem de sua implementação;
Metas e atividades	Relacionar de forma cronológica pelas etapas que compõem o projeto. Detalhar o custo das atividades, a meta em que as atividades estão inseridas e as etapas;
Participantes/Entidades Envolvidas	Relacionar as entidades apoiadoras do projeto, quantificando e exemplificando a forma de participação de cada uma delas;
Público-Alvo	Descrever os beneficiários do produto final do projeto;
Resultados Pretendidos	Fazer o prognóstico da implementação do projeto, prospectar as situações almejadas em função dos objetivos propostos;
Avaliação e Monitoramento	Descrever mecanismos de acompanhamento das ações do projeto e da mensuração das metas propostas.

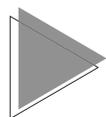
Fonte: SETU, 2008



Lembrete

Um projeto deve integrar e promover o processo de desenvolvimento sustentável local e regional, e até mesmo estadual e nacional, ou seja, ele não poderá ser apresentado isoladamente, fora do contexto no qual está inserido, e isso deve estar claro em seu escopo. Um projeto isolado pode significar a dispersão de esforços e de recursos.

Uma das formas de se demonstrar que o proposto no projeto turístico não é uma ação desconectada de outras que estejam sendo desenvolvidas no município e região, é contar com o respaldo da sociedade civil organizada na sua elaboração. Para isso, **na elaboração do projeto deve-se buscar a opinião e a participação das entidades** que têm afinidade com o que está sendo proposto. **Uma das partes mais importantes a ser considerada é o Conselho Municipal de Turismo**, que pode ser partícipe do projeto, apoiando sua elaboração e desencadeamento das suas ações. Ao final do projeto turístico pode ser interessante acrescentar um parecer emitido pelo Conselho Municipal de Turismo, ou uma resolução desse mesmo Conselho, que aprove o projeto turístico apresentado. O Conselho pode também ser responsável pela avaliação e monitoramento do projeto. É fundamental também o apoio da instância de governança regional, pois hoje as políticas apontam para a regionalização.



Lembrete

Cada organização utiliza um modelo de projeto, por isso é importante se ter claro o quanto de recurso é necessário e onde buscá-lo, verificando a possível existência de um formulário ou método específico a ser seguido.

Depois da determinação dos recursos necessários, é importante a identificação das fontes que podem ser buscadas. Para maior praticidade, o conteúdo abaixo foi dividido em financiamentos disponíveis para órgãos públicos e privados. O financiamento público requer que o objeto seja voltado para o bem coletivo e não individual, como sinalização turística, promoção institucional do destino, central de informações turísticas entre outras. A construção deve ser sempre realizada em áreas públicas, comprovada através de documentação própria, e de acordo com as normas de acessibilidade.

A acessibilidade a pessoas com deficiência é objeto do Decreto-lei 5296 de 02/12/2004, que regulamenta a Lei N°. 10.048 de 08/11/2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e a Lei 10.098 19/12/2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade.

4.2. FINANCIAMENTO E INVESTIMENTOS PARA O TURISMO

Na elaboração do plano estratégico estadual – Paraná Turístico 2016–2026 – coletaram-se subsídios a partir de oficinas com enfoque no planejamento participativo das 14 Regiões Turísticas (Oficinas Regionais) e com os 11 Grupos Focais (Especialistas em Turismo, Órgãos Públicos afins ao Turismo, Federações do Setor e Sistema S, Operadores Braztoa, Agenciamento, Hospedagem, Transporte, Alimentação, Eventos, Guias de Turismo e Jornalistas).

Nas oficinas com as Regiões Turísticas e os Grupos Focais, 12% no primeiro grupo e 49% no segundo, foram relacionados como importantes os seguintes assuntos: Leis de Incentivo, Fundos Estaduais e Municipais para o Turismo, Orçamentos, Financiamentos para o Turismo, Orçamentos e Incentivos Financeiros.

4.2.1 Poder Público

No planejamento municipal e estabelecimento das diretrizes e estratégias as ações são definidas e priorizadas para maior eficiência e eficácia na aplicação dos recursos públicos. Deve ser planejado corretamente e de forma participativa visando maior transparência administrativa.

A captação e aplicação dos recursos financeiros obedecerão aos limites da responsabilidade fiscal.

- **Orçamento Municipal:** É necessário diagnosticar as demandas mais importantes para o desenvolvimento do **TURISMO** e incluí-las na **Lei Orçamentária Municipal**.

- **Orçamento Estadual:** A Secretaria de Esporte e Turismo bem como a Paraná Turismo não possuem recursos orçamentários para a execução de obras para o turismo municipal. Todavia, como essas obras podem estar vinculados a outros órgãos estaduais, é sugerido a busca de recursos junto a eles, por exemplo, obras de infraestrutura urbana com a Secretaria do Desenvolvimento Urbano (SEDU), obras de parques junto a Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMA) e Instituto Ambiental do Paraná (IAP), melhorias no transporte e nos acessos com a Secretaria de Infraestrutura e Logística (SEIL) ou Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT)

Dessa forma é possível obter recursos do governo estadual para as demandas regionais e municipais, especialmente infraestrutura, sendo importante ressaltar que **toda obra que beneficie a população também beneficia o turista**.

- **Orçamento Federal:** sem dúvida esta é a esfera que detém maiores possibilidades como fonte de recursos financeiros. Faz-se necessária consulta permanente ao SICONV – Sistema de Convênios, do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, por meio do link <https://www.convenios.gov.br/portal/>.

Recursos provenientes da Programática do MTur:

Podem ser solicitados através de projetos que estejam em consonância com o Plano Nacional de Turismo. No site do MTur sempre existem informações e editais disponíveis. Recomenda-se consultar www.turismo.gov.br

Emendas Parlamentares ao Orçamento Geral da União - OGU:

Durante os meses de setembro e outubro, os Deputados Federais e Senadores podem remanejar incluir e cancelar gastos conforme o que consideram necessário para o País por meio da apresentação de EMENDAS PARLAMENTARES ao OGU.

Cartilha Parlamentar do Ministério do Turismo – este documento foi editado direcionado aos Deputados Federais, no qual o MTur estabeleceu novas normas de repasse de recursos para execução de projetos e ações, por meio da Portaria MTur nº 39, de 10 de março de 2017, que substitui a Portaria MTur nº 182, de 28 de julho de 2016

No link <http://www.turismo.gov.br/portaria-n%C2%BA-39,-de-10-de-mar%C3%A7o-de-2017> poderão acessar diretamente a referida Portaria 39/2017

SAIBA MAIS

No site da Câmara dos Deputados pode-se acessar a aba “2017 - Manual de Emendas”, e neste Manual a página 82 trata do tema Turismo, para encontrar, acesse (<http://www2.camara.leg.br>) → Atividade Legislativa → Comissoes → Comissoes Mistas → Comissão Mista de Planos, Orçamentos Públicos e Fiscalização - CMO → Projetos de Lei e Outras Proposições – Avisos de prazos para emendas

A Portaria nº 39/2017 estabelece regras e critérios para a formalização de instrumentos de transferência voluntária de recursos para execução de projetos e atividades integrantes do Programa Turismo e respectivas Ações Orçamentárias. No site da Paraná Turismo na parte “Profissional” é possível encontrar informações sobre o Sistema de Convênios e a forma de apresentar Projetos.

O OGU é formado pelo Orçamento Fiscal da Seguridade e pelo Orçamento de Investimento das empresas estatais federais. É nele que o cidadão identifica a destinação dos recursos recolhidos sob a forma de impostos. Nenhuma despesa pública pode ser realizada sem estar fixada no Orçamento. O OGU autoriza e as verbas são liberadas de acordo com a receita.

