

Orientação para Gestão Municipal do Turismo



FICHA TÉCNICA

PRESIDENTE PARANÁ TURISMO

João Jacob Mehl

DIRETORA TÉCNICA

Isabella Tioqueta

COORDENAÇÃO TÉCNICA

Alessandra de Paula Xavier

EQUIPE DE DESENVOLVIMENTO

Nadia Giannini

Vanessa Lubacheski

Gabriela Pereira Cunha

Felipe Lazoski

COORDENAÇÃO GRÁFICA

Maria Regina Monticelli

EQUIPE DE DESENVOLVIMENTO GRAFICO

Fábio Baltar Auffinger



Ilustrações adquiridas através de um banco de imagens gratuito.
Disponível em: <<https://storyset.com>>Illustration by Freepik Storyset

CURITIBA
2021

CONTEÚDO

INTRODUÇÃO.....	4
GESTÃO DO TURISMO.....	6
O que envolve o Turismo?	6
Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Turismo	8
Planejamento e gestão.....	15
A GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO	17
1. BRASIL	17
Ministério do Turismo	17
Plano Nacional de Turismo	18
Lei Geral do Turismo.....	18
2. PARANÁ	18
Secretaria de Estado do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo (Sedest)	18
Paraná Turismo.....	19
Política Estadual de Turismo.....	19
Plano Estadual de Turismo - Paraná Turístico 2026	20
Regionalização do Turismo.....	22
GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO.....	30
1. COMO O TURISMO SE ORGANIZA NO MUNICÍPIO	31
Órgão Oficial de Turismo - OOT.....	32
Conselho Municipal de Turismo - CMT	33
Fundo Municipal de Turismo - FMT.....	37
Inventário do Turismo Municipal.....	38
Plano Municipal de Turismo	41
2. INCENTIVOS AO TURISMO	43
Cadastur.....	44
Educação para o Turismo	45
3. RECURSOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO.....	47
Projetos Turísticos.....	47
Linhas de financiamento do MTUR	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS	51
GLOSSÁRIO.....	52
ANEXOS.....	63
Anexo 1 - Modelo de Regulamento do Órgão Municipal de Turismo	64
Anexo 2 - Modelo de Lei de Criação do Conselho	69
Anexo 3 - Modelo de Regimento Interno do Conselho Municipal de Turismo	70
Anexo 4 - Modelo de Criação do Fundo Municipal de Turismo	77

INTRODUÇÃO

O turismo se apresenta como **oportunidade de desenvolvimento** para as diversas regiões de todo o estado do Paraná. A atividade caracteriza-se como um **excelente modelo de inovação em negócios** alinhado com o plano de governo, que tem também uma visão orientada para transformar o turismo no estado. **O Paraná é o 2º estado com o maior crescimento turístico do Brasil**, tendo apresentado um **aumento de 5,4% no setor** no mês de outubro de 2019. Já no ano de 2020 a pandemia atingiu o turismo de forma bastante drástica, o que apresenta uma preocupação por um lado, porém uma oportunidade por outro.

De acordo com 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 maior conservação do patrimônio, regulamentação do setor, incentivos ao desenvolvimento sustentável da atividade, alcance de novos mercados, 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 e 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 2018 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 21,71% do provém da agricultura, outros 42,96% derivam da indústria e os restantes 35,19% 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 (74,92%) 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 124 mil empregos formais na atividade, sendo 63,14% em alimentos & bebidas, 16,01% em alojamentos e 10,45% em transporte terrestre.

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, bem como o envolvimento de todos os atores interessados.

Planejado de forma ordenada, e observando a realidade e as características de cada local o Turismo tem potencial para promover o desenvolvimento socioeconômico e melhorar a qualidade de vida dos residentes, por meio da geração de emprego e renda, dinamizando potencialidades econômicas já existentes, promovendo a inclusão social e possibilitando a melhoria no IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal. Além disso, o turismo pode contribuir na preservação e manutenção das áreas verdes, além de divulgar e ressaltar a cultura local. Isso é viável quando existe um planejamento **ADEQUADO, INTEGRADO E PARTICIPATIVO**, buscando o **desenvolvimento sustentável** da atividade.

A execução das políticas públicas de turismo de âmbito nacional e estadual é materializada nos municípios, ou seja, 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 para o desenvolvimento da atividade**. Por isso esse documento apresenta uma série de orientações e sugestões para a gestão municipal do turismo, um glossário com os termos mais recorrentes e utilizados na atividade turística, seguido, ao final, de anexos que podem auxiliar o papel do gestor no município. Assim, esperamos contribuir para uma gestão eficiente, oferecendo informações e dados para a formação de dirigentes capacitados, mas lembrando sempre a importância de conhecer e observar a realidade de cada local, adequando as ações para um desenvolvimento sustentável.



GESTÃO DO TURISMO

De maneira geral, a gestão é a forma de se administrar negócios públicos e privados. Ela envolve um conjunto de princípios, normas e funções que tem o objetivo de ordenar atividades e controlar a sua produtividade e eficiência, e busca obter resultados efetivos, sobretudo baseada no elemento humano. Neste documento, veremos o que é necessário um dirigente municipal de Turismo saber e fazer para assegurar uma gestão eficaz da atividade Turística.

O que envolve o Turismo?

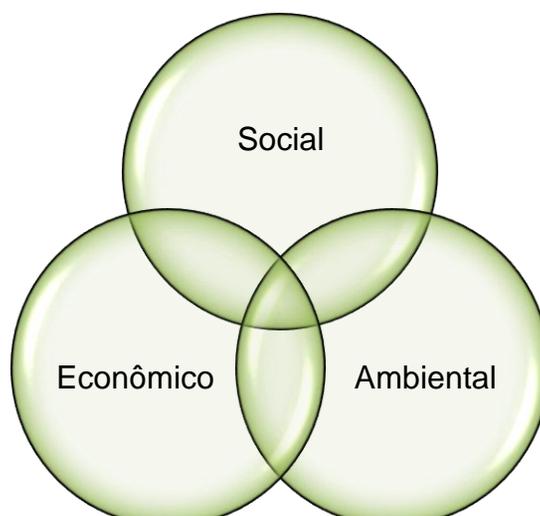
De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), o Turismo compreende:

"As atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. É uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações de compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo" (Organização Mundial de Turismo, 2008).

Esse conceito é o mesmo adotado oficialmente pelo Ministério do Turismo que entende o turismo como:

"Conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu habitat natural por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros. (Fonte: Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 2. MTur, 2007)

O turismo como dispositivo de transformação, tem que ser planejado de forma sustentável, para que não traga consequências negativas, ou para que os impactos negativos sejam minimizados. Tradicionalmente o desenvolvimento implicava apenas na questão econômica, porém atualmente a sustentabilidade inclui uma preocupação com o impacto das decisões em todos os âmbitos, social, econômico e ambiental:



FONTE: Elaboração própria, 2021.

O Turismo, quando planejado e organizado de maneira sustentável, pode gerar impactos econômicos, sociais e ambientais positivos, como:

ECONÔMICOS
Potencial para novos investimentos;
Aumento na arrecadação de impostos e geração de renda;
Indução de desenvolvimento e crescimento;
Atração de investimentos externos;
Geração de empregos e renda;
Incentivo a melhorias de infraestrutura local para população;
Melhora padrões de qualidade para produtos e serviços;
Fornecer suporte para programas de desenvolvimento público e privado;
Melhora na imagem do destino.

FONTE: Elaboração própria, 2021.

SOCIAIS
Valorização de comunidades;
Respeito às culturas e tradições locais;
Conservação da cultura e de locais históricos, e resgate da memória;
Melhoria na qualidade de vida da população local, criando opções de lazer, cultura e esportes;
Inclusão social.

AMBIENTAIS
Preservação do meio ambiente, contribuindo para a criação de áreas protegidas e entidades de proteção ambiental;
Pode amenizar o consumo insustentável, a poluição e o desperdício; apoiando a educação ambiental
Uso dos recursos naturais de modo sustentável.

FONTE: Elaboração própria, 2021.

O desenvolvimento e a sustentabilidade do turismo devem ser levados em consideração no desenvolvimento das políticas públicas. Pensando nos impactos que as decisões atuais têm na qualidade de vida das gerações futuras, órgãos como a ONU e seus parceiros estão trabalhando para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. São 17 objetivos que abordam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados por pessoas no Brasil e no mundo. Estes são os objetivos para os quais as Nações Unidas estão contribuindo a fim de que possamos atingir a Agenda 2030 no Brasil.



Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Turismo

Como o turismo pode contribuir para os ODS

ODS	POSSIBILIDADES DO TURISMO
<p>1 ERRADICAR A POBREZA</p> 	Gerar receitas pela criação de postos de trabalho locais e nas comunidades.
<p>2 ERRADICAR A FOME</p> 	Estimular produção agrícola local e sustentável, promovendo a promoção e suprimento para os equipamentos (hotéis, etc).
<p>3 SAÚDE DE QUALIDADE</p> 	Impostos do turismo podem ser utilizados para investimento em saúde e outros serviços.
<p>4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE</p> 	O turismo tem o potencial para promover inclusão.
<p>5 IGUALDADE DE GÊNERO</p> 	Potencial de empoderamento e independência de mulheres, principalmente pela geração de emprego e renda.
<p>6 ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO</p> 	O investimento em turismo pode ter papel crítico para alcançar o acesso à água e segurança.
<p>7 ENERGIAS RENOVÁVEIS E ACESSÍVEIS</p> 	Como o setor que tem alto índice de uso de energia, o turismo pode acelerar a troca para energias renováveis e acessíveis.
<p>8 TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÔMICO</p> 	Como comércio de serviços, o turismo é um dos quatro principais exportadores de trabalhadores a nível global.

<p>9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA</p> 	<p>O desenvolvimento do turismo depende de uma boa infraestrutura pública e privada.</p>
<p>10 REDUZIR AS DESIGUALDADES</p> 	<p>O turismo pode ser uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento da comunidade, reduzindo as desigualdades e envolvendo populações locais.</p>
<p>11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS</p> 	<p>O turismo pode avançar a infraestrutura e acessibilidade urbana, e promover a regeneração e preservação do patrimônio cultural e natural.</p>
<p>12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS</p> 	<p>O setor de turismo precisa adotar modos de consumo e produção sustentáveis, acelerando a mudança em direção à sustentabilidade.</p>
<p>13 AÇÃO CLIMÁTICA</p> 	<p>O turismo contribui e é afetado pelas mudanças climáticas.</p>
<p>14 PROTEGER A VIDA MARINHA</p> 	<p>O turismo costeiro e marítimo depende de ecossistemas marinhos saudáveis.</p>
<p>15 PROTEGER A VIDA TERRESTRE</p> 	<p>Rica biodiversidade e patrimônio natural são frequentemente as principais motivações dos turistas.</p>
<p>16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES</p> 	<p>O setor pode promover a tolerância e a compreensão multicultural e inter-religiosa, lançando as bases para sociedades mais pacíficas. O turismo, que beneficia e envolve as comunidades locais, também pode consolidar a paz em sociedades pós-conflito.</p>
<p>17 PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS</p> 	<p>Devido à sua natureza intersetorial, o turismo tem a capacidade de fortalecer parcerias público-privadas.</p>

Fonte: Elaboração própria, adaptado de: Tourism for SDGs. Disponível em: <http://tourism4sdgs.org/>



FONTE: Elaboração própria, adaptado de: Tourism for SDGS. <http://tourism4sdgs.org/>

SAIBA MAIS

Turismo e os ODS. Como o turismo pode contribuir para os ODS. Mtur, 2019.

