

**MODELO DE TERMO DE REFERÊNCIA PARA ELABORAÇÃO DO PLANO DE  
DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DO TURISMO**

**MUNICÍPIO/DATA**

# **TERMO DE REFERÊNCIA PARA A ELABORAÇÃO DE PLANO DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DO TURISMO**

## **1. CONTEXTO**

A atuação do Ministério do Turismo é orientada pelas diretrizes definidas no Plano Nacional de Turismo, que estruturam um conjunto de estratégias e ações que norteiam o desenvolvimento do turismo brasileiro, alinhadas com as ações do Governo Federal e com o Plano Plurianual.

A multidisciplinariedade do setor, os impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais gerados pelo turismo exigem um processo de planejamento e gestão que oriente, discipline e se constitua em um importante instrumento para o desenvolvimento da atividade nos níveis local, regional e nacional.

A importância da atividade turística como indutora do desenvolvimento depende não somente da existência dos recursos naturais e culturais, mas de uma ação de planejamento e gestão eficaz e integrada entre o poder público e a iniciativa privada. Dessa forma, é preciso incorporar um conjunto de ações estruturadoras que elevem o nível de atratividade e competitividade desses recursos, de modo a transformá-los, efetivamente, em produtos turísticos.

Deste modo, cabe ao Ministério do Turismo promover, considerando as diretrizes do Plano Nacional de Turismo e do Programa de Regionalização do Turismo, a convergência das ações do MTur e do conjunto das políticas públicas setoriais nas regiões com foco na estruturação dos destinos turísticos.

Para o Ministério do Turismo, o processo de estruturação de destinos consiste em atuar a partir dos eixos do Programa de Regionalização do Turismo, em parceria com as Unidades da Federação, regiões e municípios, tendo como base seus respectivos níveis de desenvolvimento turístico.

Para alcançar seus objetivos, o MTur apoiará a elaboração, a implementação e o financiamento de planos e projetos, fundamentados nos eixos de atuação do Programa de Regionalização do Turismo, que orientam as ações estratégicas de apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo, que são traduzidas em 08 (oito) eixos de atuação e respectivas ações estratégicas:

### **1.1. Gestão Descentralizada do Turismo**

Efetivar a gestão descentralizada do turismo, de forma a articular e responder às demandas do setor, fortalecer a participação social, integrando as políticas públicas, compreendendo e atuando para, dentre outros:

- elaborar estudos estratégicos para o fortalecimento da política de turismo;
- apoiar a organização dos municípios, estados e regiões turísticas;
- apoiar a sensibilização e mobilização das comunidades e agentes turísticos;
- fortalecer as instâncias de governança de suporte à gestão descentralizada do turismo estadual, municipal, regional e macrorregional;
- articular e fortalecer os arranjos institucionais e setoriais;

- apoiar ações de fortalecimento dos entes que integram o Sistema Nacional de Turismo por meio da realização de seminários e oficinas de trabalho;
- apoiar a produção de material técnico, didático, institucional e a realização de estudos para subsidiar a implementação de ações de fortalecimento do turismo;
- observar as boas práticas, experiências e disseminação de conhecimento.

## **1.2. Planejamento e Posicionamento de Mercado**

A partir de dados e informações coletadas, subsidiar o planejamento e desenvolvimento de produtos turísticos (destinos, roteiros, serviços) a partir de elementos de identidade da oferta turística, observadas, também as características da demanda (público-alvo). O que se prevê é a utilização da segmentação turística desde o planejamento estratégico do território ao posicionamento dos produtos turísticos. Com isso, agrega-se atratividade à oferta turística, consolidam-se os produtos existentes e incentiva-se a inserção de novos produtos turísticos de qualidade nos mercados nacional e internacional. Consiste principalmente em:

- apoiar a elaboração, implementação, monitoramento e avaliação de planos estratégicos de desenvolvimento do turismo, incorporando a dimensão ambiental, visando antever possíveis impactos ambientais no momento da formulação do planejamento;
- realizar estudos para a identificação e fortalecimento de produtos ou roteiros turísticos a serem desenvolvidos;
- formatar, posicionar ou reposicionar produtos turísticos;
- realizar estudos e pesquisas acerca da oferta e demanda turística segmentada.

## **1.3. Qualificação Profissional, dos Serviços e da Produção Associada**

Inovação e competitividade de produtos e serviços advêm com o setor formalizado, regulado, qualificado e diversificado, integrando a diversidade das expressões culturais, agregando valor em todas as etapas dos seus processos de produção e operação, possibilitando a dinamização econômica das atividades nos territórios. Para tanto, torna-se necessário, dentre outros:

- mobilizar os prestadores de serviços turísticos para a formalização e cadastro no Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviço Turístico;
- informar o consumidor sobre a importância de se adquirir produtos de prestadores regularmente cadastrados no Cadastur;
- fomentar a classificação dos empreendimentos e equipamentos turísticos e adoção dos referenciais de qualidade definidos pelo Ministério do Turismo;
- fiscalizar prestadores de serviços turísticos nos Estados e municípios;
- identificar demanda de qualificação profissional e empresarial;
- estabelecer padrões e normas de atendimento;
- qualificar profissionais e empresas;
- desenvolver sistema de monitoramento e avaliação da qualificação realizada;

- promover certificação profissional;
- levantar demanda de ações para o fomento e integração da produção associada ao turismo;
- organizar e qualificar a produção associada ao turismo;
- definir estratégias para inserção dos produtos e serviços turísticos de base local.