Para o desenvolvimento e fortalecimento da atividade turística no município é necessário que os gestores municipais apresentem à Bancada Federal projetos estruturantes nos eixos estratégicos (rubricas): **Infraestrutura; Qualificação, Certificação e Produção Associada ao Turismo; Promoção, Marketing e Eventos no Turismo; Publicidade de Utilidade Pública – violência, abuso, exploração.**

Contrapartida: nos recursos provenientes de emendas, a maior parte dos municípios investe apenas de 3% a 20% em contrapartida, conforme legislação em vigor.

Somando-se às informações contidas nos itens anteriores, enfatizamos que para solicitar recursos financeiros ou qualquer outra forma de apoio, deverão sempre observar:

- Projetos elaborados de forma bem sucinta e objetiva, com clareza, deixando detalhamentos posteriores quando solicitados;
- Fundamentar, referenciar e esclarecer todas as citações, dados, etc, que estiverem no Projeto;
- Ter o Plano Diretor contemplando diretrizes/ações para o Turismo;
- Ter um funcionário que conheça e manuseie o SICONV, o qual estabelece regras para celebração de convênios e contratos de repasse com recursos de transferência voluntária da União.
- Estar com documentações e obrigações em dia.

Os governos federal e estadual constantemente desenvolvem programas e projetos destinados aos

municípios. Estas fontes de recursos nem sempre são específicas para o Turismo, porém podem ser utilizadas para beneficiar investimentos que irão contribuir para o desenvolvimento turístico municipal. Como por exemplo, o Projeto Readequação de Estradas Rurais, identificado inicialmente para escoamento da produção agropecuária, passa a servir diretamente ao Turismo no Espaço Rural em seus vários segmentos.

CONTATOS

Secretaria do Desenvolvimento Urbano (SEDU)
www.desenvolvimentourbano.pr.gov.br
Fone: 41 3250-7200
Fax: 41 3254-2579

Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMA)
www.meioambiente.pr.gov.br
Fone: 41 3304-7700

Instituto Ambiental do Paraná (IAP)
www.iap.pr.gov.br
Fone: 41 3213-3700
Fax: 41 3333-6161

Secretaria de Infraestrutura e Logística (SEIL)
www.infraestrutura.pr.gov.br
Fone: 41 3304-8000

Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT)
www.dnit.gov.br
Fone: (61) 3315-4000

4.2.2 Iniciativa Privada

É importante o apoio da Prefeitura Municipal à iniciativa privada, entidades de classe e órgãos não governamentais haja vista o potencial que estes setores têm na gestão dos empreendimentos turísticos. Atuam diretamente na captação, planejamento e aplicação dos recursos financeiros, humanos e materiais.

O poder público municipal pode orientar, articular e apoiar os empreendedores do Turismo no município em face da forte capilaridade desse setor econômico na geração de trabalho e renda, movimentando a economia local e regional contribuindo para a inclusão social.

O Órgão Oficial de Turismo municipal deve disponibilizar ao público interessado orientações sobre onde buscar as melhores opções de financiamento para seu negócio e quais as possibilidades de apoio à iniciativa privada. Por exemplo, o município que recebe ICMS Ecológico poderá direcionar parte desses recursos apoiando os empreendimentos localizados em espaços naturais com ações em educação ambiental.

SAIBA MAIS

O Ministério do Turismo possui um site exclusivo para investimentos, para mais informações acesse:
www.investimento.turismo.gov.br

CONTATOS

SEBRAE/PR:

www.sebraepr.com.br

Central de Relacionamento

Fone: 0800 570 0800

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

www.caixa.gov.br

Fone 0800 726 0101

BANCO DO BRASIL

www.bb.com.br

Fone: 4004 0001

AGÊNCIA DE FOMENTO DO PARANÁ S.A.:

<http://www.fomento.pr.gov.br/>

fone: 41 3200 5900

BRDE- BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL

www.brde.com.br

Fone: 41 3219 8000

Rits- Rede de Informações para o Terceiro Setor:

www.rits.org.br

OUTROS CONTATOS

Ministério da Cultura: www.cultura.gov.br;

Ministério das Cidades: www.cidades.gov.br;

Ministério do Desenvolvimento Agrário: www.mda.gov.br;

Ministério do Meio Ambiente: www.mma.gov.br;

Ministério da Justiça: www.justica.gov.br;

Secretaria da Cultura: www.cultura.pr.gov.br;

Secretaria de Desenvolvimento Urbano: www.desenvolvimentourbano.pr.gov.br/;

Paraná Cidade: www.paranacidade.org.br;

Secretaria de Agricultura e Abastecimento: www.agricultura.pr.gov.br/;

Emater, Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural: www.emater.pr.gov.br;

Agência de Fomento do Paraná: www.fomento.pr.gov.br/

Secretaria de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior: www.seti.pr.gov.br

REFERÊNCIAS

ANSARAH, Marília G. R. Turismo: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999.

BENI, Mário C. Análise estrutural do turismo. São Paulo, Editora SENAC: 1998

_____, _____. Fundamentos da Teoria de Sistemas Aplicados ao Turismo. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

BEZERRA, Deise M. F. Apostila de Planejamento Turístico. Curitiba, PR: não publicada, 2008. Curso de Turismo - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

BUARQUE, Sérgio C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. Brasília: IICA, 1999.

CASTELLI, Geraldo. Turismo: atividade marcante do século XX. Caxias do Sul: Educ, 1982.

COOPER, C. et al. Turismo, princípios e prática. 2ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DE LA TORRE, Oscar. El Turismo – Fenômeno Social. México: FCE, 1992.

EMBRATUR. PNMT: Guia oficial para treinamento de Agentes Multiplicadores e Monitores Municipais. Brasília: Embratur, 1998.

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira, 2000.

KOTLER, P. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice-hall, 2000.

KOTLER, P. et all. Marketing de lugares. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

LAGE, Beatriz H. G. & MILONE, Paulo C. Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

MONTEJANO, Jordi M. Estrutura do mercado turístico. São Paulo: Roca, 2001.

MTUR, MTuro. Cadernos de Turismo. Brasília: MTur, 2007.

MTUR, MTuro. Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo: formação de gestores das políticas públicas do turismo. Florianópolis. SEAD/FAPEU/UFSC. 2009.

OLIVEIRA, Antônio P. Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2000.

OMT. Desenvolvimento do Turismo sustentável. Manual para organizadores locais. Brasília, EMBRATUR: 1994.

PETROCCHI, Mário. Turismo: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

_____, _____. Gestão de pólos turísticos. São Paulo: Futura, 2001.

REZENDE, Denis A. e CASTOR, Belmiro V. J. Planejamento estratégico municipal: empreendedorismo participativo nas cidades, prefeituras e organizações públicas. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

RUSCHMANN, Dóris van der Meene. Turismo e desenvolvimento sustentável. Campinas: Papyrus, 1997.

SANTOS, Caren. N. Turismo e Plano Diretor: orientações para os municípios com potencialidade turística. Curitiba: não publicada, 2006.

STEVENS, Robert ET all. Planejamento de Marketing: Guia de processos e aplicações práticas. São Paulo: Makron Books, 2001.

ZARDO, Eduardo F. Planejamento do Turismo: métodos, técnicas e ferramentas para o processo de planejamento e execução de projetos. Curitiba, PR: não publicada, 2002. [adaptação para Elaboração de Projetos Turísticos]. CONSULTUR 2005.

Outras publicações disponíveis no Portal Brasileiro de Turismo www.turismo.gov.br e no Portal Paranaense de Turismo www.turismo.pr.gov.br

ANEXOS

Anexo 1 – Modelo de Regulamento do Órgão Municipal de Turismo

Anexo 2 – Modelo de Lei de Criação do Conselho

Anexo 3 – Modelo de Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo

Anexo 4 – Modelo de Criação do Fundo Municipal de Turismo

Anexo 5 – Metodologia 1 – Avaliação e Hierarquização de Atrativos Turísticos

Anexo 6 – Metodologia 2 – Avaliação e Hierarquização de Atrativos Turísticos

Anexo 7 – Modelo de Formulário para Controle de Fluxo em Atrativos Turísticos

Anexo 8 – Modelo de Formulário para Estudos de Demanda em Municípios

Anexo 9 – Modelo de Formulário para Pesquisa com Comunidade Local

Anexo 10 – Modelo de Formulário para Estudos de Demanda em Eventos

Anexo 1 – Modelo de Regulamento do Órgão Municipal de Turismo

TÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Artigo 1º - O presente Regulamento rege a organização e o funcionamento dos serviços do Órgão Municipal de Turismo.