Disponível em:

<http://antigo.turismo.gov.br/images/pdf/Publica%C3%A7%C3%B5es/2020/Turismo-e-os-Objetivos-de-Desenvolvimento-Sustent%C3%A1vel-Final-WEB.PDF>

Ainda, para entender melhor a atividade precisamos conhecer seus principais elementos. Sendo assim, podemos dizer que o Turismo envolve ao menos: deslocamento, atores ou agentes, oferta, demanda e motivação.

A) Deslocamento

O **deslocamento** ocorre entre um núcleo emissor (local de residência dos turistas) e um núcleo receptor (local de destino dos turistas). Normalmente, os turistas são 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

Quando as pessoas circulam dentro do próprio município em que 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 no turismo 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. Ele depende do funcionamento conjunto de quatro grupos principais: **o poder público (nacional, estadual ou municipal), a iniciativa privada, a sociedade civil organizada, e a comunidade local**. Além disso, temos **os turistas** que também têm interesses e responsabilidades, e se beneficiam diretamente da atividade. Cada parte tem um papel determinante a cumprir para fazer com que o sistema turístico atenda às expectativas dos visitantes e traga resultados positivos para o município e sua comunidade:

O gestor do poder público funciona como o cérebro do sistema. Cabe ao setor público fomentar propostas de desenvolvimento turístico, regular e monitorar a atuação do resto do corpo - empresariado, profissionais e comunidade. O órgão mais importante nessa área no nível federal é o Ministério do Turismo (Mtur). No nível estadual temos a Secretaria de Desenvolvimento Sustentável e do Turismo (Sedest), junto com a autarquia diretamente responsável, a Paraná Turismo. Seguindo diretriz de política de regionalização, a nível regional temos as Instâncias de Governança (IGR), que podem assumir diversos formatos, como veremos mais adiante. No município quem atua são as secretarias de Turismo e/ou departamentos, divisões, entre outras. Também é dever do Governo cuidar da infraestrutura local (transporte público, saneamento, segurança etc.) - serviços essenciais que apoiam o desenvolvimento do turismo.

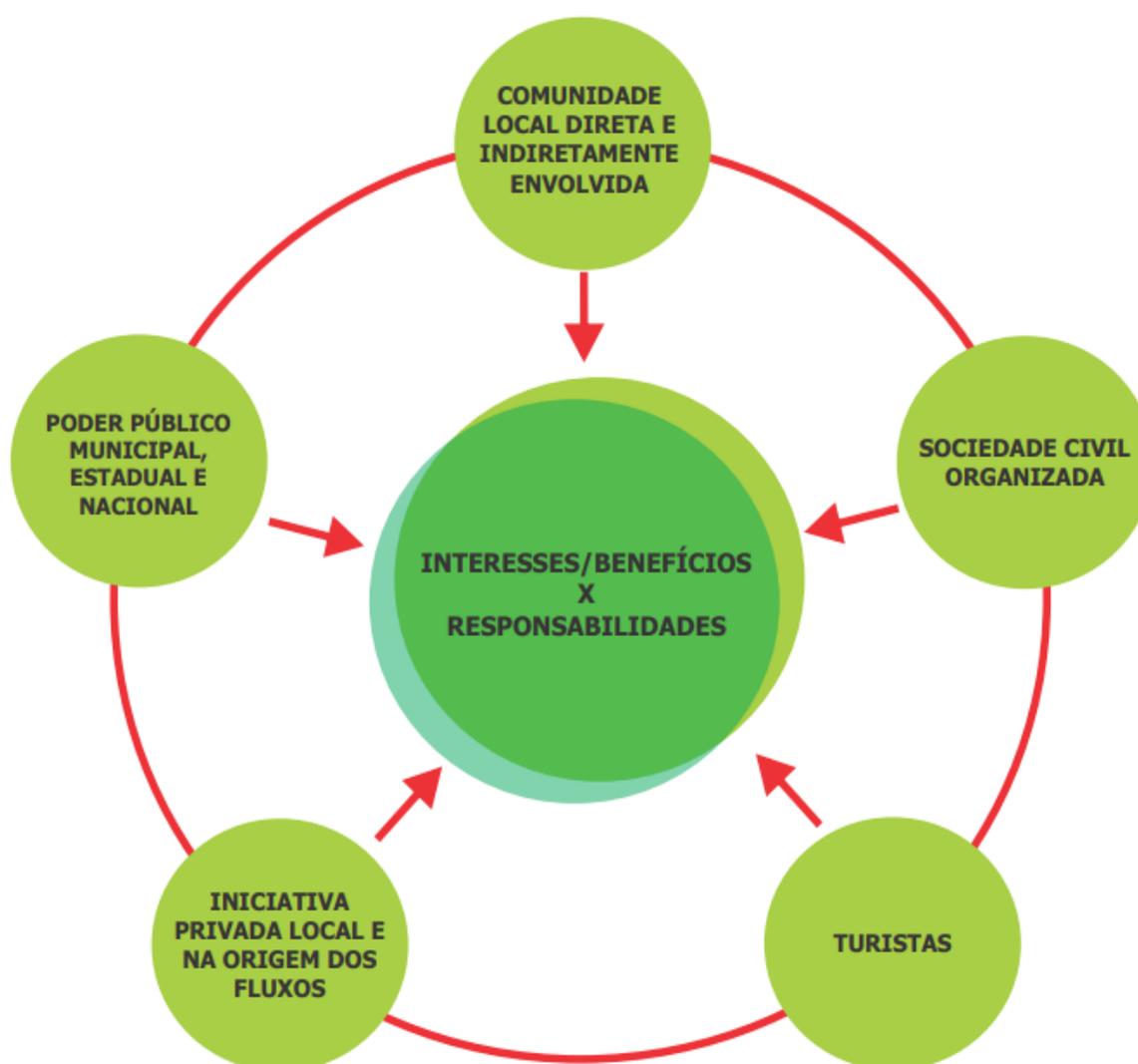
A iniciativa privada, ou empresariado é o coração do sistema turístico, injetando investimentos para que o Turismo se desenvolva. Este grupo é responsável pelos empregos do Turismo, e deve se preocupar em oferecer serviços de qualidade e inovadores. É o caso dos hotéis, agências de Turismo, restaurantes, transportadoras e atrativos de lazer e entretenimento. Já os **profissionais de turismo** que atuam nas 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.

A sociedade civil organizada ou terceiro setor, são entidades importantes para o bom funcionamento do sistema turístico e dão apoio para os demais agentes, como os profissionais autônomos do turismo, o empresariado, turistas e até a própria comunidade. Podem assumir diversos formatos como: Organização Não Governamental (ONGs), Associações de Classe, Entidades Representativas, Instituições de Ensino Superior, Sistema S etc.

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 e 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, e cultura, 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 as células do sistema turístico.

Atores envolvidos no turismo:



FONTE: Paraná Turístico 2026, 2016.

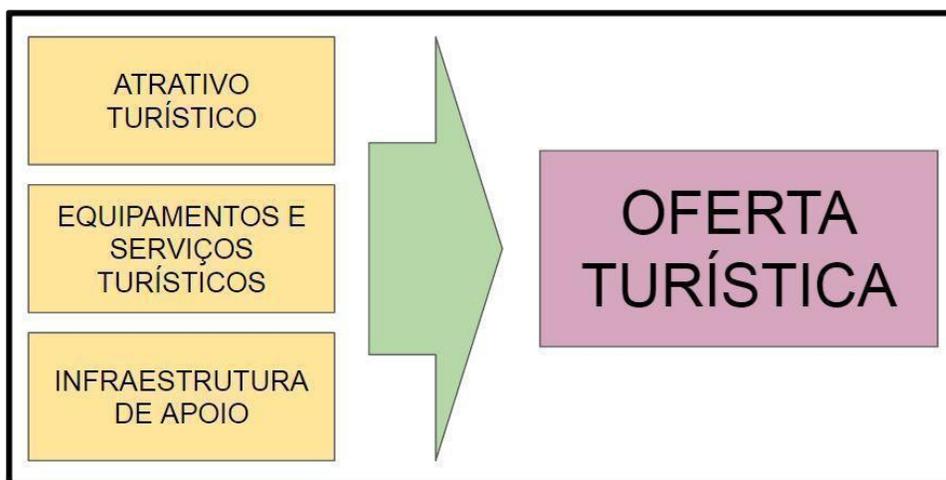
É importante que representantes de todos esses grupos, e ainda outros que tenham atuação, interesses, benefícios ou responsabilidades em determinados locais, façam parte de uma governança como as IGRs, Fóruns ou Conselhos e trabalhem em conjunto, buscando o bem comum e a sustentabilidade nas ações relacionadas direta ou indiretamente ao turismo.

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.

C) Oferta Turística

O conjunto formado pelos atrativos, equipamentos e serviços turísticos, juntamente com a infraestrutura de apoio ao Turismo recebe o nome de **Oferta Turística**. É esta oferta que vai atrair os visitantes ao município e possibilitar sua permanência.



FONTE: Orientação para Gestão Municipal do Turismo. Guia Prático. Paraná Turismo, 2017.

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. A fim de melhor entender esse público podemos dividir a demanda entre os seguintes tipos:

- **Demanda Turística:** conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, estão motivados a consumir uma série de produtos ou serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias. (MTur, 2010).
- **Demanda Potencial:** todos que têm perfil para consumir os produtos turísticos do destino, porém que não viajam por motivos diversos (falta de tempo, falta de disponibilidade financeira, falta de conhecimento do destino etc) (MTur, 2010).

- **Demanda Real:** número de pessoas que efetivamente viajam para um destino ou localidade. (MTur, 2010).

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 qual a vocação de nosso município, conhecer a nossa oferta e o que podemos oferecer à nossa demanda.

Diferentes motivações turísticas dão origem a novos nichos de mercado. Nesse sentido, a segmentação busca detectar aquilo que o turista ou a comunidade buscam no turismo do município ou região para trabalhar esses nichos específicos e 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.

LEMBRETE

O turista escolhe primeiro o destino que mais lhe agrada, depois ele vai escolher o hotel, o transporte etc. E nesse processo considera distâncias, preços, facilidades de acesso e de consumo na hora de decidir sua viagem. Por isso a motivação é o principal determinante na escolha, mas questão de infraestrutura é também muito importante. Propriedades rurais, por exemplo, podem se tornar atrativos e também servir de infraestrutura, se transformando em hotéis, pousadas ou restaurantes.

Além disso, as infra estruturas, 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 a escolha do destino:

- 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;

- Segurança pública e sanitária;
- Uso de novas tecnologias.

LEMBRETE

É possível consultar os termos utilizados (como atrativo, equipamento, demanda etc.) no glossário, ao final da apostila.

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.

É ainda 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, saúde, entre outros. Por isso deve-se buscar um trabalho em parceria com todas as organizações que nelas atuam, quer sejam governamentais ou não-governamentais, orientando-se pelos objetivos de desenvolvimento sustentável.

Planejamento e gestão

O planejamento, gestão e controle do destino turístico já são reconhecidos como parte importante do desenvolvimento local e regional. Para uma gestão eficaz não podemos esquecer que ela é um processo, que não se resume somente a etapa de planejamento, nem a realização de negócios ou estruturas organizacionais, por exemplo. A gestão envolve, sobretudo, as pessoas envolvidas direta ou indiretamente no processo e é composto das seguintes etapas: planejamento, implementação, desenvolvimento, controle e avaliação das atividades turísticas.

Vejam a seguir breves explicações dessas etapas, lembrando que se tratam de orientações gerais, mas para a gestão é necessário observar a realidade de cada local, envolvendo todos os atores interessados.