#### **1.4. Empreendedorismo, Captação e Promoção de Investimento**

As dimensões econômicas, tecnológicas, empresariais, políticas e sociais podem se consubstanciar em oportunidades a serem potencializadas ou em riscos a serem minimizados, dependendo da capacidade de negociações de políticas que ampliem os meios técnicos, jurídicos e financeiros para a dinamização econômica dos negócios do turismo nos territórios. Demandam, principalmente:

- realizar estudos e pesquisas das oportunidades de investimentos no âmbito do ativo turístico brasileiro;
- divulgar informações acerca das oportunidades de investimento e financiamento da atividade turística;
- estabelecer parcerias público–privadas;
- divulgar linhas de crédito e modalidades de financiamento;
- promover incentivos fiscais e tributários;
- incentivar o associativismo, cooperativismo e empreendedorismo.

#### **1.5. Infraestrutura Turística**

A dinamização da atividade, a vocação e o protagonismo econômico no território possibilitam, por meio de iniciativas variadas de cooperação, tecnologias e fomento, incorporar valor agregado e ambiente favorável para o desenvolvimento do turismo. As estratégias de infraestrutura turística, conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele, necessitam, dentre outros:

- infraestrutura e equipamentos urbanos diretamente relacionados às atividades turísticas;
- infraestrutura de acesso, tais como estradas turísticas, ferrovias, pontes, rodovias, túneis e viadutos, orlas fluviais, lacustres e marítimas;
- terminais rodoviários, ferroviários, aeroviários, fluviais, lacustres e marítimos;
- edificações de uso público destinadas a atividades indutoras de turismo como centros de cultura, museus, casas de memória, centros de convenções, centros de apoio ao turista, teatros, centros de comercialização de produtos artesanais e mirantes públicos;
- restauração de edifícios, monumentos e conjuntos históricos;
- elaboração de projetos de infraestrutura turística.

## **1.6. Informação ao Turista**

Oferecer ao turista, informações seguras, atualizadas e completas sobre atrativos turísticos, eventos, infraestrutura, serviços, acessos e história da região ou município, com a recomendação de programas e atividades adequados ao perfil do turista. Para tanto, torna-se necessário, dentre outros:

- guias e mapas turísticos;
- banco de imagens e vídeos;
- portais (*site*) de regiões e destinos turísticos;
- redes sociais e novas mídias;
- sinalização turística;
- centro de atendimento ao turismo.

## **1.7. Promoção e Apoio à Comercialização**

Este eixo exige profissionais e serviços qualificados, infraestrutura, informações seguras e precisas, articulação da cadeia produtiva do turismo em redes de cooperação, de forma a se obter produtos estruturados e segmentados, adequados à promoção e comercialização. Requer, principalmente:

- campanhas promocionais e publicitárias, além da produção das respectivas peças;
- produção de materiais promocionais, tais como banners, cartazes, catálogos, folhetos, guias, livros, manuais, revistas, sacolas, pôsteres, postais, conteúdos digitais, vídeos e filmes;
- realização de famtrip e presstrip;
- organização de rodadas de negócios;
- participação em feiras e eventos.

## **1.8. Monitoramento**

Ações e projetos conduzidos a partir de uma visão geral de processo de mudança exige a aplicação de critérios cuidadosos de seleção de prioridades, análises das demandas e ofertas associadas às capacidades institucionais, de recursos técnicos, financeiros e de pessoas para produzir dados e informações precisas e confiáveis que possibilitem retroalimentar o ciclo de monitoramento da atividade turística no território. É imperioso e exige, dentre outros:

- mensuração da atividade do setor de turismo, sob o ponto de vista da oferta, em termos de estrutura produtiva, emprego e ocupação hoteleira (estoque e indicadores de ocupação) em nível municipal e estadual;
- mensuração da demanda turística internacional (receptiva e emissiva) e doméstica em termo de sua quantificação e caracterização;
- mensuração dos impactos das atividades turísticas em termos econômicos, ambientais e sociais;
- realização de estudos complementares, como avaliação das tendências de uso de novas tecnologias para a mensuração e análise do setor.

## **2. O PLANO DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DO TURISMO – CONCEITUAÇÃO**

O Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo é um instrumento de planejamento em uma área geográfica selecionada, que tem por objetivo principal orientar o crescimento do setor, estabelecendo as bases para a definição de ações, as prioridades, e a tomada de decisão. Deve, portanto, constituir o instrumento técnico de gestão, coordenação e condução das decisões da política turística e de apoio ao setor privado, de modo a dirigir seus investimentos e melhorar a capacidade empresarial e o acesso ao mercado turístico.