Artigo 2º - Ao Órgão Municipal de Turismo, diretamente subordinado ao Prefeito Municipal, compete às atividades de planejamento, pesquisa, levantamento de dados, análise, documentação, promoção e divulgação do turismo no Município.

Artigo 3º - As atividades do Órgão Municipal de Turismo compreendem:

- I. Planejar, elaborar e coordenar a execução de estudos básicos definidos como necessários ao desenvolvimento de um Plano Municipal de Turismo.*
- II. Implantar uma política de incentivos ao turismo em âmbito municipal.*
- III. Planejar e executar campanhas que visem motivar o mercado turístico em suas áreas potenciais.*
- IV. Planejar e executar pesquisas junto às fontes primárias e secundárias para o levantamento de informações e procedimentos normativos que alimentarão e irão consolidar o Plano Municipal de Turismo.*
- V. Planejar, implantar e manter um sistema de divulgação turística para o Município e estabelecer a estratégia global de comunicações.*
- VI. Planejar, implantar e manter um serviço de estatística, analisando o comportamento da oferta e da demanda turística, mensurando a possibilidade, eficiência e produtividade dos serviços turísticos existentes.*
- VII. Elaborar programas e projetos, com a finalidade de promover a demanda turística.*
- VIII. Organizar calendário de eventos de interesse turístico a serem divulgados no Município.*
- IX. Divulgar as realizações, atrativos, bens e serviços turísticos do Município, veiculando-os em todos os níveis e por todos os meios de comunicação.*
- X. Elaborar material informativo turístico do Município, tendo em vista as áreas potenciais que devam ser atingidas.*
- XI. Manter contatos com o público em geral, empresas, entidades, autoridades para prestação ou troca de informações turísticas.*
- XII. Manter postos para a prestação das informações para o público em geral, empresas e entidades, devidamente aparelhados com material auxiliar para divulgação dos atrativos, bens e serviços do Município.*
- XIII. Assessorar e informar os empresários da área de turismo nacional e estrangeiro a respeito de incentivos que possam incrementar a ampliação e aprimorar a infraestrutura do Município.*
- XIV. Viabilizar a implantação de um sistema de controle de qualidade do produto turístico.*
- XV. Administrar complexos turísticos públicos.*
- XVI. Incentivar a criação do Conselho Municipal de Turismo.*

TÍTULO II

DA ESTRUTURA

Artigo 4º - Órgão Municipal de Turismo tem a seguinte estrutura básica:

- Diretoria
- Serviço de Pesquisa e Planejamento
- Serviço de Promoção e Divulgação
- Serviço Administrativo

TÍTULO III

DAS ATRIBUIÇÕES

SECÇÃO I

Da Diretoria

Artigo 5º - À Diretoria compete coordenar as atividades do Órgão Municipal de Turismo na forma estabelecida neste Regulamento, prestando assistência ao Prefeito.

SECÇÃO II

Dos serviços de Pesquisa e Planejamento

Artigo 6º - São Atribuições do Serviço de Pesquisa e Planejamento:

- I. Planejar os investimentos e realizações da Prefeitura no setor de turismo e lazer.*
- II. Planejar a expansão do Sistema Municipal de Informações Turísticas.*
- III. Planejar as formas de integrar a Prefeitura com os empresários de turismo.*
- IV. Definir a metodologia e critérios de trabalho sistemático de pesquisa.*

- Na área de ESTUDOS TURÍSTICOS deve-se:

- I. Desenvolver estudos que permitam conhecer a situação do mercado turístico, propondo formas de intervenção do Poder Público nessa realidade, com o objetivo de expandir a atividade turística no Município.*
- II. Acompanhar a evolução da oferta de equipamentos e serviços turísticos, analisando sua capacidade e qualidade, com o fim de propor medidas à expansão e aperfeiçoamento do sistema.*
- III. Definir, classificar e estudar o fluxo turístico, bem como acompanhar sua evolução, caracterizando-o em função de dados econômicos, sociais, culturais e geográficos.*
- IV. Detectar os desajustes entre oferta e demanda de bens e serviços turísticos, e propor medidas visando sua correção.*
- V. Desenvolver estudos específicos sobre áreas e atividades de especial interesse turístico, visando*

propor medidas para o seu melhor aproveitamento.

VI. Desenvolver estudos visando definir áreas prioritárias para intervenção do Poder Público no sentido de promover o turismo.

VII. Desenvolver estudos visando avaliar a atuação da iniciativa privada no setor de turismo.

VIII. Desenvolver estudos em conjunto com outro (s) órgão (s) da Administração Pública Municipal, sempre que necessário e de interesse para o planejamento do desenvolvimento turístico do Município.

IX. Desenvolver estudos que permitam programar o atendimento das necessidades do turismo receptivo do Município, bem como incentivá-lo.

X. Dar solução às reclamações recebidas nos Postos de Recepção e Informação.

XI. Fornecer subsídios para programar pesquisas estatísticas cuja realização seja de interesse para o Órgão Municipal de Turismo.

XII. Sugerir, quando houver necessidade, a contratação de serviços de terceiros para execução de estudos e projetos cuja amplitude ultrapasse os Recursos Humanos disponíveis.

- Na área de PESQUISA E PLANEJAMENTO deve-se:

I. Traçar um plano básico de pesquisas, em função das necessidades do Órgão Municipal de Turismo.

II. Planejar os critérios de avaliação de cada pesquisa, as fontes a serem pesquisadas, os dados a serem obtidos, os formulários a serem utilizados no levantamento, bem como a forma de tratamento dos dados.

III. Acompanhar e controlar a execução do trabalho de pesquisa de forma a assegurar que se cumpra o programado e introduzir modificações na metodologia preestabelecida, se necessário.

IV. Inserir as solicitações de pesquisas no plano básico de pesquisas conforme, prioridade, previamente estabelecida.

V. Elaborar programa de pesquisa permanente com o objetivo de atualizar, ampliar e aperfeiçoar o Cadastro de Informações Turísticas do Município.

VI. Definir critérios para a classificação das empresas, bens, serviços e atrativos turísticos cadastrados no Órgão Municipal de Turismo, em consonância com a legislação estadual e federal vigente

VII. Elaborar e desenvolver metodologia de pesquisa específica para mensurar, caracterizar e avaliar a demanda de turismo e lazer em função de cada setor da Oferta.

VIII. Programar a execução das pesquisas necessárias para o desenvolvimento dos estudos e projetos de ESTUDOS TURÍSTICOS.

IX. Trabalhar de forma coordenada com outras seções da Administração Municipal, atualizando as informações sobre os trabalhos desenvolvidos nessas áreas, detectando e avaliando a necessidade e a quantidade de informações para elaborar o calendário de eventos do Município.

- Na área de CADASTRO deve-se:

I. Formular e implantar sistema de cadastro de serviços e atrativos turísticos.

II. Atualizar permanentemente as informações do cadastro

III. Fornecer as informações disponíveis às demais seções do Órgão Municipal de Turismo e aos postos

de informações.

- Na área de ESTATÍSTICAS deve-se:

I. Formular e implantar sistema de estatística, criando indicadores para o estudo do fenômeno turístico sob o ponto de vista econômico e social.

II. Acompanhar a evolução da oferta de turismo, demonstrando estatisticamente o desenvolvimento de cada setor, assim como as inter-relações existentes.