- **Planejamento ou organização** : o planejamento é um trabalho de preparação para qualquer gestão. Em suas diferentes etapas surgem documentos como planos, programas e projetos com objetivos definidos para a sua implantação prática.
- **Implementação ou Operacionalização**: inclui estabelecer uma Estrutura Organizacional que permita uma melhor otimização das ações, com organograma, funções, recursos humanos etc. Fazer funcionar de forma gerencial e executiva.
- **Execução e desenvolvimento**: dar funcionamento à Estrutura Organizacional. Cumprir e realizar ações e atividades.
- **Controle e avaliação**: estabelecer formas de acompanhamento das ações/atividades. Determinar a valia das ações/atividades realizadas, através de programa avaliatório.

Além disso, 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. Sendo assim, o conhecimento e articulação com os diferentes níveis de gestão, como regional, estadual e federal, como também com os distintos setores da economia e da sociedade e com os atores envolvidos direta e indiretamente no setor é fundamental.



A GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO

SAIBA MAIS

Acesse os sites:

Ministério do Turismo: www.turismo.gov.br

Paraná Turismo: www.turismo.pr.gov.br

1. BRASIL

Ministério do Turismo

O Órgão Oficial de Turismo (OOT) em âmbito nacional é o **Ministério do Turismo (MTur)**, que foi instituído em 2003, e tem como objetivo desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável e auxiliar na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social e inovação na condução de políticas públicas.

Além do MTur temos a **Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo)**, cuja atuação concentra-se na promoção, no marketing e no apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. Em 2019, com a publicação da Medida Provisória 907, a Embratur ganhou orçamento próprio e transformou-se em Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo com status de Serviço Social Autônomo.

SAIBA MAIS

Acesse: <https://embratur.com.br/>

No nível nacional ressalta-se ainda o **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, de instituições públicas e entidades privadas do setor em âmbito nacional.

Além disso temos o **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.

SAIBA MAIS

Conheça os membros do Conselho Nacional. Pode ser útil na hora de montar seu conselho municipal. Acesse:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/composicao/conselho-nacional-de-turismo>

Plano Nacional de Turismo

O **Plano Nacional de Turismo (PNT)** 2018-2022 é o instrumento que estabelece diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo. O objetivo principal desse documento é ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo.

O PNT foi elaborado de forma coletiva, com o apoio das áreas técnicas do Ministério do Turismo, Embratur e agentes públicos e privados, por meio da Câmara Temática do Plano Nacional de Turismo, constituída dentro do Conselho Nacional de Turismo. Esse documento espelha os anseios do setor e do cidadão que consome turismo. Neste contexto, o conjunto de medidas propostas neste documento contribui para consolidar o turismo como um eixo estratégico efetivo de desenvolvimento econômico do país.

SAIBA MAIS

Acesse o Plano Nacional de Turismo:

http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/PNT_2018-2022.pdf

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). **Essa lei define 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. 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.

SAIBA MAIS

Acesse a Lei Geral do Turismo:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm

2. PARANÁ

Secretaria de Estado do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo (Sedest)

A Lei nº 19.848/19 prevê a reforma administrativa nas secretarias de Estado, com isso, a Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMA) passou a se chamar: Secretaria de Estado do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo (Sedest).

A Sedest tem por finalidade formular, coordenar, executar e desenvolver políticas de proteção, conservação e restauração do patrimônio natural, bem como gerenciamento de recursos hídricos, saneamento ambiental, resíduos sólidos, gestão territorial, política agrária, fundiária, mineral e geológica. Além da implantação de política de turismo, visando o desenvolvimento sustentável do Estado do Paraná, de responsabilidade da Paraná Turismo.

SAIBA MAIS

Acesse: <http://www.sedest.pr.gov.br/>

Paraná Turismo

A Paraná Turismo é uma autarquia estadual, vinculada à Secretaria de Estado do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo (Sedest) que tem por objetivo executar a Política Estadual de Turismo (**Lei nº 15973/2008**) seguindo as orientações do Plano Plurianual (PPA) e do Plano Estadual de Turismo - **Paraná Turístico 2026**.

Pretende-se assim, contribuir com a geração de empreendimentos, empregos, melhoria na qualidade de vida da população residente e satisfação dos que visitam o Paraná, promovendo o desenvolvimento turístico do Estado.

No estado, 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.

Além disso, principal diretriz do turismo no Paraná: a Política Estadual de Turismo (Lei nº 15.973/2008) gerou o Plano Estadual de Turismo - Paraná Turístico 2026, documento fundamental para a gestão atual do turismo.

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, com o objetivo de consolidar o estado como destino turístico, proporcionando a inclusão social de sua população. A partir dos princípios e estratégias da política, que podem ser observados na figura a seguir, foi estabelecido o Plano Estadual de Turismo – Paraná Turístico 2026, cujos principais pontos estão também destacados posteriormente.

A A POLÍTICA DE TURISMO DO PARANÁ (LEI Nº 15.973/2008)

COM SEUS PRINCÍPIOS E EIXOS ESTRATÉGICOS



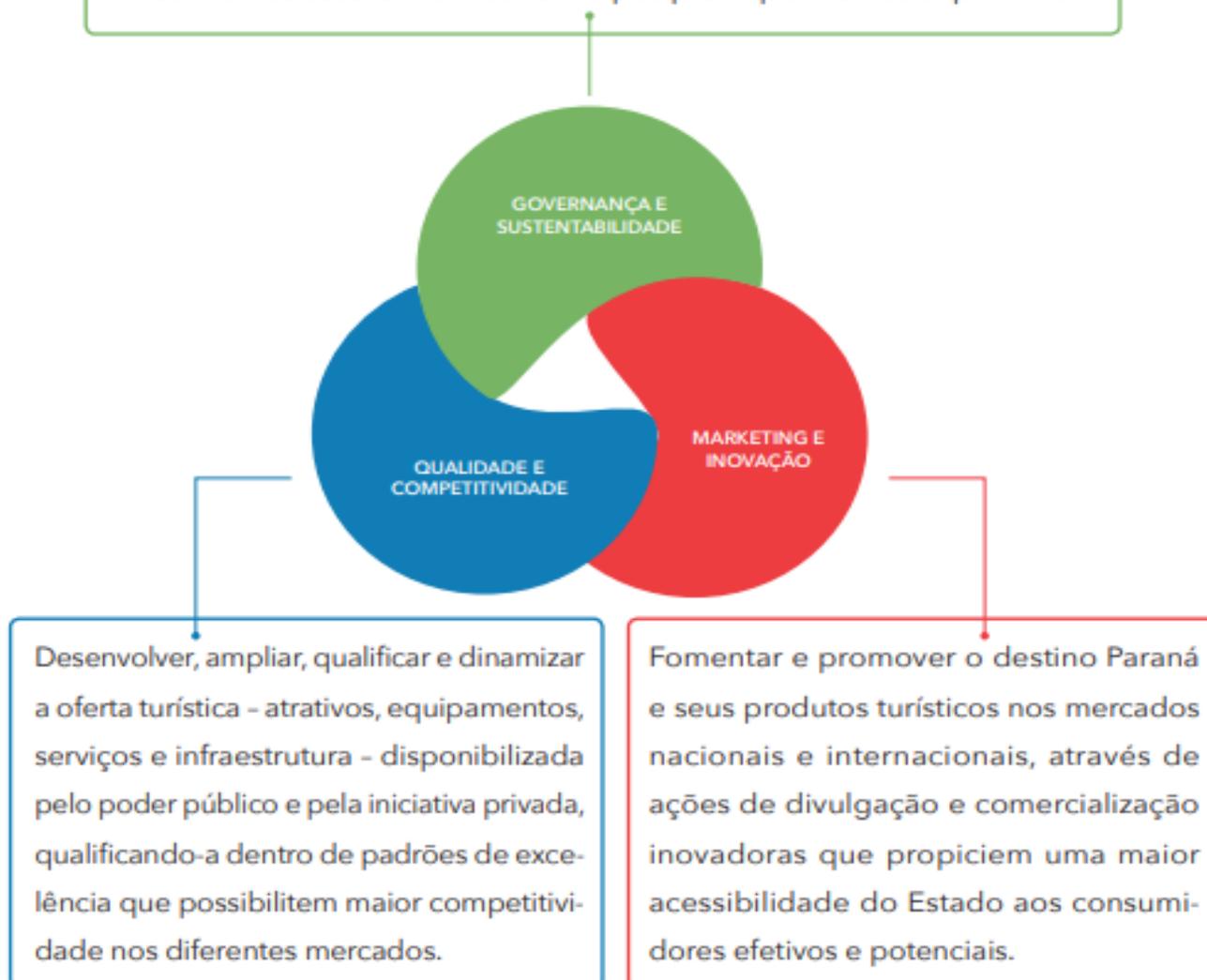
FONTE: Paraná Turístico 2026, 2016.

Plano Estadual de Turismo - Paraná Turístico 2026

No ano da comemoração do Centenário do Turismo no Paraná (2016) foi lançado o Masterplan com o direcionamento estratégico **Paraná Turístico 2026: Pacto para um destino inteligente**. O plano delimita como seus eixos estratégicos a governança e sustentabilidade; qualidade e competitividade; e marketing e inovação.

O desenvolvimento do Turismo no Paraná no horizonte de 2016 à 2026, se orienta, portanto, pelos 3 eixos estratégicos de ação, definidos com base na Política Estadual de Turismo e na análise de diversos documentos relacionados ao tema, entendendo que tais eixos possuem transversalidades e complementaridades entre si.

Desenvolver o turismo por meio de um planejamento estratégico e integrado, articulado e incorporado às políticas dos vários setores interdependentes, compatibilizando-o às questões federais, macrorregionais, estaduais e municipais e disseminando-o como uma atividade que contribui para o desenvolvimento econômico e social, a conservação ambiental, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos existentes, incentivando investimentos baseados em estudos e pesquisas quantitativas e qualitativas.



Paralelo aos eixos estratégicos também foram definidos os seguintes enfoques e temas balizadores do processo de construção do Paraná Turístico 2026:

- **TERRITORIAL** - enfoque regional e de ambiente positivo para negócios.
- **EXCELÊNCIA** - enfoque nas pessoas físicas e jurídicas;
- **POSICIONAMENTO** - enfoque nos destinos e produtos;
- **SUSTENTABILIDADE** - enfoque na mobilização, articulação, integração e gestão.

FONTE: Paraná Turístico 2026, 2016.

Além disso, o Plano está alicerçado no capital humano qualificado, na modernização pública e privada, no uso adequado das tecnologias de informação e comunicação, na excelência ambiental e cultural e na governança colaborativa e pactuada pelos atores locais; com o turismo posicionado como atividade econômica estratégica e sustentável, promotora da qualidade de vida

de seus habitantes. Isso com o objetivo de firmar no estado um pacto para um destino inteligente.



FONTE: Paraná Turístico 2026, 2016.

SAIBA MAIS

Acesse o Plano completo em:

http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/PLANO_PARANATURISTICO_2026.pdf

Regionalização do Turismo

Seguindo os princípios da Política Estadual (Lei nº 15.973/2008) a regionalização do turismo é um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, baseada nas diretrizes de flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões.

Por meio do **Programa de Regionalização do Turismo (PRT)**, os municípios são incentivados a um trabalho conjunto de estruturação e promoção, em que cada peculiaridade local pode ser contemplada, valorizada e integrada num mercado mais abrangente.

O 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.

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 Geral do Turismo, 11.771, de 17 de setembro de 2008.

Assim, para efetiva implementação do PRT foram instituídos os módulos operacionais de:

- 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.

Destaca-se como um dos principais eixos de atuação do PRT a gestão descentralizada do turismo. A descentralização do processo decisório é condição básica na implementação do Programa de Regionalização do Turismo. Dentro disso, definir as competências de cada um no processo torna-se fundamental a fim de garantir e otimizar a participação de todos. Assim, esse processo de integração de uma região turística será resultado da criação de parcerias estratégicas e da gestão integrada e descentralizada de programas e projetos que possibilitem a cada região e municípios compartilhar alternativas de desenvolvimento em conjunto, mas respeitando suas realidades e especificidades.