A estratégia de formulação do Plano deve, necessariamente: (i) prever a articulação da autoridade responsável pelo desenvolvimento turístico e representantes dos municípios da área, do setor empresarial turístico, de outras instituições cujas funções e decisões afetem direta ou indiretamente o desenvolvimento do turismo e das comunidades afetadas; (ii) contar com a participação de representantes dessas entidades e da sociedade nas diferentes fases de elaboração do plano; (iii) facilitar a comunicação e a troca de informação, o consenso sobre os objetivos do plano e o estabelecimento dos compromissos entre as partes; e (iv) contar com a validação pelo respectivo Conselho de Turismo, bem como pelo MTur.

A elaboração do Plano pressupõe, ainda, uma visão integrada da realidade da Área Turística sob os aspectos relacionados à cadeia produtiva do turismo (produto e mercado) e à gestão do turismo, além daqueles relacionados aos âmbitos social, econômico e ambiental, e à infraestrutura e serviços básicos (saneamento básico, energia elétrica, comunicação, acessos e transportes). O mesmo deverá propor objetivos, metas e diretrizes para o desenvolvimento da atividade turística, visando à melhoria da qualidade de vida das populações residentes na área selecionada, que resultem em um documento com informações necessárias à caracterização da situação atual, identificando seus problemas e oportunidades e definindo estratégias e ações.

A partir do planejamento, o MTur procura organizar as intervenções públicas para o desenvolvimento do setor. Além disso, possui uma ação direta na aplicação de recursos do Orçamento Federal em projetos de infraestrutura turística, planejamento estratégico e operacional dos destinos, fortalecimento da gestão, acesso a mercados e gestão ambiental, de modo a apoiar a estruturação, gestão e promoção do turismo no País, de forma regionalizada e descentralizada.

## **3. OBJETIVO**

O objetivo do presente Termo de Referência é orientar a elaboração do Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo da Área Turística (**nomear**), localizada no Estado ou Município de (**nomear**).

## **4. PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS**

A metodologia a ser desenvolvida para a elaboração do Plano da Área Turística (**nomear**), aqui entendida como o conjunto dos fundamentos teóricos, das técnicas e dos métodos empregados no desenvolvimento das atividades listadas nos próximos itens, deve considerar os seguintes princípios:

- Planejamento estratégico voltado ao mercado turístico: Definição de produtos e mercados para concentração de esforços, identificando-se os pontos fracos e fortes, as oportunidades e

as ameaças e analisando-se as medidas necessárias para a correção de rumo e a busca por maior competitividade.

- Desenvolvimento sustentável: atendimento aos turistas e melhoria da qualidade de vida da população local, mediante a geração de emprego e renda e a proteção dos recursos naturais e culturais; provisão de infraestrutura e melhoria dos espaços urbanos disponíveis e utilizáveis; prevenção e controle dos impactos estratégicos (oportunidades e riscos ambientais) decorrentes do desenvolvimento turístico.
- Planejamento participativo: com representantes dos setores públicos e privados, que intervenham ou possam ser afetados pelo turismo, incluindo as organizações sociais;
- Planejamento integrado: definição das ações necessárias para melhorar a competitividade da área como destino turístico em um único plano, independentemente dos responsáveis pela execução dessas ações e das fontes de financiamento.

## **5. CARACTERIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA DE SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA (AT)**

Neste item deverá ser mostrada a área de cobertura do Plano, com uma breve caracterização da área como um todo: física, social, econômica, mas sempre com enfoque nas atividades ligadas ao turismo. Informar a distância da capital, o principal portão de entrada do Estado, bem como os meios de acesso à região, de forma sucinta, a fim de situar melhor a região a ser trabalhada. Não há necessidade de detalhamento extenso, apenas dados para a contextualização da AT selecionada.

## **6. ATIVIDADES A DESENVOLVER**

Os trabalhos de elaboração do Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo deverão contemplar, no mínimo, as etapas e respectivas atividades técnicas apresentadas a seguir:

1. Formulação de Objetivos;
2. Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas;
3. Formulação de Estratégias;
4. Plano de Ação: Seleção de Procedimentos, Ações e Projetos.

### **Parte I - Formulação dos Objetivos do Plano**

Definição dos objetivos gerais e específicos do Plano e sua relação com as políticas de desenvolvimento turístico do País e do estado em que se localiza a área objeto do plano. Para serem operacionais, os objetivos devem ser precisos, hierarquizados em função de sua importância, coerentes com as condições do mercado e com as disponibilidades de orçamento, controláveis e assumidos pelo conjunto dos agentes envolvidos. Obviamente, os objetivos *específicos* não podem ser formulados com precisão até que se complete a fase de coleta de informação e diagnóstico, durante a qual serão enumerados os problemas prioritários a resolver, os instrumentos disponíveis etc. Se for necessário, entretanto, deve-se visualizar de algum modo a situação futura desejada, ou que se pretenda alcançar com o plano, com a finalidade de estabelecer limites e direcionar a coleta da informação requerida para o diagnóstico.