III. Acompanhar a evolução da demanda turística

SECÇÃO III

Do Serviço de Promoção e Divulgação

Artigo 7º - Ao serviço de Promoção e Divulgação compete:

I. Estudar e propor as diretrizes da política de promoção turística do Município.

II. Estabelecer a estratégia global de divulgação da imagem turística do Município.

III. Implantar programas com a finalidade de estimular, orientar e ampliar a demanda turística:

IV. Promover campanhas educativas e de esclarecimento, a fim de criar hábitos de hospitalidade na comunidade.

V. Definir e desenvolver o programa de incentivos ao turismo no âmbito municipal, bem como outras formas de estímulo à expansão quantitativa e qualitativa do turismo no Município.

VI. Participar em eventos nacionais e internacionais.

VII. Desenvolver material promocional e informativo do Município.

SECÇÃO IV

Do serviço administrativo

Artigo 8º - Ao Serviço Administrativo compete:

I. Receber, controlar e distribuir o material de expediente;

II. Executar os trabalhos datilográficos;

III. Elaborar manual de procedimentos interno;

IV. Proceder ao controle interno do pessoal do Órgão Municipal de Turismo;

V. Encaminhar informações de acordo com os manuais de procedimentos pertinentes;

VI. Executar outras tarefas correlatas, que lhe forem atribuídas.

Anexo 2 - Modelo de Lei de Criação do Conselho

LEI Nº...

Cria o Conselho Municipal de Turismo

Art. 1º - Fica criado o Conselho Municipal de Turismo, de caráter consultivo e deliberativo, com a finalidade de orientar, promover e fomentar o desenvolvimento do turismo no Município.

At. 2º - O Conselho Municipal de Turismo compor-se-á de membros representantes do poder público, da iniciativa privada e sociedade civil organizada com vínculo e/ou interesse no desenvolvimento turístico do Município.

Art. 3º - O Poder Executivo regulamentará o funcionamento do Conselho, através de seu Regimento Interno, confeccionado a partir das orientações oriundas do mesmo.

Art. 4º - O Conselho Municipal de Turismo terá como principais atribuições o gerenciamento do Plano e do Fundo Municipais de Turismo.

Art. 5º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

.....de.....de.....

Prefeito

Anexo 3 - Modelo de Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo

CAPÍTULO I

Do Conselho

Art. 1º O Conselho Municipal de Turismo - COMTUR - instituído pela lei nº _____, órgão colegiado, consultivo e deliberativo, para assessorar o Município de formação e execução da Política Municipal de Turismo e do Plano de aplicação de recursos do Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR, instituído pela lei nº

CAPÍTULO II

Da constituição e nomeação

Art. 2º O COMTUR será constituído de no mínimo 9 (nove) membros escolhidos dentre os cidadãos da comunidade de notório saber, e que tenham interesse pelo desenvolvimento e fomento do turismo sustentado em Na indicação dos membros as entidades representadas deverão indicar titular e suplente, os quais após, serão nomeados pelo Prefeito Municipal .

§ 1º O Presidente do Conselho será indicado pelo próprio Conselho e referendado pelo Executivo Municipal.

§ 2º O vice-presidente, o 1º secretário e o 2º secretário serão escolhidos pelo Presidente, com aprovação dos conselheiros.

§ 3º O mandato dos membros será de dois anos, admitida sua recondução por mais um período.

§ 4º Quando ocorrer uma vaga, o novo membro designado, completará o mandato de substituto.

§ 5º O mandato dos membros do Conselho será exercido gratuitamente e suas funções consideradas como prestação de serviços relevantes ao Município.

CAPÍTULO III

Das Atribuições

Art. 3º Compete ao Conselho Municipal de Turismo:

I. Formular e desenvolver a política Municipal de Turismo;

II. Formular o plano de ação e aplicação de recursos do Fundo Municipal de Turismo - FUMTUR;

III. Apreciar e deliberar os projetos que lhe sejam submetidos relativos à Política Municipal de Turismo e do Plano de Recursos do FUMTUR;

IV. Avaliar e fiscalizar periodicamente o desempenho dos trabalhos desenvolvidos pelo órgão colegiado;

V. Suprir, mediante decisão coletiva, homologada por decreto do Executivo, os casos omissos;

VI. Apoiar iniciativas que venham incrementar o turismo no Município e promover melhorias na infraestrutura turística receptiva;

VII. Promover junto às autoridades de classe, campanhas no sentido de conscientizar a comunidade sobre a importância do turismo como atividade econômica;

VIII. Estimular e organizar o turismo sustentável, preservando a identidade cultural e ecológica do Município;

IX. Fomentar a elaboração e implantação de um Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo Sustentável.

CAPÍTULO IV

Da Competência do Presidente

Art. 4º É da competência do Presidente do Conselho Municipal de Turismo:

- I. Convocar as reuniões ordinárias e extraordinárias sempre que necessário;*
- II. Presidir as reuniões plenárias, declarar a abertura, suspensão ou encerramento da sessão, esclarecer e anunciar a ordem;*
- III. Por em discussão os pareceres e substitutivos apresentados pelos conselheiros, submetê-los à votação e proclamar a decisão;*
- IV. Representar o COMTUR em juízo ou fora dele;*
- V. Solicitar os recursos do FUMTUR para investimentos que visam o desenvolvimento da Política Municipal de Turismo;*
- VI. Referendado pelo COMTUR, sugerir ao Executivo Municipal atos que visem o aprimoramento, a adequação na execução da Lei que o criou;*
- VII. Autorizar a divulgação através de órgãos de comunicação dos assuntos apreciados pelo COMTUR;*
- VIII. Nos casos de pedido de vistas de processo, fixar prazo máximo de cinco dias úteis;*
- IX. Assinar correspondências e atas de reuniões, juntamente com os demais conselheiros e baixar resoluções do COMTUR;*
- X. Resolver os casos não previstos neste Regimento (ad referendum do plenário);*
- XI. Proferir o voto de desempate, quando necessário, além do seu voto como membro efetivo do Conselho;*
- XII. Cumprir e fazer cumprir as atribuições do Conselho de deliberações das Assembléias;*
- XIII. Designar os substitutos dos membros do Conselho, em suas ausências nos termos deste regimento.*

CAPÍTULO V

Da Competência do primeiro e segundo Secretário Executivo.

Art. 5º É da competência do primeiro secretário executivo do COMTUR:

- I. Organizar a pauta dos trabalhos para cada sessão;*
- II. Distribuir, mediante determinação do Presidente, para estudo e relato dos membros do Conselho, assuntos submetidos à deliberação desse órgão;*
- III. Assinar as atas das sessões, juntamente com os demais membros do COMTUR;*
- IV. Redigir as atas das sessões;*
- V. Receber todo o expediente endereçado ao COMTUR, registrá-lo e tomar todas as providências necessárias a seu regular andamento;*
- VI. Executar todos os demais serviços inerentes ao seu cargo ou atribuídos pelo Presidente;*
- VII. Cumprir as demais determinações deste regulamento;*
- VIII. Propor e executar atos que objetivem a funcionalidade e agilidade do COMTUR;*
- IX. Providenciar a convocação dos Conselheiros para as sessões ordinárias e extraordinárias determinadas pelo Presidente, remetendo junto à convocação, a matéria relativa à pauta da sessão;*
- X. Receber em formulário próprio as reclamações e/ou sugestões que lhe foram repassadas por turistas, visitantes ou público em geral, para posterior encaminhamento ao COMTUR, anexando relatório das providências tomadas, se for o caso.*

CAPÍTULO VI

Da competência dos membros do Conselho

Art 6º - É da competência dos membros do Conselho:

- I. Comunicar aos suplentes escolhidos quando na vacância do cargo ou ausência em reuniões;*
- II. Requerer vista de qualquer processo pelo prazo máximo de cinco dias úteis;*
- III. Solicitar ao Presidente do COMTUR a realização de diligência necessária para as instruções de processo que lhe forem encaminhadas;*

- IV. Comparecer a todas as sessões;
- V. Juntamente com o Presidente constituir as subcomissões para estudos e trabalhos especiais relativos à competência do Conselho, designando seus respectivos Presidentes e Secretários e substitutos em suas ausências;
- VI. Juntamente com o Presidente, estabelecer regulamentos e atribuições para funcionamento das subcomissões;
- VII. Convocar sessões mediante a solicitação e assinatura de pelo menos um terço dos membros do COMTUR, justificando a necessidade, quando o Presidente ou o seu substituto legal não o fizer;
- VIII. Tomar parte das discussões e votações, apresentar emendas ou substitutivos às conclusões de pareceres e resoluções;
- IX. Requerer urgência para discussões e votações de assuntos não incluídos na ordem do dia, bem como, preferência nas votações e discussões de determinados estudos;
- X. Assinar atas, resoluções e pareceres;
- XI. Colaborar para o bom andamento do COMTUR;
- XII. Desempenhar cargos que lhe forem atribuídos pelo Presidente;
- XIII. Comunicar previamente ao Presidente quando não puder comparecer às sessões convocadas;
- XIV. Cumprir as determinações deste Regimento.

