

# Plano Diretor de Turismo

## PLANO DE AÇÕES E INVESTIMENTOS (PAI) - ETAPAS IV E V Março/2016

**INICIATIVA:**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE TUPÃ/SP**

**EXECUÇÃO:**  
**SAFRA PLANEJAMENTO E GESTÃO  
LTDA. – ME**



## EMPRESA DE PLANEJAMENTO CONTRATADA



### **SAFRA GEOTECNOLOGIA E GESTÃO LTDA - ME**

CNPJ: 08.021.788/0001-24

R. Doutor Bruno Chaves, 175, Três Vendas

CEP 96055-040 - Pelotas /RS

[www.safraplanejamento.com.br](http://www.safraplanejamento.com.br)

### **EQUIPE TÉCNICA**

#### **Fabício Vergara Mota**

Arquiteto e Urbanista - Especialista em Geoprocessamento CAU A32284-9

Gerente de Projeto

#### **Luciana Quevedo Nunes Honda**

Arquiteta e Urbanista - Especialista em Planejamento Ambiental CAU A29674-0

Coordenadora Geral

#### **Márcio Marchetti**

Bacharel em Geografia - Mestre em Geografia - CREA-PR 133609

#### **Maurício Fernandes da Silva**

Advogado - Mestre em Direito - OAB-RS 53419

#### **Cristiane Thiemi Matsuoka**

Engenheira Cartógrafa - Engenheira de Segurança do Trabalho CREA RS-147.303

#### **Tatiane Monteiro Caldeira**

Assistente Social CRESS 9744 - 11ª Região/PR

#### **Andréia Cristina da Cruz**

Socióloga

#### **Eduardo Valero Molina**

Auxiliar de Geoprocessamento

#### **Vinicius dos Santos Pinto**

Estagiário

## **EQUIPE TÉCNICA MUNICIPAL**

Decreto nº 7.612 de 15 de Julho de 2015.

**Geraldo Magela da Silveira Campos**

Secretário Municipal de Governo

**Talitha Fiorini Dalacosta**

Secretária Municipal de Relações Institucionais

**Márcia Félix dos Reis Lima**

Secretária Municipal de Turismo

**Charles dos Passos**

Secretário Municipal de Cultura

**Eng. Renan Victor Pontelli**

Secretário Municipal de Agricultura e Meio Ambiente

**Dr. Thiago Leandro Bereta Moreno**

Secretário Municipal de Assuntos Jurídicos

**Valentim Cesar Bigeschi**

Arquiteto

## **COMISSÃO DE ACOMPANHAMENTO**

Decreto nº 7.612 de 15 de Julho de 2015.