MODELO DE GESTÃO DESCENTRALIZADA DO TURISMO



SAIBA MAIS

Sobre o PRT consulte o documento Introdução à Regionalização do Turismo. Acesse: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/introducao_a_regionalizacao_do_turismo.pdf

O princípio da descentralização requer a institucionalização de uma **Instância de Governança Regional (IGR)** para poder integrar e coordenar as ações regionais. Cada região turística deverá buscar sua autogestão em relação às diretrizes do seu desenvolvimento, bem como mobilizar o conhecimento e os interesses existentes entre os diferentes atores que atuam em torno da atividade turística em cada região.

O que são Instâncias de Governança Regionais

A Instância de Governança Regional (IGR) é uma organização social que conta com a participação de representações do poder público, da sociedade civil organizada e de entidades empresariais vinculadas ao turismo em determinado município, com o papel de coordenar o PRT em âmbito regional. Assim, as Instâncias de Governança constituem-se em **espaços de articulação e de proposição, análise e monitoramento de políticas, planos e projetos** na área do turismo.

As IGRs desempenham um papel estratégico e inovador ao representar a nova esfera pública, devendo, entre outros:

- Assegurar espaços para a articulação de atores públicos, privados, sociais e do terceiro setor;
- Ser um fórum para a proposição, análise, coordenação e monitoramento de políticas, planos, projetos e ações na busca do desenvolvimento do turismo sustentável;
- Reforçar a capacidade dos grupos para lidar com seus problemas e oportunidades, objetivos e metas, e mobilizar e gerenciar seus recursos;
- Organizar grupos de interesses comuns, podendo ser privados, públicos ou mesmo parcerias público-privadas;
- Articular decisões de forma coletiva, tornando sua gestão colaborativa, participativa e, principalmente, compartilhada.
- Fortalecer seu papel de coordenação do Programa de Regionalização do Turismo,



É importante salientar que as IGRs não substituem a gestão municipal e a necessidade de órgãos como os Fóruns e Conselhos Municipais de Turismo, mas somam-se a esses juntamente no sentido de buscar as convergências e transversalidades das políticas municipais para tratá-las no âmbito regional, integrando os esforços locais e sua orientação na busca do fortalecimento turístico regional e no aumento da sua competitividade e dos resultados econômicos, sociais e ambientais.

A institucionalização da Regionalização está abrigada no Programa Nacional do Ministério do Turismo, onde estão previstas as seguintes estratégias:

1. Mapeamento – define o território a ser trabalhado por cada IGR. O Mapa do Turismo Brasileiro é a base territorial de atuação dessa política para o desenvolvimento do turismo;

O Mapa é o instrumento do Programa de Regionalização do Turismo que orienta a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas. É o Mapa do Turismo Brasileiro que define a área - o recorte territorial - que deve ser trabalhada prioritariamente pelo Ministério. Ele é atualizado bienalmente. Os municípios que o compõem são indicados pelos órgãos estaduais de turismo em conjunto com as instâncias de governança regional, a partir de critérios construídos em conjunto com Ministério do Turismo, e podem ser:

- Oferta Principal: Município que concentra os principais serviços e atrativos da região, e/ou o maior fluxo. É possível que exista mais de um município que detenha a oferta principal da região.
- Oferta Complementar: Complementam a oferta da região, possuindo algum fluxo de turistas. Uma região pode apresentar um ou mais municípios de oferta complementar.
- Oferta de Apoio à Atividade Turística: Município que não tem fluxo turístico expressivo, mas se beneficia da atividade turística, fornecendo mão-de-obra, serviços, equipamentos turísticos ou produtos associados ao turismo.

SAIBA MAIS

Confira o mapa em: <http://dados.turismo.gov.br/mapa-do-turismo-brasileiro>

2. Categorização – divide os municípios constantes no Mapa do Turismo Brasileiro, de acordo com o desempenho de suas economias do turismo;

Instrumento para identificação **de critérios econômicos** do turismo dos municípios inseridos nas regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, (conforme Portaria MTur nº 144/2015). utilizando as variáveis indicadas na tabela:

VARIÁVEL	FONTE DE COLETA
Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informações Sociais –RAIS 2017/Ministério de Economia
Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informações Sociais –RAIS 2017/Ministério de Economia
Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos	Pesquisa de Demanda Doméstica 2012 – MTur/FIPE
Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais	Pesquisa de Demanda Internacional 2017 – MTur/FIPE
Arrecadação de Impostos Federais a partir dos Meios de Hospedagem	Secretaria de Receita Federal – Ministério da Economia

FONTE: Elaboração própria, 2021.

3. Formação – prevê a capacitação de gestores públicos e a publicação de cartilhas de orientação para o desenvolvimento do turismo;
4. Fomento à Regionalização – prevê o apoio financeiro do MTur aos estados, regiões e municípios na implantação de seus projetos;
5. Comunicação – engloba a constituição de uma rede nacional de interlocutores do Programa, facilitando a interação das ações em prol do desenvolvimento do turismo e do intercâmbio de boas práticas;
6. Monitoramento – etapa que avalia a evolução do Programa e garante eventuais correções de rumo.

SAIBA MAIS

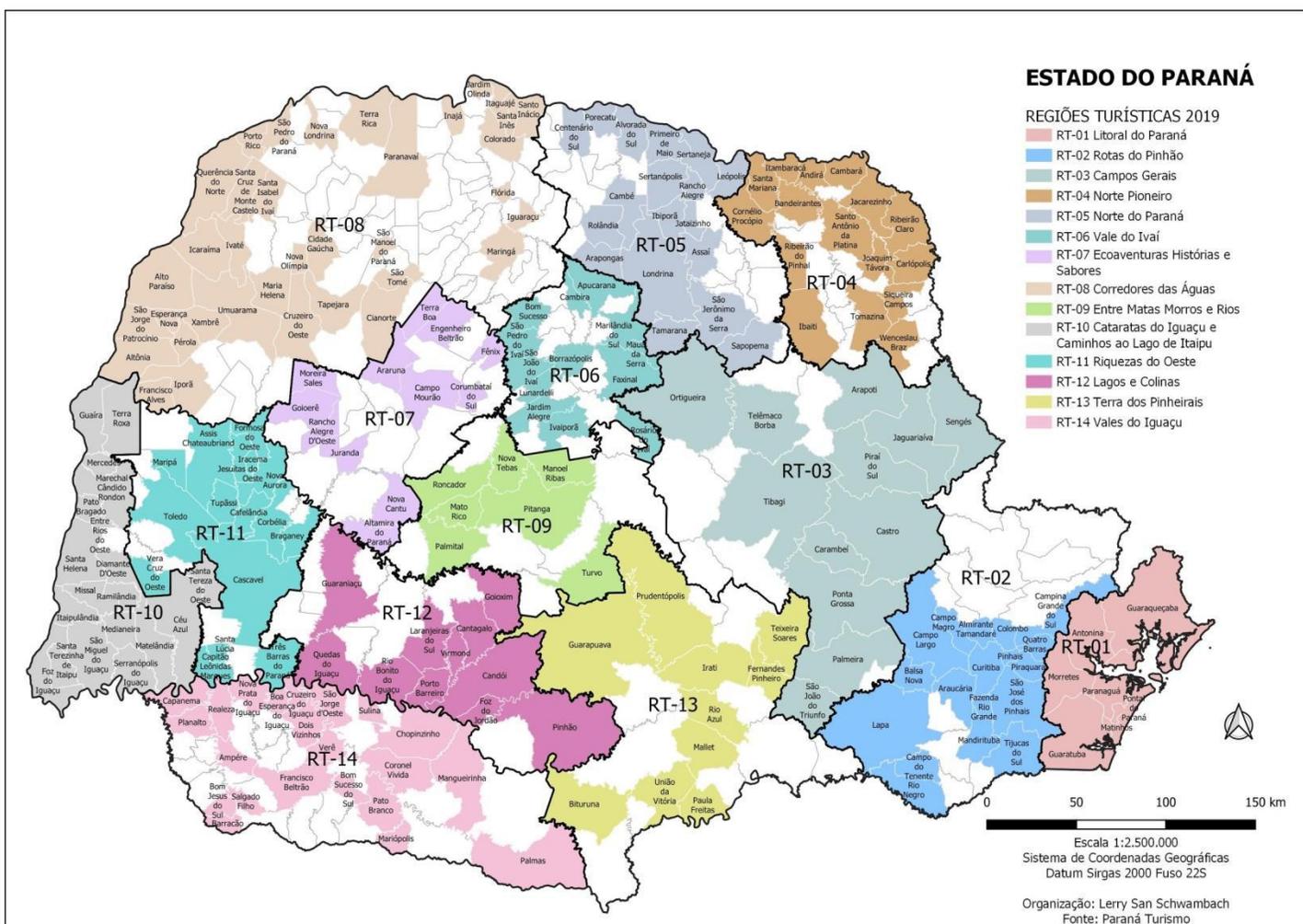
Mais informações acesse: www.regionalizacao.turismo.gov.br

Regionalização do Turismo no Paraná

O processo de Regionalização no estado do Paraná ocorreu a partir de 2004 e, após um processo participativo de avaliação dos atores regionais, foram estabelecidas as regiões turísticas. 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 no Paraná.

O processo de Certificação vai ao encontro das premissas adotadas pelo processo de regionalização do turismo, buscando executar um trabalho em rede e deste modo fortalecer e profissionalizar as Instâncias de Governança Regionais, dotando-as de ferramentas para uma gestão profissional e sustentável, consolidando, assim, o turismo junto a Região Turística e, conseqüentemente, desenvolvendo os municípios e o Estado.

Abaixo podemos visualizar as 15 Regiões Turísticas do Paraná e logo após o mapa, é possível acompanhar em uma linha do tempo um breve histórico do programa de regionalização, bem como as ações da Paraná Turismo buscando adequação do estado ao programa. Posteriormente apresenta-se um quadro com as Instâncias de Governança e seus contatos.



FONTE: Elaboração própria, 2019.



INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAIS DO PARANÁ - 2021.

Região Turística	Instância de Governança	Contatos
Campos Gerais	ADETUR Campos Gerais - Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais	adeturcamposgerais@gmail.com
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	ADETUR Cataratas & Caminhos - Agência de Desenvolvimento Turístico da Região Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	gestao@adeturcataratasecaminhos.org.br
Corredores das Águas	RETUR - Rede de Turismo Regional	returtecnico@gmail.com
Ecoaventuras, Histórias e Sabores	ADETURS - Agência de Desenvolvimento de Turismo Regional Sustentável	adeturspr@gmail.com
Entre Matas, Morros e Rios	ADETUR - Associação de Desenvolvimento Turístico Entre Matas, Morros e Rios	mauripilati@hotmail.com nilsonpadilhamr@gmail.com
Lagos & Colinas	ADETUR - Agência de Desenvolvimento Turístico da Região Lagos e Colinas	ademirjcor@hotmail.com ademir@jcorreiodopovo.com.br
Litoral do Paraná	ADETUR Litoral - Agência de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Litoral do Paraná	executivo@adeturitoral.com.br
Norte do Paraná	ADETUR Norte Paraná - Agência de Desenvolvimento Turístico do Norte do Paraná	adeturnorteparana@gmail.com
Norte Pioneiro	ATUNORPI - Associação Turística do Norte Pioneiro	atunorpi@hotmail.com
Riquezas do Oeste	ADETUROESTE - Agência de Desenvolvimento Turístico do Oeste do Paraná	adeturoeste@gmail.com
Rotas do Pinhão	ADETUR Rotas do Pinhão - Agência de Desenvolvimento Turístico da Região Rotas do Pinhão	adeturrotasdopinha@gmail.com
Sul do Paraná	ATEMA - Associação de Turismo e Meio Ambiente do Vale do Iguaçu	atematurismo@gmail.com
Terra dos Pinheirais	ADECSUL - Agência de Desenvolvimento do Centro Sul do Paraná	estelamararosa@adecsul.org.br
Vale do Ivaí	AMUVITUR - Associação dos Municípios do Vale do Ivaí Turismo	fabiocoutrosa@hotmail.com , amuvitur@gmail.com
Vales do Iguaçu	AGÊNCIA - Agência de Desenvolvimento Regional do Sudoeste do Paraná	secretaria@agenciasudoeste.org.br

FONTE: Elaboração Própria, 2021.

GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO

Como já visto, a Gestão Municipal do Turismo envolve várias ações, que vão desde o planejamento até a avaliação, feita com base no conhecimento das políticas e programas e também por meio de articulação com os diversos atores envolvidos e interessados na atividade. Sendo assim, neste item serão abordados temas e instrumentos que integram e ajudam a tornar a gestão mais eficaz, como: planejamento, organização, educação para o Turismo, recursos e financiamentos para o setor.

“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.”

O Planejamento é 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 propósito 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.

Além de planejar, o ideal é estabelecermos um **processo de planejamento participativo**, em conjunto com todos os atores já descritos, envolvendo a comunidade local e demais interessados na atividade turística.

Plano Diretor

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.

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

obrigatoriedade 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.

No Paraná, as normas são encontradas na Lei 15.229 - 25 de Julho de 2006, que dispõe sobre normas para execução do sistema das diretrizes e bases do planejamento e desenvolvimento estadual, nos termos do art. 141, da Constituição Estadual.

Considerando que o Turismo acontece em um determinado espaço (urbano-rural) o mesmo deve ser retratado como elemento promotor do desenvolvimento municipal nos Planos Diretores.

SAIBA MAIS

Acesse: <http://www.paranacidade.org.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=65>

Planos e leis complementares: 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.

1. 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 Órgão Oficial de Turismo (OOT) e o Conselho Municipal de Turismo (CMT). As entidades da Sociedade civil organizada, o Sistema S e as Instituições de Ensino também são valiosos aliados. Além disso, também é necessário 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.

Órgão Oficial de Turismo - 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 e/ou outro instrumento legal no início dos mandatos do executivo municipal.. Pode ser da administração direta (principal) ou indireta (vinculado) e/ou estar vinculado ao gabinete do Prefeito Municipal.

Possui funções fundamentais para a organização e planejamento do Turismo municipal, pois trabalha como um importante elemento catalisador e fomentador de ações e parcerias para efetivação da atividade turística, devendo estar em constantemente em contato com todos os atores envolvidos na atividade, visando seu desenvolvimento sustentável e bem estar da população local.

Deve estar voltado à estruturação e 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 específicas para o turismo, bem como planos, programas e projetos de desenvolvimento da atividade.

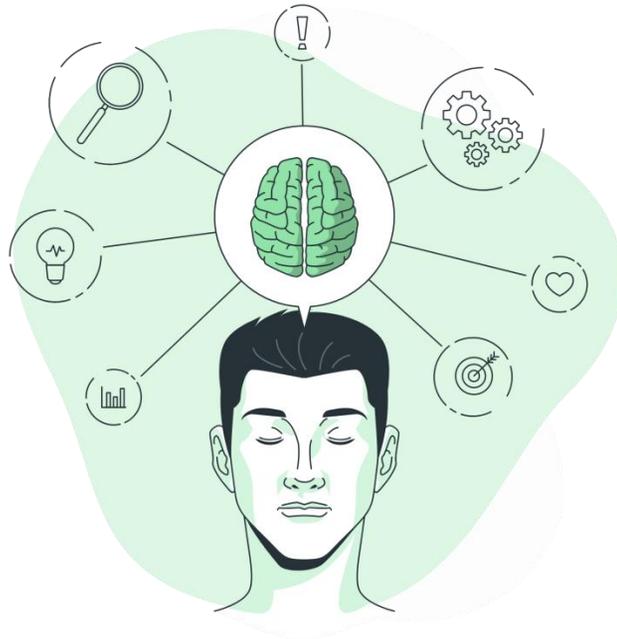
Para que o desenvolvimento sustentável e adequado da atividade turística em determinado local seja alcançado, é importante a presença de profissionais com formação em Turismo, que possuem conhecimentos específicos da área e também englobam a multidisciplinaridade da atividade, garantindo mais efetividade e eficácia na sua implementação, bem como a valorização dos atrativos e potencialidades locais.

Ao Órgão Municipal de Turismo, com apoio do Conselho de Turismo, compete:

- Articular a integração regionalizada do turismo com os parceiros do município e dos outros municípios e distritos participantes da região turística;
- Participar da IGR;
- Mobilizar os segmentos organizados para o debate e indicação de propostas locais para a região;
- Articular parcerias e negociar recursos técnicos, normativos e institucionais com as diferentes esferas do poder público, empresários e organismos internacionais para apoiar a implementação do turismo no município;
- Integrar os diversos os diversos atores em prol do turismo;
- Participar, de forma ativa, do debate e da formulação das estratégias locais;
- Planejar e coordenar a execução das ações locais de modo integrado às regionais.

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 sustentável.



Conselho Municipal de Turismo - CMT

É um colegiado de entidades, com caráter consultivo ou deliberativo, criado através de Lei Municipal, que une esforços do poder público, da iniciativa privada e da comunidade, visando o desenvolvimento turístico municipal. Os Conselhos Consultivos têm função opinativa, com a responsabilidade de julgar e discutir assuntos pertinentes. Já os Conselhos Deliberativos têm o poder de propor políticas.

O Conselho tem papel fundamental na estrutura da Gestão Descentralizada, e deve promover amplo e transparente debate das necessidades municipais para organizar e atender as atividades turísticas de forma sustentável e responsável, encaminhando propostas ao poder executivo municipal.

Quais as atribuições de um CMT?

Em linhas gerais os conselheiros têm como atribuição discutir, avaliar e decidir sobre os assuntos ligados ao desenvolvimento do turismo de seu município visando o interesse coletivo do trade e comunidade local. É o principal canal de participação social nas políticas públicas municipais e compete ao conselheiro acompanhar, fiscalizar e avaliar os serviços prestados pela municipalidade. Suas principais atribuições são:

- 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 nacional, estadual e regional;
- Avaliar os resultados das ações e se necessário ampliá-las ou modificá-las.

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 na formulação e na implementação de políticas públicas para o turismo municipal;
- Identificar as potencialidades locais e priorizar as ações;
- Auxiliar na elaboração do plano municipal;
- Planejar, ordenar, assessorar e fomentar ações;
- Fomentar a priorização do Turismo como atividade econômica.
- Possibilitar aos munícipes um maior contato com sua história, seus patrimônios e sua riqueza cultural e natural;
- Promover o Turismo local e regional;
- Proporcionar espaço de discussões e de desenvolvimento de propostas condizentes com a realidade local.

Quem deve participar do CMT?

O Conselho deve idealmente ser composto por entidades fundamentais na estruturação do turismo, bem como representantes da comunidade local. Para isso é necessário realizar uma análise dos atores envolvidos e interessados direta e indiretamente na atividade, ou seja, **identificar e relacionar quais as pessoas ou entidades que estão envolvidas ou se relacionam com o Turismo municipal.**

Para sua composição não há limite de participantes, entretanto recomenda-se que $\frac{1}{3}$ seja do

poder público, 1/3 da iniciativa privada e 1/3 da sociedade civil organizada, citando-se como exemplos:

- Comunidade rural e urbana, através de suas lideranças;
- Associações (rurais, de artesanato, comerciais etc.), sindicatos e afins;
- Grupos de manifestações populares, religiosas, folclóricas e artísticas;
- Agentes financeiros, empresários da iniciativa privada e Sistema S;0
- Instituições de ensino;
- Guias de Turismo;
- Entidades representantes de circuitos ou roteiros turísticos locais;
- Lideranças religiosas;
- Agentes de segurança;
- Representantes da Câmara e Poder público (cultura, meio ambiente, educação, agricultura, segurança, etc);
- Clubes de serviços;
- Representantes ou associados da Instância de Governança Regional;
- Demais entidades envolvidas com o desenvolvimento do Turismo, governamentais e não governamentais.

Quais os passos necessários para a criação do CMT?

É necessário 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;
- Elaborar plano de trabalho anual.

Quais os critérios básicos para o funcionamento do CMT?

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

- 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.

LEMBRETE

A criação de um Conselho Municipal de Turismo é o primeiro passo para pensar no desenvolvimento integrado das ações que visam consolidar a atividade turística como importante motor do desenvolvimento econômico, cultural, social e ambiental.



Fundo Municipal de Turismo - FMT

Deve ser 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 CMT, 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.

Como é criado e administrado o FMT?

O **Fundo é criado por Lei**, publicada em Diário Oficial, e deve preferencialmente deve ser criado concomitante 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 CMT. 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**.

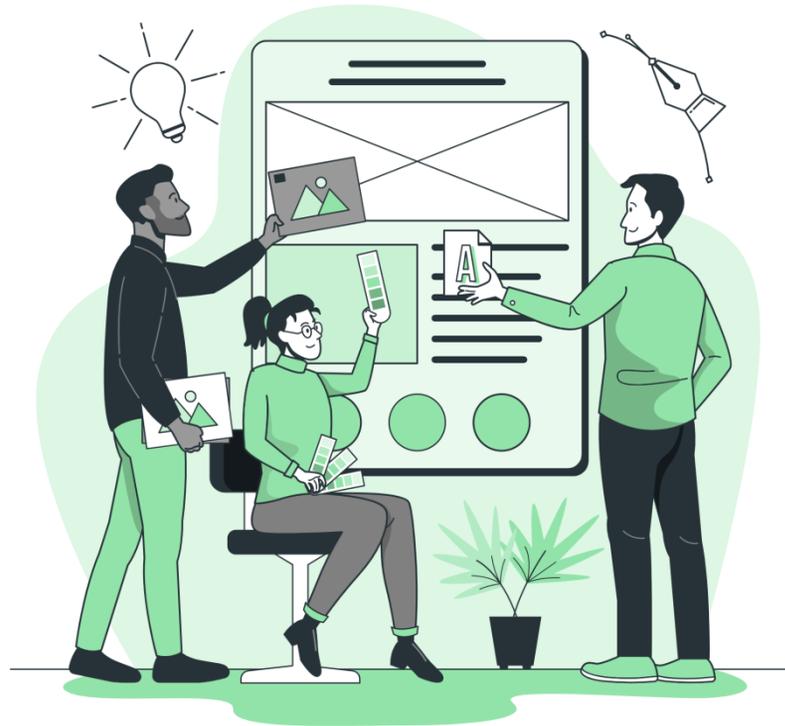
Que fontes de recursos podem compor o FMT?

Podem ser criados, através da legislação municipal, vários instrumentos como por exemplo:

- **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.

Inventário do Turismo Municipal

O Inventário da Oferta Turística é a **base para o planejamento**, pois consiste no levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infra-estrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística, possibilitando a definição de prioridades para os recursos disponíveis e o incentivo ao turismo sustentável. Ou seja, é uma condição para se realizar o Plano Municipal de Turismo, uma vez que não podemos planejar sem saber o que temos para oferecer, quem oferece e como oferece.



Como identificar a oferta?

O Inventário é o levantamento de dados da Oferta Turística:

- Atrativos turísticos (sejam eles naturais, histórico-culturais, atividades econômicas, manifestações populares, eventos e realizações técnicas/científicas);
- Equipamentos e serviços turísticos (hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento e outros.);
- 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, e identificar as singularidades dos atrativos turísticos, para transformá-los em produto turístico. Também fornece subsídios para um melhor planejamento, gera conhecimento dos locais turísticos, bem como de suas condições de utilização.