CAPÍTULO VII

Das Subcomissões

Art. 7º O Presidente e membros do COMTUR poderão constituir subcomissões quando necessário para estudos e trabalhos relacionados à competência do Conselho;

§ 1º As subcomissões serão constituídas de três membros.

§ 2º O Presidente do COMTUR observará o princípio de rodízio entre os membros e sempre que possível conciliará a matéria em estudo com a formação das subcomissões.

§ 3º As subcomissões terão os seus respectivos Presidentes e Secretários designados pelos próprios membros da subcomissão.

Art. 8º As subcomissões estabelecerão o seu programa de trabalho, cujo resultado será aplicado pelo COMTUR.

Art. 9º As subcomissões funcionarão de acordo com as atribuições estabelecidas pelo Presidente e Membros do COMTUR, e disposições deste regimento.

Art. 10. As subcomissões extinguir-se-ão uma vez aprovado pelo plenário o relatório dos trabalhos que executarem.

CAPÍTULO VIII

Das sessões do COMTUR

Art. 11. O Conselho reunir-se-á mensalmente, em caráter ordinário e extraordinariamente, tantas vezes quantas necessárias, sempre por convocação do seu Presidente ou, na sua ausência, do seu vice-presidente, com antecedência mínima de quarenta e oito horas para reuniões ordinárias, com indicação da pauta e do local em que as mesmas se realizarão.

Art. 12º. As deliberações da pauta do dia, das deliberações em caráter ordinário serão tomadas pela maioria de votos dos membros presentes, assegurando ao Presidente o voto de desempate.

§ 1º Colhidas às assinaturas dos Conselheiros presentes e verificada a existência do número regular, declara-se aberta à sessão, que obedecerá a seguinte ordem:

- a) Leitura e discussão da ata;
- b) Leitura do expediente e da ordem do dia;
- c) Discussão e votação da matéria constante da ordem do dia;
- d) Assuntos de ordem geral, ventilados por imposição das circunstâncias.

§ 2º Não havendo número suficiente de Conselheiros para a realização, será lavrado termo circunstanciado pelo secretário do COMTUR, constando o nome dos que compareceram.

§ 3º Assuntos urgentes que não constarem da pauta do dia, somente serão deliberados mediante votação de 50% + 1% dos membros do Conselho.

§ 4º A votação será secreta ou nominal, segundo resolver a maioria do Conselho.

Art. 13. Os debates transcorrerão segundo os princípios da ordem da urbanidade, e compete ao Presidente:

- a) Declarar a abertura, suspensão e encerramento da reunião;
- b) Dirigir e superintender os trabalhos e encerramento da reunião;
- c) Responder às questões de ordem formuladas.

Parágrafo único: O Presidente da sessão poderá suspendê-la, a bem da ordem dos trabalhos, e intervir para esclarecimentos sobre a matéria em discussão.

Art. 14. Poderá comparecer às sessões do COMTUR a convite do Presidente, qualquer pessoa, quando se tornar necessário, a prestação de esclarecimentos sobre o assunto em pauta, mediante aprovação do plenário.

Art. 15. É permitido ao COMTUR, nomear relator ou comissão de três membros para emitir parecer sobre assunto que lhe forem submetidos.

Art. 16. A votação será simbólica ou nominal, cabendo na primeira hipótese, pedido de verificação.

§ 1º Cada Conselheiro terá direito a 01 (um) voto, cabendo ao Presidente da sessão o voto de desempate.

§ 2º Os Conselheiros poderão abster-se de votar, caso julguem-se impedidos.

Art. 17. Será lavrada uma ata de cada sessão realizada pelo COMTUR, contendo:

- I. Dia, mês, ano, local, hora de abertura e do encerramento da sessão;
- II. Posse dos Conselheiros presentes ou seus representantes, bem como convidados presentes;
- III. Exposição sumária do expediente e dos demais temas debatidos;
- IV. Deliberações tomadas pelo COMTUR.

Parágrafo Único. As atas referentes às reuniões e deliberações do COMTUR serão registradas em livros próprios e assinadas pelo Presidente da sessão, pelos Conselheiros e pelos Secretários.

CAPITULO IX

Da ordem dos trabalhos

Art. 18º - Os assuntos serão distribuídos e discutidos no conselho, pela ordem cronológica das respectivas entradas, salvo o previsto no capítulo VI, Art. VI, Parágrafo IX.

Art. 19º - Os assuntos serão distribuídos aos membros do conselho, inclusive ao Presidente e, em caso de necessidade, o conselho designará um relator que acompanhará matéria específica de sua área.

Art. 20º - A ordem dos trabalhos a ser observada nas sessões do conselho será a seguinte:

- I. Verificação dos membros presentes e apresentação dos demais participantes;
- II. Leitura, discussão, votação, aprovação e assinatura da ata da sessão anterior;
- III. Distribuição dos assuntos a serem estudados e relatados.

CAPITULO X

Da execução dos trabalhos

Art. 21. O relator emitirá parecer por escrito, contendo o histórico e o resumo da matéria, as considerações de ordem prática ou doutrinária que entender cabíveis e sua conclusão ou voto.

§ 1º O relator poderá solicitar sempre que necessário o encaminhamento do assunto em estudo a qualquer Órgão da Administração Municipal, cuja informação julgue importante á elucidação da matéria que lhe for distribuída, bem como o comparecimento de quaisquer pessoas às sessões e outras

providências que julgar cabível.

§ 2º Na hipótese de ser rejeitado o parecer pela maioria dos membros do Conselho, deverá designar novo relator ou constituirá sub-comissão para estudo da matéria.

Art. 22º - A ordem do dia será organizada com os assuntos apresentados para discussão, acompanhados dos respectivos pareceres.

Art. 23º - Após a leitura do parecer, o Presidente submeterá o assunto para a discussão, dando a palavra ao membro que solicitar.

Parágrafo Único. O período para discussão de cada matéria será previamente fixado pelo Presidente, cabendo a cada membro o mesmo espaço de tempo para debater os assuntos.

Art. 24. Durante a discussão, os membros do Conselho poderão:

I. Apresentar emendas ou substitutivos;

II. Opinar sobre relatórios apresentados;

III. Propor providências para a instalação do assunto em debate.

Art. 25. As propostas apresentadas durante a sessão deverão ser classificadas a critério do Conselho em matéria de estudo e deliberação imediata.

Art. 26. Se a maioria dos membros do Conselho não se julgar suficientemente esclarecida quanto à matéria em exame pode-se requerer diligências, pedir vista do processo relativo ao assunto em estudo e mesmo adiamento da discussão e votação.

Parágrafo Único: Quando a discussão por qualquer motivo, não for encerrada em sua sessão, ficará adiada para sessão seguinte a não ser em caso de complexidade e urgência das matérias.