**Antônio Alves de Souza**

Vereador

**Mário Vieira dos Santos**

Conselho Municipal de Turismo

**Eng. Luiz Francisco Quinzani Jordão**

Associação dos Engenheiros, Arquitetos e Agrônomos de Tupã e Região

**Márcio Roberto Camulcia**

Associação Sociocultural e Turística dos Moradores de Varpa

**Dirceu Luiz Michelin**

Associação Comercial e Industrial de Tupã - ACIT

**Eng. Agrônomo Jorge Gonçalves Dias**

Associação de Turismo Rural de Tupã

**Luiz Carlos Rodrigues**

Associação de Moradores

**Antônio de Fáveri**

Rádio Tupã

## SUMÁRIO

EMPRESA DE PLANEJAMENTO CONTRATADA .....	II
EQUIPE TÉCNICA .....	III
COMISSÃO DE ACOMPANHAMENTO .....	IV
SUMÁRIO .....	V
LISTA DE FIGURAS.....	VI
LISTA DE SIGLAS.....	VII
<b>PLANO DE AÇÕES E INVESTIMENTOS (PAI) - APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>1. PLANEJAMENTO E GESTÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE TURISMO. 13</b>	
<b>2. ESTRUTURAÇÃO E ORDENAÇÃO TURÍSTICA.....</b>	<b>15</b>
<b>3. CAPACITAÇÃO, SENSIBILIZAÇÃO E CONHECIMENTO PARA O TURISMO .....</b>	<b>18</b>
<b>4. DIVERSIFICAÇÃO E PROMOÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA.....</b>	<b>21</b>
<b>5. GESTÃO DO MERCADO TURÍSTICO.....</b>	<b>24</b>
<b>6. INDICADORES PARA A AVALIAÇÃO DAS AÇÕES PREVISTAS NO PAI 26</b>	
INDICADORES ECONÔMICOS.....	27
INDICADORES PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO ..	28
LIMITAÇÃO DOS INDICADORES .....	30
VOLUME DE CRÉDITO DESTINADO AO SETOR .....	33
TURISMO E MELHORIAS SOCIAIS.....	33
CENÁRIO ECONÔMICO MUNDIAL - PROJEÇÕES PARA 2050 .....	34
ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL .....	34
<b>PARECER TÉCNICO.....</b>	<b>36</b>
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	38
SUPERVISÃO GERAL.....	42

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Participação do Turismo na Economia Brasileira (em U\$ bilhões).....	32
Figura 2 – Estoque de Ocupações Formais nas Atividades Características do Turismo - ACTS.....	33
Figura 3 – Distribuição da População.....	34

## **LISTA DE SIGLAS**

PAI – PLANO DE AÇÕES E INVESTIMENTOS

PDT – PLANO DIRETOR DE TURISMO

PDM – PLANO DIRETOR MUNICIPAL

DADE – DEPARTAMENTO DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO DAS ESTÂNCIAS

PPA – PLANO PLURIANUAL

LOA – DEI DO ORÇAMENTO ANUAL

LDO – LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS

PCCS – PLANO DE CARGOS, CARREIRAS E SALÁRIOS

PIB – PRODUTO INTERNO BRUTO

BNDS – BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO

CEF – CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

BASA – BANCO DA AMAZÔNIA

BNB – BANCO NACIONAL DO NORDESTE

SIG – SISTEMA DE INFORMAÇÕES GEOGRÁFICAS

NBR – NORMA BRASILEIRA

RPPN – RESERVA PARTICULAR DO PATRIMÔNIO NATURAL

PIT – POSTO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

SESC – SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO

SENAR – SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL

FEIRART – FEIRA DE ARTESANATO

EXAPIT – EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA E INDUSTRIAL DE TUPÃ

APRECESP – ASSOCIAÇÃO DAS PREFEITURAS DAS CIDADES ESTÂNCIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

CADASTUR – SISTEMA DE CADASTRO DE PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS QUE ATUAM NA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO

OCDE – ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO

UNEP – UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME

WTO – WORLD TRADE ORGANIZATION

WTTC – WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL



# PLANO DE AÇÕES E INVESTIMENTOS (PAI) - APRESENTAÇÃO

O documento a seguir tem por objetivo apresentar ao Poder Executivo, ao Poder Legislativo, à Equipe Técnica Municipal e à Comissão de Acompanhamento do Plano Diretor de Turismo, o produto do Plano de Ação e Investimentos (PAI) – referente às Etapas IV e V do trabalho, em cumprimento ao Contrato de Prestação de Serviços nº 115/2015, firmado entre a Estância Turística de Tupã e a empresa Safra Planejamento e Gestão.

O PAI trata do indicativo das ações que terão prioridade no Plano Diretor de Turismo (PDT), resultado das Etapas II e III (Inventário Turístico e Diagnóstico), com a hierarquização de investimentos em infraestrutura básica e social, equipamentos em geral e ações socioespaciais e institucionais.

Nele são apresentadas as estimativas de custos de instalação e implantação das ações para o horizonte de 20 anos, a compatibilidade destes custos com a projeção orçamentária, assim como as verbas que poderão advir de ações políticas e/ou conveniadas, principalmente provindas do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias (DADE).