## Parte II – Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas

Nesta seção, propõe-se realizar uma coleta de informação, inclusive com pesquisa primária, caso necessário, que permita obter: (i) a avaliação da situação estrutural da atividade turística na Área; e (ii) a posição competitiva relativa da Área no mercado turístico, frente a consumidores e competidores. Para isto, a coleta e a análise da informação deverão cobrir desde a oferta e a demanda turística da Região até a situação da infraestrutura e dos serviços básicos, o quadro institucional e os aspectos socioambientais relacionados com as atividades turísticas.

### 1. Análise do mercado turístico (demanda e oferta) da Área Turística:

Para efeito prático e de sistematização da informação, recomenda-se realizar a análise do mercado turístico em função da vocação principal da Área Turística (atual ou potencial), traduzida nos tipos de turismo ou linhas de produto (de sol e praia, náutico, de aventura, cultural etc.) nos quais a Área queira apostar. A motivação principal da viagem ajuda a delimitar os diferentes tipos de turismo quando se está realizando a análise da demanda. A análise do mercado turístico deverá integrar os seguintes elementos:

- a) **Pesquisa Primária ou Secundária para a análise da demanda turística atual** da AT, que permita aprofundar o conhecimento do comportamento da demanda, uma vez no destino. Recomenda-se que a análise inclua:
  - Caracterização do perfil quantitativo dos visitantes atuais: volume registrado nos últimos anos, e projeções futuras (cinco anos);
  - Caracterização do perfil qualitativo dos segmentos atuais, incluindo: identificação da motivação da viagem, época de realização da viagem (alta e baixa temporada), permanência média, gasto médio, equipamento e serviços turísticos preferidos (hotel, apart-hotel etc.), meios de transporte escolhidos, modo de viajar (em família, com amigos etc.);
  - Identificação do portfólio estratégico de produtos turísticos (neste portfólio, deve-se discriminar os produtos turísticos preferidos atuais).
- b) Pesquisa Primária ou Secundária para a **Análise da demanda turística potencial** AT, que permita identificar os turistas que ainda não tenham chegado, mas que poderiam chegar, apontando suas motivações e características principais:
  - Identificação dos segmentos potenciais e de elementos críticos que influem no processo de tomada de decisões de compra da viagem: distância a percorrer, custos, nível de serviço, nível de segurança, atrativos existentes, divulgação do destino;
  - Grau de conhecimento e interesse da demanda potencial pela Área Turística;
  - Identificação dos destinos competidores, em função dos diferentes segmentos potenciais.
- c) Pesquisa Primária ou Secundária para a **análise da oferta turística da Área Turística**, identificando-se os principais gargalos existentes. A oferta turística refere-se tanto ao suporte natural ou patrimonial de uma área geográfica, como aos equipamentos e instalações turísticas necessárias para o aproveitamento do referido suporte, por meio do



consumo turístico. No âmbito do Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo, deve-se analisar o estado da oferta, incluindo, especificamente:

- *Identificar e analisar os recursos ou atrativos turísticos, de base natural ou patrimonial, em função dos tipos de turismo e linhas de produto nos quais a Área Turística pretende apostar*, avaliando-se seus pontos fortes e suas deficiências. Isto implica que a entidade responsável pela elaboração do Plano analise as atuais condições de visita *versus* as condições potenciais, os sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos, a sinalização informativa e interpretativa que será conveniente implementar ou melhorar, a necessária adequação dos recursos humanos, o nível de segurança e o tipo de gestão requerida, para cada tipo de recurso ou atrativo turístico, etc.
- Junto com o estudo dos recursos ou atrativos turísticos, é preciso também proceder à avaliação dos equipamentos e serviços turísticos existentes, com o propósito de determinar se a oferta existente é capaz de satisfazer à demanda atual e potencial, tanto em termos quantitativos como qualitativos. A análise deve ser realizada segundo a ótica dos diferentes sub-setores de atividade (alojamento, alimentação, animação e lazer, congressos e convenções, operadores receptivos, informação turística, etc.). A entidade responsável pela elaboração do Plano deve analisar os seguintes elementos:

Número de estabelecimentos;

Capacidade, número de quartos - número de leitos;

Número de empregos gerados;

Taxa de ocupação.

Esta análise quantitativa dos equipamentos e serviços turísticos deve ser completada do ponto de vista qualitativo, detalhando-se os seguintes aspectos:

- a. Tipos e níveis de serviço prestado, principais falhas de serviços, diversificação dos serviços, possibilidade ou não de melhorá-los com novas instalações, níveis de qualidade;
- b. Análise da necessidade de capacitação de mão de obra para o turismo, em função dos subsetores de atividade turística (alojamento, alimentação etc.), por meio da verificação de oferta, nível de capacitação e demanda atual e futura. Indicar a necessidade da promoção de cursos de capacitação na área de turismo.