Art. 27. Após o encerramento da discussão a matéria em estudo será submetida à deliberação do plenário, juntamente com as emendas e substitutos que forem apresentados.

Parágrafo Único: O voto do relator ou qualquer membro do Conselho poderá ser dado por escrito ou oralmente, segundo resolver a maioria do Conselho. Devendo, na hipótese de ser oral, ser reduzido a termo.

Art. 28. As deliberações do Conselho deliberar-se-ão “Parecer” ou “Resolução”, conforme a matéria seja submetida à sua apreciação ou decorra de sua própria iniciativa.

§ 1º Estes pareceres ou resoluções serão redigidos e assinados pelos relatores e deverão ser apresentados à Secretaria do Conselho, até 05 (cinco) dias após a respectiva aprovação do plenário.

§ 2º Em casos especiais poderão estes pareceres, ou resoluções serem lavrados e assinados na própria sessão.

Art. 29. As Resoluções serão assinadas por todos os membros do Conselho e encaminhados a quem de direito.

CAPITULO XI

Das Substituições e perdas de mandato

Art. 30. Os membros do COMTUR estarão dispensados de comparecer as sessões, por ocasião de férias ou licenças que lhe forem regularmente concedidas pelos respectivos Órgãos, repartições ou empresas onde desenvolvem suas atividades. O suplente deverá substituir nas ausências.

Art. 31. O Presidente será substituído em suas ausências ou impedimentos pelo Vice-presidente do COMTUR.

Art. 32. Os membros do Conselho em suas ausências, serão substituídos pelos seus respectivos suplentes.

Art. 33. Os membros do Conselho perderão o mandato nas seguintes hipóteses:

I. Faltar sem justificativa a três sessões consecutivas do Conselho.

II. Por período superior a 30 (trinta) dias ou mais de 05 (cinco) sessões alternadas;

III. Tornar-se incompatível com exercício do cargo por improbidade ou pratica de Atos irregulares.

§ 1º O Presidente do Conselho é autoridade competente para declarar a perda de mandato de qualquer membro, depois de apurada a infração de atos irregulares.

§ 2º Os membros das sub-comissões perderão o mandato, pelos mesmos motivos estabelecidos para os membros do COMTUR.

§ 3º Os membros do COMTUR terão autonomia em destituir o Presidente em reuniões Ordinárias com um quorum mínimo de 75% dos membros, nos casos citados no Artigo 34 inciso II.

CAPÍTULO XII

Dos Recursos

Art. 34. Das decisões denegatórias proferidas pelo COMTUR, caberá recurso administrativo dentro do prazo de 10 (dez) dias contando da data correspondente da publicação, para parecer do Conselho que decidirá contados 10 (dez) dias subseqüentes àquele em que requereu o apelo.

Art. 35. Deliberando o COMTUR favoravelmente, encaminhar o processo dentro do prazo de 5 (cinco) dias contados da data em que foi adotada a decisão do COMTUR, que acolhendo a proposta, expedirá o decreto concessório.

CAPÍTULO XIII

Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 36. O COMTUR considerar-se-á constituído, quando se acharem empossados, pelo Prefeito municipal a maioria dos seus Membros.

Art. 37. Este regimento poderá ser alterado mediante proposta de qualquer membro do Conselho, aprovada por 2/3 dos seus membros.

Art. 38. Os casos omissos neste regimento interno serão resolvidos em plenário.

Anexo 4 - Modelo de Criação do Fundo Municipal de Turismo

Súmula: Dispõe sobre a criação do Fundo Municipal de Turismo, FUNDETUR, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de, Estado do Paraná aprovou e eu Prefeito Municipal, sanciono a seguinte,

Lei Nº _____

Artigo 1º Fica criado o Fundo Municipal de Turismo - FUNDETUR, destinado a captação e a aplicação de recursos, visando o desenvolvimento turístico e econômico do Município.

Artigo 2º Os recursos do Fundo Municipal de Turismo - FUNDETUR, será constituído de 0,5% (meio por cento) das receitas correntes líquidas do Município e outras doações de pessoas físicas ou jurídicas.

Parágrafo Único. Os recursos que integram o Fundo Municipal de Turismo, serão mantidos em instituição financeira estatal com agência nesta cidade.

Artigo 3º O orçamento ou plano de aplicação do Fundo Municipal de Turismo - FUNDETUR, acompanha a Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária anual do Município, em conformidade com o artigo

... da Lei n.º...

Artigo 4º A administração e representação do FUNDETUR caberão a uma diretoria composta por:

- I. Presidente, sendo o mesmo eleito para o Conselho Municipal de Turismo - COMTUR;
- II. Vice-Presidente, o qual será o Diretor da unidade administrativa;
- III. Tesoureiro, escolhido entre os membros da diretoria do COMTUR;
- IV. Secretário, escolhido entre os membros do COMTUR.

Artigo 5º Fica criado o Conselho Fiscal do Fundo de Turismo, composto por 07 (sete) membros, escolhidos juntamente com os membros do COMTUR, tendo por finalidade fiscalizar a movimentação dos recursos do Fundo de Turismo.

Parágrafo Único. O mandato dos membros do Conselho será de 02 (dois) anos, permitido a reeleição por igual período.

Artigo 6º A diretoria do FUNDETUR, mensalmente, elaborará demonstrativo com receita e despesa do mês, devidamente comprovados, sendo afixado em quadro de editais e publicado em jornal oficial, ambos

do Município de

Parágrafo Único. O Conselho Fiscal tem livre acesso à demonstração contábil, movimentação bancária e despesas do FUNDETUR.

Artigo 7º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Edifício da Prefeitura Municipal de, Estado do Paraná, em.... dede 20....

Prefeito Municipal

Anexo 5 - Metodologia 1 - Avaliação e Hierarquização de Atrativos Turísticos

A. Fatores de Avaliação

Para realizar a avaliação dos atrativos turísticos deverão ser considerados os seguintes fatores:

• Acesso - Peso 4

Considerar o acesso mais utilizado pelo visitante para chegar ao atrativo, independente da sua localização (urbana ou rural), pontuado da seguinte maneira:

Rodoviário			Aéreo, Marítimo/Fluvial, Ferroviário	
3 pontos	2 pontos	1 ponto	3 pontos	0 pontos
Bom	Regular	Precário	Existência	Inexistência

Obs: A pontuação não é cumulativa

• Transportes - Peso 3

Avaliar o transporte regular existente para o atrativo - rodoviário, ferroviário, hidroviário e/ou aéreo - mais utilizado, de acordo com a seguinte pontuação:

3 pontos	2 pontos	1 ponto	0 pontos
Bom	Regular	Precário	Inexistente

• Equipamentos e Serviços - Peso 3

Avaliar todos os equipamentos e serviços turísticos instalados no atrativo, que contribuam para sua valoração e facilitem o uso e a permanência dos visitantes no local. Deverão ser observadas as seguintes pontuações:

Valores a serem atribuídos aos atrativos que possuem:

3 pontos	2 pontos	1 ponto	0 pontos
<ul style="list-style-type: none"> • sinalização • monitor especializado/guia local • local de alimentação • serviços de limpeza • instalações sanitárias • integrar roteiros turísticos comercializados 	<ul style="list-style-type: none"> • sinalização • serviços de limpeza • instalações sanitárias • monitor especializado/guia local 	<ul style="list-style-type: none"> • sinalização • serviços de limpeza 	<ul style="list-style-type: none"> • atrativo que não possui nenhum dos serviços utilizados

Calcular o valor médio pelo somatório das pontuações alcançadas por cada fator de avaliação, dividido pelo número de avaliadores.

Valor intrínseco do atrativo - Peso 10

É o valor em si do atrativo. Será obtido pela avaliação das características relevantes de cada tipo, mediante análise comparativa com outro atrativo de características homogêneas.

Esse valor variará de 1 a 4 pontos.