Assim, é função do Inventário oferecer um estudo da oferta, quantificar e qualificar os atrativos, 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. O inventário pode ser realizado por meio de parcerias, preferencialmente Universidades, Instituições de Ensino e a IGR.

E a demanda? Como identificar?

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 de pesquisas específicas que variam de acordo com o local onde a mesma é realizada, mas de maneira geral podem incluir perguntas como:

- **Quem são as pessoas que viajam?** – Busca 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?** – Identifica 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, etc.
- **Qual a ocasião mais propícia para a viagem?** – Também pode estar 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, o que determina a sazonalidade da atividade para o município.
- **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.

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 levantamento de informações e montagem de banco de dados estatísticos (séries históricas) 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 etc.

A pesquisa, portanto, deve ser uma investigação objetiva, sistemática e lógica dos problemas relacionados ao setor. E ela é imprescindível para o auxílio na tomada de decisões e no planejamento do produto turístico, composto de todos os bens e serviços necessários para bem receber o visitante e também atender as expectativas do trade e da comunidade local sobre o desenvolvimento sustentável do turismo.



Assim, é importante que os OOTs possuam dados para traçar um quadro do Turismo em seu município, formando um bando de informações robusto que dê subsídios para uma boa gestão. 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.
- **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).
- **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 é importante.

- **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.

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, cultural 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;
- A realização do inventário turístico municipal com levantamentos da situação atual da oferta e da demanda;
- As diretrizes dos Plano e Políticas Nacionais, estaduais e regionais.

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 do turismo ou de outra forma de governança municipal, a partir da definição de um grupo de trabalho especialmente formada para esta atribuição.

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 etc. 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.

Após essas etapas, e com o auxílio do Conselho Municipal de Turismo, a confecção de um Plano deve observar 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, bem como as oportunidades e ameaças. Pelo diagnóstico é possível identificar a vocação ou as vocações turísticas 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).
- **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.
- **Acompanhamento e Avaliação:** definição da linha de monitoria e avaliação dos programas e projetos propostos, baseada em indicadores pré-definidos.



2. 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, formalização 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.).

Cadastur

Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo no Brasil, que tem como finalidade promover o ordenamento, a formalização e a legalização de empresas, empreendimentos e prestadores de serviços turísticos.

O Ministério do Turismo é responsável pelo cadastro mas a execução do cadastramento é delegada aos Órgãos Oficiais de Turismo em cada Unidade Federativa. É gratuito e garante diversas vantagens e oportunidades de negócios aos seus cadastrados além de ser uma importante fonte de consulta para o turista, proporcionando uma maior confiabilidade por parte dos usuários.

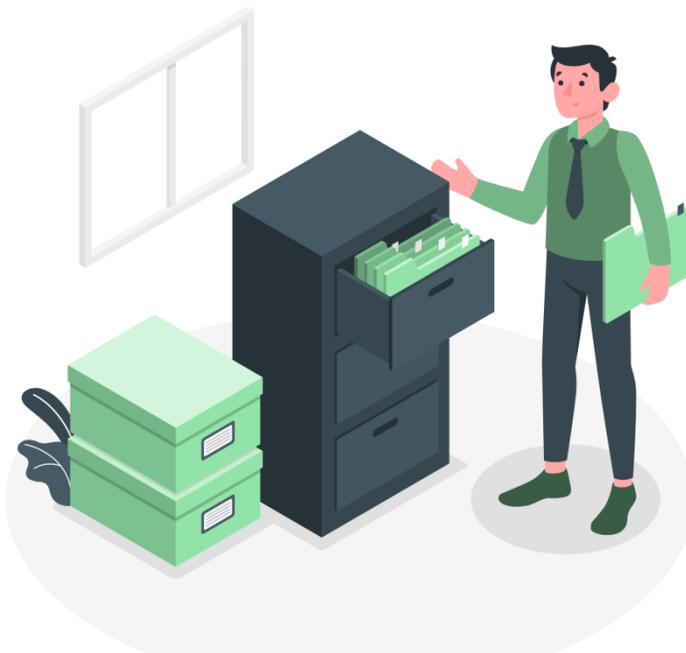
Desde a publicação da Lei Geral do Turismo nº 11.771/2008, regulamentada pelo Decreto nº 7.381/2010, e as Portarias nº 130/2011 e nº 105/2018 do MTur, o cadastramento dos prestadores de serviços turísticos no Sistema CADASTUR é obrigatório para algumas atividades. A autarquia Paraná Turismo é o organismo indicado pelo MTur através de Acordo de Cooperação Técnica, para realização das ações de cadastro e acompanhamento à fiscalização, este último, em caráter orientativo e educativo, com o intuito de sensibilizar os prestadores de serviços turísticos.

SAIBA MAIS

Para realizar o cadastro é só acessar o site: 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. Além disso a Portaria nº 27/2014 estabelece requisitos e critérios para o exercício da atividade de Guia de Turismo.

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 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.
- Obtenção do Selo de Qualidade no Turismo do Paraná e do Selo Turismo Responsável.

Educação para o Turismo

Para o desenvolvimento turístico acontecer de forma ordenada e planejada alguns passos em relação a educação para o turismo são necessários, principalmente em relação a sensibilização da importância que o turismo pode ter para as pessoas e para o município e a capacitação dos atores envolvidos na atividade. A educação é uma ferramenta fundamental para a concretização de mudanças, e acredita-se que, por meio desta, seja possível mudança de atitudes.



Programas e projetos de Sensibilização e Conscientização para o Turismo buscam a 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. Já a capacitação permite o desenvolvimento de novas habilidades visando a profissionalização dos agentes envolvidos na atividade turística.

A sensibilização é o passo inicial e permanente para que todas as ações propostas sejam bem vindas e bem sucedidas na comunidade, pois através dela é possível a percepção de novas oportunidades de desenvolvimento, buscando conscientização dos moradores da cidade em relação a

importância e potencial turístico municipal. Existem diversas maneiras de fazer isso, desde ensinar história, lendas e atrativos locais para as crianças em escolas, até cursos de gastronomia típica para a comunidade. Além de cursos, podem ser realizados concursos gastronômicos, fotográficos e artísticos, por exemplo, para que os moradores se apropriem e valorizem sua história e cultura.

Além disso é necessário também a constante capacitação das pessoas envolvidas direta e indiretamente com a atividade turística. Passar treinamento aos gestores e trabalhadores de hotéis, pousadas, restaurantes e atendentes de comércio e serviços em geral pode ser uma estratégia para o desenvolvimento e profissionalização do turismo no município. Essa capacitação pode ser realizada em parceria com a Instância de Governança Regional, com Sebrae, universidades e instituições de ensino, associações ou com a própria Paraná Turismo. Os gestores públicos também devem sempre participar de capacitações para incentivar e desenvolver novos produtos na sua região.

Sendo assim, para os treinamentos, capacitações, qualificações e sensibilizações 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 às 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 (folheteria, rádio e tv, 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.

3. RECURSOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

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. E o primeiro passo para buscar recursos para o turismo é ter um projeto bem estruturado.

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.**

Por isso, para cada atividade podem se elaborados projetos específicos, como por 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. De maneira resumida, as principais partes que compõem a estruturação de um projeto turístico encontram-se no quadro a seguir.

PARTES PARA A ESTRUTURAÇÃO DE UM PROJETO

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 os custos das atividades, a meta em que estão inseridas e as etapas;

Participantes/Entidades Envolvidas	Relacionar as entidades apoiadoras do projeto, quantificando e exemplificando a forma de participação de cada uma;
Público-Alvo	Descrever os beneficiários do produto final do projeto;
Resultados Pretendidos	Fazer o diagnóstico da implementação do projeto, prospectar situações almeçadas em função dos objetivos propostos;
Avaliação e Monitoramento	Descrever mecanismos de acompanhamento das ações do projeto e da mensuração das metas propostas.

FONTE: Orientação para Gestão Municipal do Turismo. Guia Prático. Paraná Turismo, 2017.

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.

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.

Depois da determinação dos recursos necessários, é importante a identificação das fontes que podem ser buscadas. 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 desenvolvimetro da atividade. 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.

Como exemplo, seguem algumas linhas de financiamento do Ministério do Turismo, disponíveis para órgãos públicos e privados.

Linhas de financiamento do MTUR

FUNGETUR - Fundo Geral do turismo

- O que é: É um mecanismo essencial ao fomento dos negócios de turismo. Por meio da oferta de crédito para empresas ligadas ao setor, promove melhorias no atendimento ao turista, gera oportunidades, empregos e renda.
- Objetivos: Além de diminuir os impactos da pandemia causada pelo novo coronavírus, busca proporcionar amplo acesso a crédito competitivo e apoiar os empreendedores de toda a cadeia do turismo.
- O que pode ser financiado: Obras civis para implantação, ampliação, modernização e reforma Máquinas e equipamentos turísticos Capital de giro
- Quem pode obter os recursos: Pessoas jurídicas e empresários individuais que estejam cadastrados no Cadastur (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do Ministério do Turismo).

SAIBA MAIS

No estado do PR as instituições financeiras cadastradas são - BRDE - Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul, Caixa Econômica Federal, Cresol, Fomento Paraná. Para solicitar o crédito, procure uma instituição cadastrada e saiba mais em www.gov.br/fungetur.

PRODETUR + Turismo

- O que é: Um Programa que apoia os entes públicos e privados no acesso a recursos provenientes de financiamentos que viabilizam projetos de estruturação do turismo. Ao nome PRODETUR é incorporado o SELO +Turismo, originando a marca PRODETUR + Turismo que identifica e qualifica as ações priorizadas, como indutoras do desenvolvimento do turismo nacional.
- Objetivo: Fomentar o desenvolvimento local e regional por meio de parcerias em apoio aos entes públicos e ao setor privado, priorizando a análise e a concessão de crédito daqueles que foram certificados com o SELO +TURISMO.
- O que pode ser financiado: saneamento, infraestrutura básica e turística transporte e mobilidade urbana estudos, projetos e obras civis insumos, serviços e softwares, entre outros.
- Quem pode obter o selo: Estados e Distrito Federal com propostas que beneficiem lugares do Mapa do Turismo Brasileiro. Municípios, empresários e investidores do turismo localizados em territórios que o compõem.

SAIBA MAIS

Acesse: www.prodetur.turismo.gov.br. E-mail: prodetur@turismo.gov.br

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este documento teve como objetivo apoiar o trabalho dos dirigentes públicos municipais de Turismo, apresentando informações sobre o planejamento e organização no setor, em seus diferentes níveis, com o intuito de subsidiar ações e contribuir para o desenvolvimento sustentável dos municípios turísticos e/ou detentores de potencial turístico. Almejamos assim buscar de forma conjunta, em sintonia com os municípios e regiões do nosso estado, um crescimento mais estratégico e qualitativo do Turismo, para fazer com que o Paraná seja reconhecido, no mercado nacional e internacional, como um destino turístico de qualidade, inteligente e inovador, valorizando e respeitando as características e diferenciais dos municípios, e consolidando roteiros atrativos nas regiões para gerar valor e experiências positivas.

Assim, por meio da apresentação de ferramentas e caminhos para um **planejamento adequado, integrado e participativo** esperamos contribuir para uma gestão eficiente, oferecendo informações e dados para a formação de dirigentes capacitados, mas lembrando sempre a importância de conhecer e observar a realidade de cada local, adequando as ações para um desenvolvimento sustentável da atividade turística.