## **2. Análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados na Área Turística:**

A este componente corresponde um dos condicionantes mais evidentes do desenvolvimento turístico, já que inclui os elementos que sustentam a atividade social e produtiva: traçado das redes de comunicação, saneamento, energia, rede bancária, comércio etc. Nesta seção, pretende-se diagnosticar os aspectos relacionados com a atividade turística em **termos de capacidade atual dos serviços e suas principais carências, frente ao incremento futuro e à pressão do consumo**, em função dos objetivos propostos no Plano, considerando:

- a) Rede viária de acesso à Área e principais atrativos, contendo informações sobre: condições de tráfego das rodovias e da sinalização; vinculação com os atrativos turísticos; condições adversas e problemas socioambientais associados (invasão de

faixas de domínio, deficiências de drenagem, pontos de erosão); informações relevantes sobre portos, aeroportos e ferrovias e sua vinculação com o turismo na área. Sistema de transporte urbano, frequência e qualidade dos serviços; outras opções de locomoção nas zonas urbanas;

- b) Sistema de abastecimento de água: população atendida, indicando as áreas urbanas carentes de atendimento e sistemas de controle e qualidade da água distribuída;
- c) Nível de cobertura do sistema de esgotamento sanitário: população atendida, áreas urbanas não atendidas, grau de tratamento e pontos de lançamento dos efluentes;
- d) Nível de atendimento do sistema de limpeza urbana: população atendida, áreas urbanas não atendidas, frequência de coleta e de limpeza nos principais pontos turísticos e disposição final dos resíduos sólidos;
- e) Situação da rede de drenagem pluvial: áreas urbanas atendidas, eventual ocorrência de inundação, população atingida e danos decorrentes;
- f) Condições dos sistemas de comunicação: cobertura dos serviços de telefonia fixa e móvel e internet;
- g) Cobertura da iluminação pública: áreas urbanas atendidas, eventuais interrupções de fornecimento de energia;
- h) Atendimento dos serviços de saúde: distribuição de postos, serviços ambulatoriais e capacidade de internação em hospitais ou clínicas especializadas e outros serviços correlatos;
- i) Situação de segurança referente ao aparato policial, corpo de bombeiros, salva-vidas, equipes de resgate e salvamento, nível de segurança oferecido à população e aos turistas, zonas de risco ou áreas com alta incidência de criminalidade.

### **3. Análise do Quadro Institucional da Área Turística**

- a) Órgãos e Instituições (Federais, Estaduais, da Região ou Municipais), públicas e privadas, que atuam na gestão do turismo, com indicação do nível de governança (quando aplicável), quadro de pessoal e qualificação dos profissionais;
- b) Impactos e limitações das políticas públicas e da capacidade de gestão pública sobre o desenvolvimento do turismo no nível local e no conjunto da área turística;
- c) Organização e coordenação do processo de planejamento turístico: indicando instrumentos específicos (planos, ações e projetos, entre outros);
- d) Legislação urbanística, ambiental e turística, indicando, caso aplicável, necessidades específicas e aspectos críticos para o desenvolvimento turístico.

### **4. Análise dos aspectos socioambientais na Área Turística**

Análise das condições ambientais da Área Turística, orientada para identificar antecipadamente as características e fragilidades socioambientais mais relevantes, os principais riscos e salvaguardas a considerar nas etapas de planejamento e ordenamento da atividade turística, os requisitos especiais a considerar nos estudos ambientais e sociais especificamente referentes às obras; indicadores socioambientais cujo desempenho será necessário melhorar ou implementar.

- a) Identificação e avaliação dos impactos no meio ambiente que já tenham sido causados por atividades turísticas. Identificação e descrição de áreas degradadas, suscetíveis de ocupação ou em risco de deterioração, contemplando: fatores de degradação (desmatamento clandestino, incêndios, usos inadequados); situação de qualidade dos recursos físicos e bióticos; usos potenciais; necessidades de reabilitação;
- b) Gestão ambiental pública: identificação de órgãos, instituições, políticas públicas e programas de gestão ambientais instalados ou desenvolvidos na área; metas de qualidade; medidas de proteção ambiental que afetam o desenvolvimento do turismo; capacidade institucional dos municípios e das entidades estaduais para a gestão ambiental, indicando os escritórios e equipes instalados na área; eficiência da fiscalização nas unidades de conservação;
- c) Gestão ambiental nas empresas privadas: programas de certificação ambiental das empresas turísticas da AT (consolidados ou em implementação);
- d) Instrumentos de planejamento e controle territorial: Zoneamento Econômico-Ecológico, planos diretores municipais; vigência de planos, programas e projetos de outros setores de interface com o turismo, notadamente os referentes à gestão ambiental e ao desenvolvimento social; avaliação dos projetos ambientais programados ou em implantação relacionados à conservação de Unidades de Conservação e outras áreas protegidas, estágio de implementação e respectivas fontes de recursos.