B. Critérios para Hierarquização dos Atrativos

O critério para enquadramento dos atrativos turísticos, em suas respectivas hierarquias, de acordo com a sua importância turística será através do enquadramento do valor do seu índice do atrativo (IA), nos intervalos abaixo:

Hierarquia IV: 3,26 - 4,00

Atrativo turístico de excepcional valor e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz, por si só, de motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais, tanto internacionais como nacionais.

Hierarquia III: 2,51 - 3,25

Atrativo turístico muito importante, em nível nacional, capaz de motivar uma corrente, atual ou potencial, de visitantes nacionais ou internacionais, por si só ou em conjunto com outros atrativos turísticos.

Hierarquia II: 1,76 - 2,50

Atrativo com algum interesse, capaz de estimular correntes turísticas regionais e locais, atual ou potencial, e de interessar visitantes nacionais e internacionais que tiverem chegado por outras motivações turísticas.

Hierarquia I: 1,00 - 1,75

Atrativo complementar a outro de maior interesse, capaz de estimular correntes turísticas locais.

MATRIZ DE AVALIAÇÃO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS

Município:	UF:
Atrativo:	
Categoria:	

QUADRO I

Fatores	A	B	C	D	E	Valor Médio	Peso	Ponto do Fator
Acesso							4	
Transporte							3	
Equipamentos e Serviços							3	
Valor intrínseco:							10	
Soma:							20	
Índice do Atrativo - IA:								

1. Valor Médio: resultado do somatório das pontuações que o FATOR recebeu, dividido pelo número de avaliadores.
2. Ponto do Fator: resultado do valor médio do item multiplicado pelo seu peso.
3. Valor Intrínseco: valor obtido pela avaliação das características relevantes, calculado no quadro II.
4. Índice do Atrativo (IA): somatório dos pontos dos fatores dividido pelo somatório dos pesos.

Soma dos pontos dos itens

$$IA = \frac{\text{Soma dos pontos dos itens}}{20}$$

QUADRO II

Características Relevantes	A	B	C	D	E	Valor Médio:
Soma do Valor Médio:						
Valor Intrínseco:						

FASES DA AVALIAÇÃO

1. Relacionar para cada atrativo as características relevantes, de acordo com a sua classificação.
2. A pontuação para cada uma das características relevantes, independente da sua classificação, obedecerá a escala de 1 a 4 pontos.

Critério sugerido: 4: Muito interessante; 3: interessante; 2: interesse relativo; 1: pouco interesse.

3. O valor médio de cada uma das características será obtido pelo somatório dos pontos dos avaliadores, dividido pelo número de avaliadores.

4. O valor intrínseco do atrativo será obtido pelo somatório do valor médio de cada uma das características relevantes do atrativo, em análise, dividido pelo número total de características relevantes que integram o atrativo.

Obs: Os avaliadores deverão estabelecer um valor (de 1 a 4) para cada característica relevante do atrativo, levando em consideração as informações contidas nos formulários. No caso do atrativo não possuir a característica relevante (ausência) deverá ser atribuído 0 (zero) ponto. Para facilitar os cálculos deverão ser adotados números inteiros, obedecendo aos critérios de arredondamento universal.

Anexo 6 - Metodologia 2 - Avaliação e Hierarquização de Atrativos Turísticos

A presente metodologia trata de uma adaptação da utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICATUR) para hierarquização de atrativos turísticos.

Em primeiro lugar, deve-se avaliar o Potencial de atratividade do elemento, conforme as características de peculiaridade e o interesse que ele pode despertar nos turistas. O quadro abaixo estabelece uma ordem quantitativa para priorizar o desenvolvimento desse potencial para o turismo e atribuir um valor quantitativo às suas características.

Hierarquia	Características
3 (alto)	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais.
2 (médio)	Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capaz de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.
1 (baixo)	Atrativos com algum aspecto expressivo, capaz de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capaz de motivar fluxos turísticos regionais a locais (atuais e potenciais).
0 (nenhum)	Atrativos sem méritos suficientes, mas que formam parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular.

Em segundo lugar, avaliam-se aspectos que auxiliarão na definição dessa hierarquia. Este critério permite classificar cada atrativo, de acordo com uma escala preestabelecida. Desse modo, ele fornece subsídios para a diferenciação objetiva das características e dos graus de importância de cada atrativo.

- **Grau de uso atual:** permite analisar o atual volume de fluxo turístico efetivo e sua importância para o município. Difere do grau de interesse por representar a situação atual, ao invés da potencial. Um alto grau de uso indica que o atrativo apresenta uma utilização turística efetiva.
- **Representatividade:** fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo. Quanto mais se assemelhar a outros atrativos, menos interessante ou prioritário.
- **Apoio local e comunitário:** a partir da opinião dos líderes comunitários, analisar o grau de interesse da comunidade local para o desenvolvimento e disponibilidade ao público.
- **Estado de conservação da paisagem circundante:** verificar, de acordo com observação in loco o estado de conservação da paisagem que circunda o atrativo. Neste item é analisada a ambiência do atrativo (ambiente que está em volta do atrativo).
- **Infraestrutura:** verificar, in loco, se existe infraestrutura disponível no atrativo e o estado desta.
- **Acesso:** verificar as vias de acesso existentes e as condições de uso destas.

Critérios	Valores			
Potencial de Atratividade (a)	0 Nenhum	1 Baixo	2 Médio	3 Alto
Grau de uso atual (b)	Fluxo turístico	Pequeno fluxo	Média intensidade	Grande fluxo
Representatividade (c)	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
Apoio local e comunitário (d)	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
Estado de conservação da paisagem circundante	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação singular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
Infraestrutura	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções ou melhorias	Existente e em ótimas condições
Acesso	Inexistente	Em estado precário	Necessitando de intervenções ou melhorias	Em ótimas condições
Total				

De acordo com as especificações apresentadas neste Quadro, deve ser preenchido o modelo abaixo, onde são aferidos valores para cada item dos atrativos que for avaliado.

É válido ressaltar que os itens 'Potencial de atratividade do elemento' e 'Representatividade' devem receber a pontuação em dobro, ou seja, ter peso dois, devido a significância deles, diante dos demais itens avaliados.

Por exemplo, no caso de um atrativo cuja representatividade seja rara, singular o valor atribuído a este é de 3 pontos, conforme a tabela abaixo, multiplicado pelo número dois ($3 \times 2 = 6$).

O mesmo deverá ocorrer para o item Potencial de atratividade.

Atrativos	a (valor x 2)	b	c (valor x 2)	d	e	Infra- -estrutura	Acesso	Total
Atrativos naturais								
Atrativos Culturais								
Atividades Econômicas								
Realizações Técnicas, Científicas e Artísticas								
Eventos Programados								

Por fim, somam-se os pontos obtidos e define-se o ranking de atrativos. Quanto mais pontos um determinado atrativo tiver, maior sua importância e necessidade de ser incluído nos roteiros elaborados.