REFERÊNCIAS

Documentos consultados

PARANÁ TURISMO. Orientação para Gestão Municipal do Turismo. Guia Prático. Curitiba, 2017. Disponível em: http://www.turismo.pr.gov.br/sites/turismo/arquivos_restritos/files/documento/2020-06/apostilaversaofinal.pdf

PARANÁ TURISMO. Paraná Turístico 2026. Curitiba, 2016. Disponível em: http://www.turismo.pr.gov.br/sites/turismo/arquivos_restritos/files/documento/2020-06/paranaturistico2026documentocompleto.pdf

Fontes Glossário

BRASIL. Ministério do Turismo. *Glossário do turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos - 1ª edição*. Brasília, 2018.

BOO, Elizabeth et al. *Ecotourism: the potentials and pitfalls: country case studies*. WWF, 1990.

LOPES, Brenner; AMARAL, Jefferson Ney; CALDAS, Ricardo Wahrendorff. *Políticas Públicas: conceitos e práticas*. Belo Horizonte: Sebrae/MG, v. 7, 2008. Disponível em: <http://www.mp.ce.gov.br/nespeciais/promulher/manuais/MANUAL%20DE%20POLITICAS%20P%C3%9ABLICAS.pdf>

PETERS, Brainard Guy. O que é Governança?. *Revista do TCU*, n. 127, p. 28-33, 2013.



GLOSSÁRIO

A

Acampamentos turísticos: áreas especialmente preparadas para a montagem de barracas e o estacionamento de reboques habitáveis, ou equipamento similar, dispondo, ainda, de instalações, equipamentos e serviços específicos para facilitar a permanência dos usuários ao ar livre. Art. 32, Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Brasil, 2008).

Agência De Turismo Receptivo: atua no mercado interno. Presta serviço no destino. Seu objetivo é acolher o visitante de forma segura e hospitaleira, dando apoio em seu deslocamento. Também têm a função de apresentar os atrativos das cidades receptoras ou dos municípios circunvizinhos. Geralmente este tipo de agência tem frota própria de veículos.

Agência De Viagens e Turismo: são empresas organizadas que tem a função de serem intermediárias de todos os serviços turísticos, permitindo o encontro da demanda com a oferta de serviços, além de prestar assistência turística aos viajantes ou turistas. Ex: Local onde o passageiro pode comprar pacotes e excursões para o Brasil e exterior, reservar passagens aéreas, hotéis, passeios e alugar um carro.

Agência de Turismo Emissivo: opera no mercado de turismo emissivo. Presta serviço no local emissor de turista e nele oferece pacotes dos destinos nacionais e internacionais. Emite bilhetes de viagem, faz reservas, informa sobre destinos etc.

Agente local: profissional que atua de forma direta ou indireta nas atividades turísticas e se encontra envolvido no planejamento turístico de sua localidade, demonstrando comprometimento e dedicação nas atividades que executa. Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas com Foco na Produção Associada (MTur, 2011).

Atrativos Turísticos: locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas. Programa de Regionalização do Turismo: ação municipal para a regionalização do turismo (MTur, 2007).

Autarquia: entidade administrativa autônoma, descentralizada da Administração pública, criada por lei, com personalidade jurídica de direito público, patrimônio próprio e atribuições específicas para realizar os fins que a lei lhe determinar.

Forma de governo em que um indivíduo ou grupo tem poder absoluto sobre a nação; autocracia.

Albergue Turístico, ou Hostel: estabelecimento de hospedagem com instalações e serviços básicos, apartamentos, quartos individuais e dormitórios coletivos e preços acessíveis.

Alimentos & Bebidas (A&B): área responsável pela produção de preparações alimentícias a serem servidas nos diversos pontos-de-venda de empreendimentos hoteleiros, de restauração, bares e similares.

APA (Área De Proteção Ambiental): são áreas que buscam a preservação da vida silvestre e dos recursos naturais conciliadas com as ações humanas. O objetivo maior é permitir o uso racional e sustentado do patrimônio natural e evitar a degradação ambiental. É uma categoria de Unidade de Conservação, voltada para a proteção de riquezas naturais que estejam inseridas dentro de um contexto de ocupação humana.

Áreas Especiais De Interesse Turístico: (AEIT): (i) trechos do território nacional, inclusive suas águas territoriais, a serem preservados e valorizados no sentido cultural e natural, destinados à realização de planos e projetos de desenvolvimento turístico e que assim forem instituídos na forma da legislação em vigor. (ii) áreas com bens históricos culturais artísticos ou naturais de importância para as atividades recreativas e turísticas, sobre as quais se estabelece diretrizes de uso e ocupação. Art. 3º - Áreas Especiais de Interesse Turístico são trechos contínuos do território nacional, inclusive suas águas territoriais, a serem preservados e valorizados no sentido cultural e natural, e destinados à **Atividade Turística:** ações desenvolvidas pelos turistas nos atrativos turísticos, com vistas ao seu aproveitamento, implicando na aquisição de experiências, sensações e conhecimentos diversos.

Atividades Econômicas: atividades produtivas capazes de motivar a visitação turística e provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos (fabricação de cristais, agropecuária, extrativismo).

Atividades Recreativas: são as atividades praticadas durante o tempo disponível para o lazer. Em Unidades de Conservação as atividades recreativas permitidas com maior frequência são: bóia-cross (*acquaraid*), cachoeirismo (*cascading*) / *canyoning*, canoagem (*canoeing/cayaking*), rafting, pesca amadora/esportiva, mergulho livre e autônomo (*diving*).

Atrativo Turístico Cultural: recurso cultural formatado em negócio e que atende todas as especificações necessárias para comercialização e recepção de turistas.

Atrativo Turístico Natural: recurso natural formatado em negócio e que atende todas as especificações necessárias para comercialização e recepção de turistas.

Atrativos Turísticos: locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas.

Bem Intangível ou Imaterial: Ao contrário do bem material, não possuem substância material, embora possam ser negociados. São bens sujeitos a amortização, como patentes, direitos autorais, benfeitorias em bens arrendados (direito de duração limitada), registro de jazidas, softwares etc.

Benchmark: (marketing digital) Pesquisa de mercado para analisar seus concorrentes e oportunidades que seu produto pode explorar.

Benchmarking: (Finanças): termo que vem do inglês e define o processo usado para avaliar o desempenho de um ativo financeiro em relação ao desempenho de outros ativos financeiros identificados como sendo os de melhor desempenho no setor (ou categoria de investimento). Muito usado na análise do desempenho de fundos de investimentos, onde o retorno da carteira do fundo é comparado com o retorno do benchmark, ou índice de referência. Também é usado para definir o processo de melhoria da gestão de uma empresa através da implementação de melhores práticas e da adaptação de processos com base na experiência própria ou na observação da atividade de empresas ou organizações concorrentes. O objetivo do benchmarking é o de efetuar uma análise comparativa dos procedimentos adotados pela empresa com aqueles adotados pelos seus concorrentes, na tentativa de melhorar o desempenho da empresa. É o método sistemático de procura por melhores processos, ideias inovadoras e procedimentos de operação mais eficazes que conduzam a um desempenho superior.

C

Capacidade De Carga Turística: significa, para o Planejamento do turismo, a tentativa de estudar o perfil do destino turístico na tentativa de identificar qual o número de visitantes que a localidade comporta sem depreciar o seu patrimônio. Em outras palavras, Segundo Elizabeth Boo: "Capacidade de Carga Turística é o número máximo de visitas num determinado período de tempo (dia ou mês ou ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações no meio físico e social". É "o número máximo de visitantes (por dia/ mês/ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações no meio físico e social." (BOO, 1990).

Categorização Dos Municípios Do Mapa Do Turismo Brasileiro: instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo para identificação do desempenho da economia do turismo dos municípios inseridos nas regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro. Art. 1º, Portaria MTur nº 144, de 27 de agosto de 2015 (MTur, 2015).

Centro Turístico: todo conglomerado urbano que conta dentro de seu raio de influência com atrativos de tipo e hierarquia suficientes para motivar uma viagem turística.

Cicloturismo: atividade esportiva realizada em trilhas e/ou estradas com bicicletas especiais para terrenos acidentados, sem sentido de competição. Que tem como elemento principal a realização de percursos com o uso de bicicleta inclui *mountain bike* (atividade junto à natureza) e *bicicross* (atividade em pistas preparadas para este fim). São viagens/passeios de bicicleta, realizados por estradas asfaltadas e/ou sem pavimentação.

Circuito Turístico: conjunto de recursos e/ou atrativos turísticos, distribuído em um espaço geográfico determinado (que apresenta vários eixos de deslocamento, permitindo diversos itinerários), que deem identidade peculiar e diferenciada ao local. Pode organizar-se formalmente por meio de consórcios ou outras formas associativas. A existência de circuitos turísticos conduz à formatação de produtos turísticos atrativos e de roteiros, facilitando assim, o acesso da região a mercados consumidores.

Clusters Turísticos: é um conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, dotado de equipamentos e serviços de qualidade, com excelência gerencial, concentrado num espaço geográfico delimitado. É a tendência à clusterização das atividades turísticas. A partir deste referencial, sublinham-se as relações complementares entre a oferta de produtos turísticos e as estratégias competitivas e cooperativas desenvolvidas entre os atores sociais, sua aderência explicativa às variáveis que compõem o cluster de turismo (complementaridade,

cooperação e competição) e a sua capacidade de atuar no sentido de abrandar ou aprofundar a tendência de concentração setorial, social e espacial da produção e apropriação. (PORTER, 1999) O produto turístico interage com a base local (física e atores sociais), permitindo ações conjuntas de negócios inter-relacionados, com grande potencial para criação de conglomerados.

Complexo Turístico: é uma superfície variável do território que reúne seguintes condições: a) contém atrativos turísticos cuja visita exija pelo menos três dias; b) contém no mínimo um centro turístico urbano; c) contém atrativo e centros turísticos secundários localizados dentro do raio de influência do centro principal (distância máxima de 3 horas, utilizando-se meios de transportes coletivos).

Conselhos Municipais: são órgãos consultivos e de assessoria do Poder Executivo, com atribuição de analisar e propor medidas de concretização das políticas setoriais e verificar sua execução.

Convênio: instrumento utilizado para formalização do acordo de vontades entre entidades do setor público e, ocasionalmente, entre entidades do setor público e instituições do setor privado, com vistas à realização de programas de trabalho ou de eventos de interesse recíproco, em regime de mútua cooperação.

Convention & Visitors Bureaux (CVBx): organizações não-governamentais sem fins lucrativos, mantidas e integradas por representantes das várias atividades que compõem a cadeia do segmento (organizadoras de congressos, promotoras de feiras, hotéis, companhias aéreas, centros de eventos, agências de turismo e outros). Têm por objetivo principal promover o aumento dos fluxos turísticos pela captação de Negócios & Eventos. Turismo de Negócios e Eventos: orientações básicas (MTur, 2010).

Corredores Turísticos: são vias de inter-relação entre várias áreas turísticas ou entre vários centros turísticos, ou entre portões de entrada e os centros turísticos. O conceito de corredor turístico não é unicamente de uma via de acesso a uma determinada localidade, mas sim de uma faixa de território que serve de ligação entre vários elementos turísticos e que se constitui, ela própria, em um atrativo.

D Demanda Potencial: todos que têm perfil para consumir os produtos turísticos do destino, porém que não viajam por motivos diversos (falta de tempo, falta de disponibilidade financeira, falta de conhecimento do destino etc.). Segmentação do Turismo e o Mercado (MTur, 2010).

Demanda Real: número de pessoas que efetivamente viajam para um destino ou localidade. Segmentação do Turismo e o Mercado (MTur, 2010).

Demanda Turística: conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, estão motivados a consumir uma série de produtos ou serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias. Segmentação do Turismo e o Mercado (MTur, 2010).

Desenvolvimento Sustentável: desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro (WWF, 2020).

Destino Turístico: local, cidade, região ou país para onde se movimentam os fluxos turísticos. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 1 (MTur, 2007).