## **5. Consolidação do Diagnóstico Estratégico**

A compilação de dados indicados nas seções anteriores deve permitir a consolidação analítica do diagnóstico, em termos estratégicos, da área turística selecionada e de sua área de influência. Este diagnóstico deve cobrir, pelo menos, os seguintes elementos:

- Análise dos produtos atualmente consolidados na Área que são as mais rentáveis e as que ainda têm possibilidade de maior crescimento e que, portanto, é conveniente sustentar e reafirmar; (ii) as linhas de produtos ainda emergentes ou não exploradas que têm maior potencial ou possibilidade de crescimento na Área, nas quais se deve concentrar esforços;
- Análise da importância dos atrativos ou recursos turísticos: O real valor do potencial turístico de uma área não é medido somente pelo número de atrativos que contém, mas sim, principalmente, pela qualidade dos mesmos. Assim, a hierarquização da importância das zonas turísticas depende tanto da quantidade como da qualidade dos atrativos nela incluídos.

Embora haja múltiplas possibilidades de classificação e hierarquização dos recursos turísticos, há certo consenso sobre os três critérios principais que determinam sua qualidade: (i) as *preferências dos usuários* ou o grau de interesse que o recurso desperta na demanda (local, nacional ou internacional); (ii) a *singularidade* do recurso (sua raridade ou originalidade); e (iii) sua *disponibilidade em tempo*, determinada, por exemplo, pelo grau de tempo favorável para o seu uso (no caso de uma praia, o número de dias por ano de condições meteorológicas adequadas).

A entidade responsável pela elaboração do Plano deve explicitar a metodologia usada para a classificação e a hierarquização dos atrativos na área selecionada, analisando os três critérios acima mencionados. As conclusões de tal análise devem ser claras e explícitas em relação ao grau de potencialidade turística da área, em função de tipos de turismo e mercados-meta.

- Identificação das áreas críticas de intervenção, em cada segmento, e dos atores locais que são necessários mobilizar;
- *Estruturação da Matriz SWOT.* Deverá ser apresentada uma avaliação das oportunidades e riscos cruzados com os pontos fortes e fracos dos aspectos/ temas relevantes para o turismo. Neste sentido, recupera-se o diagnóstico realizado, para os aspectos/ temas relevantes para o turismo e caracterizados nas suas oportunidades, riscos, pontos fortes e fracos. É de fundamental importância incluir na matriz SWOT os aspectos ambientais e sócio-culturais. Isto permitirá incorporar a análise dos potenciais impactos e definir estratégias de desenvolvimento do turismo em base sustentável. A análise da matriz SWOT deverá ser feita em conformidade às suas características específicas, com ênfase no indicativo das tendências de desenvolvimento. O resultado dessa análise deverá nortear as Estratégias Turísticas, o Plano de Ação, e a priorização das ações, capitalizando as tendências desejáveis e garantindo as condições mínimas para tratamento de pontos críticos, quer seja de desenvolvimento, quer seja de sobrevivência.

### **Parte III - Estratégias de Desenvolvimento Turístico**

As estratégias determinam as grandes linhas de ação necessárias para a consecução dos objetivos propostos. Em função do diagnóstico realizado e das áreas críticas de intervenção identificadas, as estratégias devem determinar as prioridades de desenvolvimento da atividade turística na Área, levando em conta, pelo menos, os seguintes âmbitos de atuação:

- (i) O posicionamento turístico desejável para a Área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;
- (ii) A valorização e a exploração dos atrativos turísticos principais; os produtos e os tipos/segmentos turísticos nos quais é necessário concentrar esforços e a seleção do *portfólio* estratégico de produtos-segmentos de demanda-meta,
- (iii) As infraestruturas e os serviços básicos requeridos;
- (iv) O quadro institucional requerido, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública de turismo e meio ambiente em nível local; e
- (v) As diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais da Área Turística, durante o desenvolvimento da atividade turística.

### **Parte IV- Plano de Ação: Seleção de Procedimentos, Ações e Projetos.**

#### **1. Visão Geral e Ações Previstas**

O Plano de Ação deve apresentar uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimento a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável, independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis. Deve estabelecer a relação de cada ação com as estratégias, vinculando-as aos

objetivos, tais como, o aumento do emprego e da renda proveniente dos turistas, o aumento dos benefícios para a população envolvida etc.

As ações propostas devem ser agrupadas por eixo de atuação do Programa de Regionalização do Turismo, preparando-se uma descrição do seu conjunto, com as seguintes indicações:

- a) Ação proposta;
- b) Descrição da ação;
- c) Objetivo;
- d) Justificativa;
- e) Benefícios e beneficiários;
- f) Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei;
- g) Custo Estimado;
- h) Produtos e Resultados.

## 2. Dimensionamento do Investimento Total

Após a identificação das ações por eixo de atuação e por município, e o correspondente dimensionamento dos investimentos, deverá ser estruturado um quadro que indique os investimentos totais a serem realizados.

## 3. Avaliação dos Impactos Potenciais da implementação das ações.

- a) Para cada ação deverá ser apresentada uma classificação preliminar dos impactos esperados, positivos e negativos (somente os impactos significativos), conforme modelo exemplificativo abaixo;
- b) Seleção de alguns parâmetros a serem usados como indicadores dos impactos e efeitos avaliados nos itens anteriores e, a partir deles, definição das ações de acompanhamento e monitoramento dos impactos na implementação das ações.