Anexo 7 - Modelo de Formulário para Controle de Fluxo em Atrativos Turísticos

ATRATIVO _____ **Mês/Ano** _____ / _____

Dia	Meios de Transporte					Nº de Pessoas
	Carros	Ônibus	Motos	Vans	Outros	
1						
↕						
31						
Total						

Anexo 9 - Modelo de Formulário para Pesquisa com Comunidade Local

PESQUISA COM A COMUNIDADE DE			
ENTREVISTADOR:		DATA:	
1. Qual o bairro em que você reside? Bairro _____	1	12. Você acha que o (citar atrativo) é importante para a comunidade? 1. Sim <input type="checkbox"/> 2. Não <input type="checkbox"/> (Se não) Porque? _____	12
	2		13. Você o considera um atrativo turístico? 1. Sim <input type="checkbox"/> 2. Não <input type="checkbox"/> Porque? _____
2. Sexo do entrevistado 1. Masculino <input type="checkbox"/> 2. Feminino <input type="checkbox"/>	3	14. Você concorda que (festa, evento, atrativo, ...) poderá contribuir para o fortalecimento do Turismo Religioso na cidade? 1. Sim <input type="checkbox"/> 2. Não <input type="checkbox"/> Porque? _____	14
	4		15. Quais os benefícios que os peregrinos podem trazer à cidade? (2 opções) 1. Mais empregos _____ <input type="checkbox"/> 2. Mais renda para a cidade _____ <input type="checkbox"/> 3. Desenvolvimento turístico _____ <input type="checkbox"/> 4. Não traz nenhum benefício _____ <input type="checkbox"/> 5. Outros (especificar) _____ <input type="checkbox"/>
3. Qual sua idade? 1. 16 e 17 anos _____ <input type="checkbox"/> 2. 18 e 19 anos _____ <input type="checkbox"/> 3. 20 a 24 anos _____ <input type="checkbox"/> 4. 25 a 34 anos _____ <input type="checkbox"/> 5. 35 a 49 anos _____ <input type="checkbox"/> 6. 50 a 64 anos _____ <input type="checkbox"/> 7. Mais de 64 anos _____ <input type="checkbox"/>	5	16. Você acha que a cidade tem condições de receber turistas? 1. Sim <input type="checkbox"/> 2. Não <input type="checkbox"/> Porque? _____	
	6		17. Que melhorias devem ser feitas na cidade para receber bem os turistas? (3 opções) 1. Vias de acesso à cidade _____ <input type="checkbox"/> 2. Restaurantes _____ <input type="checkbox"/> 3. Limpeza pública _____ <input type="checkbox"/> 4. Sinalização _____ <input type="checkbox"/> 5. Recepção aos turistas _____ <input type="checkbox"/> 6. Infra-estrutura dos locais de visitação _____ <input type="checkbox"/> 7. Hospedagem _____ <input type="checkbox"/> 8. Outros _____ <input type="checkbox"/>
4. Há quanto tempo reside nesta cidade? 1. De 1 a 2 anos _____ <input type="checkbox"/> 2. De 3 a 5 anos _____ <input type="checkbox"/> 3. De 6 a 10 anos _____ <input type="checkbox"/> 4. Há mais de 10 anos _____ <input type="checkbox"/>	7	18. Qual sua sugestão para concretizar o Turismo (citar o tipo de turismo predominante) na cidade? _____ _____ _____	
5. Qual é o seu grau de escolaridade? 1. Fundamental incompleto _____ <input type="checkbox"/> 2. Fundamental completo _____ <input type="checkbox"/> 3. Ensino médio incompleto _____ <input type="checkbox"/> 4. Ensino médio completo _____ <input type="checkbox"/> 5. Superior incompleto _____ <input type="checkbox"/> 6. Superior completo _____ <input type="checkbox"/> 7. Pós graduação _____ <input type="checkbox"/>	8		19. O que você pode fazer para ajudar nesse processo? _____ _____ _____
6. A qual denominação religiosa você pertence? _____	9		
7. Você já visitou o(evento atrativo, ...) 1. Sim <input type="checkbox"/> 2. Não <input type="checkbox"/>	10		
8. Com que frequência vai ao (atrativo, evento)? _____ vezes por ano	11		
9. Você sabe quando é realizada a (evento que está sendo avaliado). (Dia/mês) _____			
10. O que (este evento, atrativo,) significa pra você? _____ _____			
11. Você acha que os residentes da cidade têm Interesse pelo (atrativo, evento, ...)? 1. Sim <input type="checkbox"/> 2. Não <input type="checkbox"/> → Porque? _____			

Elaborado por: Gilce Zelinda Battistuz/Estatística.

Anexo 10 - Modelo de Formulário para Estudos de Demanda em Eventos

NOME DA FESTA.....			
ENTREVISTADOR:	DATA:	LOCAL DA ENTREVISTA:	
1. Qual a sua residência permanente? Cidade _____ Estado _____ País _____	1	11. Quantos dias você visita/visitou o Evento? _____	11
2. Qual seu tempo de permanência nesta cidade? horas _____ dias _____	2	12. Retornaria no próximo ano? 1. Sim <input type="checkbox"/> 2. Não <input type="checkbox"/> 3. Talvez <input type="checkbox"/>	12
3. Qual o meio de hospedagem utilizado na cidade? 1. Hotel / Hospedaria <input type="checkbox"/> 2. Casa de Parentes / Amigos <input type="checkbox"/> 3. Outro (especifique) _____ <input type="checkbox"/>	3	13. Quantas pessoas incluindo você estão visitando o evento? 1. Só _____ <input type="text"/> 2. Em grupo _____ <input type="text"/> 3. Com família _____ <input type="text"/> 4. Em excursão _____ <input type="text"/>	13
4. Visitou algum atrativo turístico, cite-os: _____ _____ Qualifique: Ruim <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/>	4	14. Qual o gasto efetuado na cidade? \$ _____ Quantas pessoas estão incluídas no gasto acima, ___	14
5. Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento? 1. Automóvel <input type="checkbox"/> 2. Ônibus _____ <input type="checkbox"/> 3. Moto _____ <input type="checkbox"/> 4. Outro (especifique) _____ <input type="checkbox"/>	5	15. Qualifique o local do Evento, quanto a: Ruim Regular Bom 1. Área de vendas _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 2. Atendimento dos expositores _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 3. Disposição dos estandes/espacos _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 4. Local de realização das palestras _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 5. Qualidade das palestras _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 6. Variedade de atrações _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 7. Sinalização e informações _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 8. Praticas Sociais _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 9. Organização do Evento _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 10. Estacionamentos _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 11. Segurança _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 12. Serviços de alimentação _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 13. Área sanitária _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 14. Limpeza em geral _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	15
6. Sexo do entrevistado 1. Masculino <input type="checkbox"/> 2. Feminino <input type="checkbox"/>	6	16. Utilizou a infraestrutura geral do município? Caso afirmativo qualifique: Ruim Regular Bom 1. Comércio em Geral _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 2. Restaurantes _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 3. Limpeza _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 4. Segurança _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 5. Sinalização _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 6. Serviços de Hospedagem _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	16
7. Qual sua idade? 1. Menor de 18 _____ 0 5. 35 a 49 _____ 0 2. 18 e 19 _____ 0 6. 50 a 64 _____ 0 3. 20 a 24 _____ 0 7. Mais de 64 _____ 0 4. 25 a 34 _____ 0	7	17. Qual sua ocupação principal? _____	17
8. Qual o motivo que o trouxe a este evento? 1. O próprio evento _____ <input type="checkbox"/> 2. Palestras/apresentações _____ <input type="checkbox"/> 3. Compras (comércio geral) _____ <input type="checkbox"/> 4. Outro (especifique) _____ <input type="checkbox"/>	8	18. Qual sua renda bruta individual mensal? \$ _____ Moeda: _____	18
9. Esta é a 1ª vez que você vem a este evento? 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim <input type="checkbox"/> Como tomou conhecimento (tipo de propaganda) _____	9	19. Sugestões: _____ _____ _____	19
10. Este ano você viu/ouviu propaganda sobre o Evento, em qual meio de comunicação? 1. Rádio _____ <input type="checkbox"/> 2. Televisão _____ <input type="checkbox"/> 3. Jornal _____ <input type="checkbox"/> 4. Cartazes _____ <input type="checkbox"/> 5. Outro (especifique) _____ <input type="checkbox"/>	10		

Elaborado por: Gilce Zelinda Battistuz/Estatística

FICHA TÉCNICA

Coordenação

Deise Maria Fernandes Bezerra

Elaboração

Deise Maria Fernandes Bezerra

Lucas Lisboa Masiero

Colaboração

Alessandra Giselle Rosa de Paula

Ary Talamini Junior

Cleusa Maria Markowicz

Evandro da Silva Pinheiro

Coordenação Gráfica

Maria Regina Monticelli

Arte Gráfica

Ana Roviero