Destino Turístico inteligente: espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes. Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (MTur, 2018).

Destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: aqueles que possuem infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos. Isto é, são aqueles capazes de atrair e/ou distribuir significativo número de turistas para seu entorno e dinamizar a economia do território em que está inserido. Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional: relatório Brasil (MTur, 2008).

Diagnóstico Turístico: documento ou relatório que descreve a situação atual do turismo e de outros setores com os quais o turismo está relacionado, em um determinado local, com uma análise das potencialidades locais e uma avaliação das oportunidades, além de uma análise das dificuldades, ameaças e problemas existentes. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 4 (MTur, 2007).

E **Ecoturismo:** segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur, 2006).

Equipamentos turísticos: conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Incluem os meios de hospedagem, serviços de alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços turísticos. Anuário Estatístico de Turismo 2017: ano base 2016 (MTur, 2018).

Eventos turísticos: eventos de notório conhecimento popular e geradores de fluxo de turistas. Muitas vezes constituem-se como uma das principais motivações de viagens para os destinos brasileiros, gerando atratividade para períodos específicos e contribuindo para a diminuição da sazonalidade. Calendário de Eventos: manual de preenchimento (MTur, 2015).

F **Fantour:** visita técnica que tem como objetivo familiarizar e encantar o distribuidor do produto turístico. Consiste em convidar operadores de turismo que já comercializam parte do roteiro ou demonstraram na pesquisa de mercado interesse em comercializar o roteiro, para visitar o destino, para que conheçam o local e saibam o que estão oferecendo ao cliente. Segmentação do Turismo e o Mercado (MTur, 2010).

Fluxo turístico: todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra, unidirecionalmente, num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 2 (MTur, 2007).

G **Gastronomia típica:** conjunto de alimentos e bebidas e seus rituais peculiares de elaboração, modo de servir e de consumir, confeccionados com ingredientes próprios de uma região e com base nas suas tradições gastronômicas. Módulo C (manual do pesquisador) do Inventário da Oferta Turística (MTur, 2006).

Governança: seu sentido fundamental é de dirigir a economia e sociedade visando objetivos coletivos. Para uma governança bem sucedida faz-se necessário a execução eficiente das seguintes funções: estabelecimento de metas coletivas,

coordenação de metas, implementação, avaliação ;e reações e comentários. (PETERS, 2013)

I **Indicadores econômicos do turismo:** fatores de mensuração do grau de desenvolvimento econômico da atividade turística de uma localidade, como a renda gerada, o gasto turístico, e outros. Anuário Estatístico de Turismo 2017: ano base 2016 (MTur, 2018).

Infraestrutura de apoio ao turismo: conjunto de obras, de estrutura física e serviços que proporciona boas condições de vida para com a comunidade e dá base para o desenvolvimento da atividade turística: sistemas de transportes, energia elétrica, serviço de abastecimento de água, arreamento, sistema de comunicação, sistema educacional, etc. Manual do Pesquisador – Inventário da Oferta Turística (MTur, 2006).

Infraestrutura turística: conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços, indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 1 (MTur, 2007).

Instância de governança regional: organização representativa dos poderes público e privado, da sociedade e dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar, acompanhar e gerir o processo de regionalização do turismo na região turística. Pode ser um Conselho, um Fórum, uma Associação, um comitê etc. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 3 (MTur, 2007).

Inventário da oferta turística: processo de levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística. Manual do Pesquisador – Inventário da Oferta Turística (MTur, 2006).

M **Mapa do turismo brasileiro:** principal instrumento de orientação para a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas setoriais e locais, nos territórios nele identificados, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada. Art. 1º, Portaria MTur nº 313, de 03 de dezembro de 2013 (MTur, 2013).

N

Nichos de mercado: subsegmentos dentro dos segmentos de demanda. O nicho é um grupo de consumidores caracterizados por ter necessidades ou expectativas específicas, diferente das necessidades do resto do segmento. Segmentação do Turismo e o Mercado (MTur, 2010).

P

Planejamento: Arte ou efeito de ordenar, arranjar, dispor. Disposição de uma coisa para certa finalidade. Associação ou instituição com objetivos definidos.

Planejamento Participativo: é um processo no qual um grupo de pessoas reflete e discute temas com o objetivo de transformar uma realidade. Este grupo é composto por diferentes atores locais (membros da comunidade, representantes legais, e demais agentes envolvidos na questão a ser solucionada), para oferecer um amplo leque de opiniões e perspectivas. Uma importante característica deste tipo de processo é o sentimento de responsabilidade causado nos participantes.

Políticas Públicas: é o conjunto de ações, metas e planos que os governos traçam para alcançar o bem-estar da sociedade e o interesse público. Abrange as áreas da saúde, educação, meio ambiente, economia, entre outras. (SEBRAE,2008)

Potencial turístico: elementos naturais e/ou antrópicos (aqueles alterados pelo homem) passíveis de aproveitamento turístico. Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas com Foco na Produção Associada (MTur, 2011).

Produto turístico: conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 1 (MTur, 2007).

Programa de Regionalização do Turismo: o Programa de Regionalização do Turismo é um programa estruturante do Ministério, que trabalha a convergência e a interação de todas as ações desempenhadas pelo MTur com estados e municípios brasileiros. Seu objetivo principal é o de apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no País, a partir de 8 eixos estruturantes com vistas à promoção do desenvolvimento regional. É um modelo de gestão de política pública, descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões. Conceitos Básicos e Apoio à Comercialização de Produtos Segmentados (MTur e SEAD/UFSC, 2009).

R

Região Turística: espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território delimitado para fins de planejamento e gestão. Assim, a integração de municípios de um ou mais estados, ou de um ou mais países, pode constituir uma região turística.

Rota Turística: percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística, sendo considerado como um itinerário com base em um contexto histórico e/ou temático. Na rota, existe uma sequência na ordem dos destinos a serem visitados e possui um ponto de início e um ponto final. Conceitos Básicos e Apoio à Comercialização de Produtos Segmentados (MTur e SEAD/UFSC, 2009).

Roteirização Turística: forma de organizar e integrar a oferta turística do País, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. A roteirização é voltada para a construção de parcerias e promove a integração, o comprometimento, o adensamento de negócios, o resgate e a preservação dos valores socioculturais e ambientais da região. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 7 (MTur, 2007).

Roteiro Turístico: itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 7 (MTur, 2007).

S

Segmentação da Demanda: identificação de certos grupos de consumidores caracterizados a partir das suas especificidades em relação a alguns fatores que determinam suas decisões, preferências e motivações. Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur, 2006).

Segmentação da Oferta: tipo de turismo que será oferecido ao visitante. A definição desses tipos de turismo é realizada a partir da existência de certas características comuns em um território, podendo ser ecoturismo, aventura, sol e praia, dentre outros segmentos. Segmentação do Turismo e o Mercado (MTur, 2010).

Segmentação do Turismo: forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. Segmentação do Turismo: marcos conceituais (MTur, 2006).

T **Tendência de Mercado:** sequências de eventos com força e durabilidade que podem revelar como será o futuro do consumo e quais oportunidades podem ser aproveitadas. Conceitos Básicos e Apoio à Comercialização de Produtos Segmentados. (MTur e SEAD/UFSC, 2009).

Trade Turístico: conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e prestadores de serviços turísticos. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 7 (MTur, 2007).

Transportadoras Turísticas: empresas que tenham por objeto social a prestação de serviços de transporte turístico de superfície, caracterizado pelo deslocamento de pessoas em veículos e embarcações por vias terrestres e aquáticas. Art. 28, Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Brasil, 2008).

Turismo Acessível: termo técnico para definir a possibilidade e condição do portador de deficiência alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico. Turismo Acessível: introdução a uma viagem de inclusão (MTur, 2009).

Turismo: conjunto de atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu habitat natural por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros. Programa de Regionalização do Turismo: módulo operacional 2 (MTur, 2007).

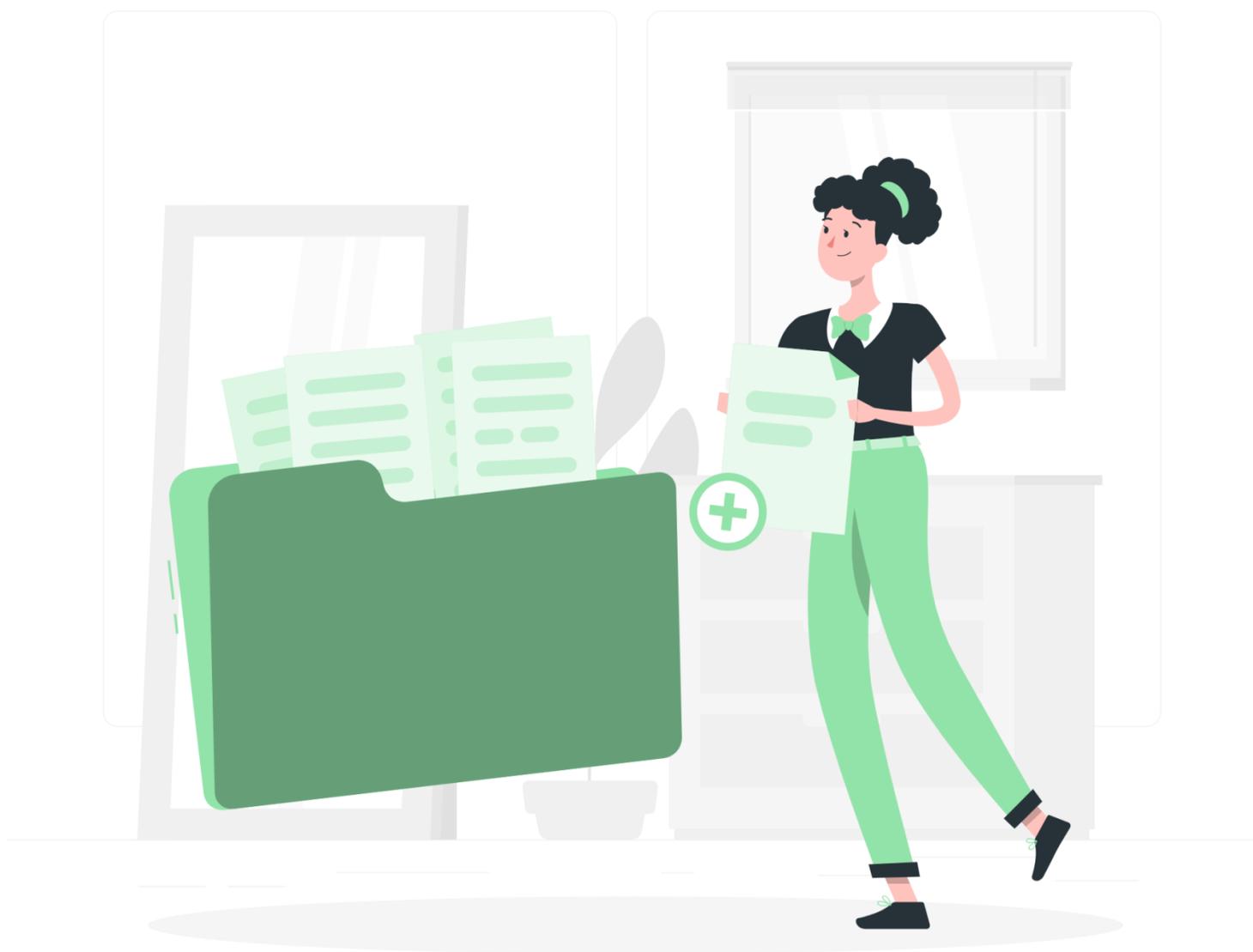
ANEXOS

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 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.

CAPITULO 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

Orientação para Gestão Municipal do Turismo