### **QUADRO 1 : EXEMPLO DE MATRIZ DE IMPACTOS POTENCIAIS**

#### **Avaliação dos Impactos Potenciais da implementação das ações**

Ação**	IMPACTOS POTENCIAIS*							
	AMBIENTAIS		SOCIAIS		ECONÔMICOS		CULTURAIS	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
	DESCRIÇÃO SUCINTA DOS IMPACTOS ESPERADOS PARA CADA AÇÃO							

## 7. PRODUTOS E PRAZOS

Neste item, devem ser discriminados os produtos relacionados com os respectivos prazos e formas de apresentação pela empresa contratada. O texto e o quadro que seguem são uma sugestão, devendo ser adaptados às dimensões das atividades técnicas e às características da área turística.

A duração dos trabalhos de elaboração do Plano não deve exceder a 180 dias, contados a partir da data de assinatura do contrato de prestação de serviços de consultoria. Os produtos intermediários, as formas e os percentuais de pagamento e os respectivos prazos de entrega estão discriminados no Quadro 1: Cronograma Físico-financeiro. O produto final corresponderá ao Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo da Área (nomear), sob a forma de relatório completo, conciso e tecnicamente embasado, em linguagem que permita leitura ágil e fácil identificação da linha argumentativa que foi seguida.

### **QUADRO 1: CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO**

<b>Produtos</b>	<b>Descrição</b>	<b>Prazo</b>	<b>Desembolso</b>
<b>Produto 1</b>	a. Plano de Trabalho: Planejamento e cronograma dos Trabalhos; b. Relatório contando os resultados das atividades descritas no item <b>Parte I – Formulação dos Objetivos do Plano</b>	15 dias	10%
<b>Produto 2</b>	Relatório contendo os resultados das atividades descritas no item <b>Parte II – Diagnóstico Estratégico da área e das Atividades Turísticas.</b>	60 dias	20%
<b>Produto 3</b>	Relatório contendo os resultados das atividades descritas na <b>Parte III – Estratégias de Desenvolvimento Turístico.</b>	15 dias	10%
<b>Produto 4</b>	Relatório contendo os resultados das atividades descritas no item <b>Parte IV – Plano de Ação.</b>	30 dias	20%
<b>Produto 5</b>	<b>Versão preliminar do Plano</b> , contendo a consolidação dos relatórios anteriores.	30 dias	20%
<b>Produto 6</b>	Versão final do Plano, contendo o Resumo Executivo e o registro dos processos de participação pública e validação do Plano.	30 dias	20%

**Todos** os produtos deverão ser apresentados dentro dos prazos estipulados para aprovação e posterior pagamento por parte da contratante.

## 8. FORMA DE APRESENTAÇÃO

Este item poderá ser adequado às especificações do órgão contratante.

Os produtos devem ser escritos em língua portuguesa e entregues em 02 (duas) vias originais, impressas em qualidade "Laserprint" ou similar, em papel formato A4, de acordo com as Normas da **Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)**. Os mapas, desenhos e gráficos deverão ser apresentados de modo adequado para sua perfeita compreensão, em CD-Rom, formatados para ARCINFO, ARCVIEW ou ERDAS, e em quatro vias originais.

A versão final deve ser fornecida em capa dura, bem como em CD-Rom, formatado e gravado no editor de texto "Word" da Microsoft, de comum acordo com o contratante. Também deve seguir as seguintes instruções durante a redação dos documentos finais e intermediários. A formatação dos documentos, tanto na versão preliminar, como na final, deverá observar as normas da ABNT.

O material cartográfico de fonte secundária deverá ser entregue em 02 (duas) vias originais, em escalas e formatos previamente aprovados pela equipe de trabalho, de acordo com as normas brasileiras. Todas as informações georeferenciadas devem ser entregues CD-Rom, e apresentadas em formato para ARCINFO, ARCVIEW e/ou ERDAS.

Todos os produtos auxiliares, mapas, tabelas, gráficos ou material necessário para melhor compreensão do plano poderão aparecer como Anexos, de forma a manter o corpo principal do plano mais coeso e sucinto.

A versão final do Plano deverá sofrer uma revisão profissional da gramática e da ortografia, a cargo do Contratado.

## 9. QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA

A equipe que realizará os trabalhos de formulação do Plano deverá incluir, no mínimo, profissionais, conforme **Quadro 2**.

### QUADRO 2 – EQUIPE TÉCNICA MÍNIMA PARA A ELABORAÇÃO DO PLANO

ITEM	DISCRIMINAÇÃO DO PROFISSIONAL
1	<b>Coordenador do projeto</b> Nível superior, com experiência comprovada de no mínimo 5 anos em gerenciamento de projetos envolvendo múltiplas instituições.
2	<b>Especialista em Programação e Monitoramento</b> Nível superior, com experiência comprovada de no mínimo 5 anos no uso de técnicas de programação envolvendo múltiplas instituições e com prática na aplicação de processos de monitoramento.
3	<b>Especialista em Urbanismo</b> Nível superior em arquitetura e/ ou urbanismo, com no mínimo 5 anos de experiência na elaboração e supervisão de projetos de urbanização.
4	<b>Especialista em Patrimônio Histórico</b> Nível superior em arquitetura, com no mínimo 5 anos de experiência na elaboração e supervisão de projetos de conservação/ preservação/ recuperação/ reabilitação de Patrimônio Histórico.
5	<b>Especialista em Fortalecimento da Gestão Municipal</b> Nível superior em Administração, preferencialmente em Administração Pública, Direito ou Engenharia, com no mínimo 5 anos de experiência na elaboração e supervisão de estudos, planos e projetos de desenvolvimento institucional de órgãos públicos.
6	<b>Especialista em Meio Ambiente</b> Nível superior na área de Ciências Naturais, Engenharia Ambiental ou afins, com especialização e/ ou

	mestrado na área sócio-ambiental e experiência de, no mínimo, 5 anos em gestão ambiental envolvendo a preparação e/ ou implantação de obras de infraestrutura e urbanismo e experiência comprovada na coordenação e/ ou execução de estudos de avaliação ambiental (EIA/RIMA, PCA, PRAD etc.) e acompanhamento de processos de licenciamento.
7	<b>Especialista em Planejamento Turístico</b> Nível superior, preferencialmente na área de Turismo, com especialização em planejamento e gestão do turismo no setor público, com experiência de, no mínimo, 5 anos de trabalho em organizações relacionadas com a gestão e promoção de destinos turísticos com responsabilidades gerenciais.
8	<b>Especialista em Estudos e Análise de Viabilidade</b> Nível superior, com graduação em economia ou administração e especialização em viabilidade de programas e com experiência de, no mínimo, 5 anos em avaliação de projetos.
9	<b>Especialista em Projetos de Infraestrutura</b> Nível superior em engenharia civil, com no mínimo 5 anos de experiência na elaboração e supervisão de projetos de obras civis em transportes, saneamento ou urbanização de áreas, com conhecimento das tecnologias e materiais mais recomendáveis na região.

## 10. PARTICIPAÇÃO PÚBLICA E VALIDAÇÃO DO PLANO

Como parte dos serviços de consultoria, previsão no orçamento da organização e da realização de eventos de participação e validação do Plano (reuniões técnicas, oficinas, audiências públicas), com a participação de representantes da contratante, dos órgãos governamentais envolvidos, do *trade* turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da Área Turística.

Deverá ser explicitado se o Conselho Regional de Turismo já está instalado ou se está em vias de instalação indicando sua composição e funcionamento.

Deverão ser realizados e amplamente divulgados, no mínimo, dois eventos de participação pública, durante a execução dos trabalhos com o objetivo de divulgar os resultados, discutir as propostas e receber sugestões dos participantes, preferencialmente, nos seguintes momentos:

1. Após a aprovação do produto referente ao diagnóstico da Área Turística (Produto 2) deverá ser realizada uma Oficina Pública;
2. Após aprovação da versão preliminar deverá ser realizada uma **Audiência Pública** para validação final do Plano.

## 11. DOCUMENTOS DISPONÍVEIS PARA CONSULTA

Indicação dos subsídios técnicos e listagem das informações que estarão disponíveis para a empresa a ser contratada, em apoio à execução dos serviços: bibliografia, documentos e relatórios técnicos, mapas, fotografias aéreas, sistemas de informação geográfica, dados de qualidade ambiental (verificar com as entidades de meio ambiente), estatísticas demográficas, sociais e econômicas e demais informações sobre a área e as atividades turísticas.

## 12. ORÇAMENTO DOS SERVIÇOS

Deverá ser apresentada planilha de discriminação dos custos, conforme modelo que segue:



**QUADRO 4: PLANILHA DE CUSTOS (ORÇAMENTO)**

<b>ORÇAMENTO ESTIMATIVO</b>					
<b>ITEM</b>	<b>ESPECIFICAÇÃO/DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>UNIDADE</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>PREÇO</b>	<b>PREÇO</b>
				<b>UNITÁRIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>A</b>	<b>EQUIPE TÉCNICA</b>				
<b>1</b>	<b>PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR</b>				
	<b>Subtotal - 1</b>				<b>0,00</b>
<b>2</b>	<b>PESSOAL AUXILIAR</b>				
	<b>Subtotal - 2</b>				<b>0,00</b>
	<b>Subtotal A (1+2)</b>				<b>0,00</b>
<b>3</b>	<b>OUTRAS DESPESAS</b>				
	<b>Subtotal - 3</b>				<b>0,00</b>
	<b>Subtotal A (1=2) + 3</b>				<b>0,00</b>
	<b>TOTAL GERAL</b>				<b>0,00</b>
<b>Fonte:</b>					
<b>Responsável pelo Orçamento Estimativo</b>			<b>Cargo:</b>		