No PAI Municipal são elencadas as ações para os eixos estratégicos de atuação. As ações são descritas de acordo com os seguintes eixos estratégicos:

- Planejamento e Gestão do Sistema Municipal de Turismo;
- Estruturação e Ordenação Turística;
- Capacitação, Sensibilização e Conhecimento para o Turismo;
- Diversificação e Promoção da Oferta Turística;
- Gestão do Mercado Turístico.

As ações contempladas no PAI foram hierarquizadas para o período entre 2017 e 2037, sendo resultantes, primordialmente, das Etapas II e III do trabalho (Inventário Turístico e Diagnóstico de Gestão. São 44 ações definidas no total.

Desta forma, as ações foram classificadas em prazo imediato (até 2 anos), curto (de 2 a 4 anos), médio (de 5 a 10 anos) e longo prazo (de 10 a 20 anos – revisão das ações), sendo estimados valores para a execução das medidas, bem como apontadas possíveis fontes de recursos a que a administração pública poderá recorrer, tanto para financiamento quanto para desenvolvimento de projetos a fundo perdido.

Para definição das ações prioritárias (Etapa V) adotou-se o critério de estabelecer as principais ações para cada eixo estratégico, respeitando, para tanto, o período de dois anos.

Cabe destacar que despesas com manutenção de atividades e custeio da Administração Municipal, inclusive com o pessoal ativo e inativo, não serão objeto de financiamento nem consideradas para efeito de contrapartida dos municípios aos projetos.

Várias medidas apontadas no PDT poderão ser tomadas sem custos adicionais aos que o Município já possui, bastando apenas adotar medidas administrativas de forma a racionalizar e otimizar procedimentos e ações, especialmente na área institucional. Isso dará mais agilidade e eficiência à máquina administrativa.

Tais previsões por si só não asseguram a eficácia do PDT, necessitam de medidas de implementação, desenvolvimento de projetos e ações efetivas preconizadas neste Plano.

Nas proposições das ações foram levados em conta o Plano Plurianual (PPA), a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) e a Lei do Orçamento Anual (LOA), entre outros planos governamentais setoriais correlatos. Além disso, foram levadas em consideração as propostas provenientes da Comunidade, levantadas por meio das Oficinas de trabalho, bem como durante a realização de todos os eventos públicos do processo de elaboração do PDT.

As políticas públicas setoriais já implantadas no município também foram levadas em consideração na formulação destas ações.

Entretanto, os planos e políticas públicas, nos aspectos de implementação podem sofrer alterações em função de políticas governamentais ou fortes impactos na economia, devendo as ações e metas contempladas serem revisadas e adaptadas às novas condições, quando da sua implantação.

A compatibilização de planos setoriais é um processo bilateral, já que quase sempre estes são formulados em momentos diferentes, fato que exigirá complementações de um ou de outro plano. Os planos, por sua própria natureza não são estáticos, devendo, sempre que necessário, sofrer adaptações e atualizações.

Para atribuição dos valores estimados para cada ação foram realizadas diversas consultas junto a fornecedores, publicações, sites especializados e prefeituras que estão implementando projetos semelhantes. Estes valores são estimados levando-se em conta a realidade econômica e de mercado atual (2016), o que exigirá da administração municipal atualização e adaptação dos custos conforme detalhamentos em projetos específicos elaborados e implantados no devido tempo.

Por fim, a identificação de algumas das possíveis fontes de financiamento por si só não garante a obtenção dos recursos, devendo vir acompanhada de projetos específicos, gestão administrativa e política para a concretização de financiamentos.

# 1. PLANEJAMENTO E GESTÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE TURISMO

O “Planejamento e Gestão do Sistema Municipal de Turismo” é a base fundamental para estruturar e dinamizar com eficiência a administração da atividade turística no Município, desenvolvendo mecanismos para que o poder público possa articular e organizar o setor.

Este eixo tem como foco a organização da estrutura interna da Secretaria Municipal de Turismo, bem como sua articulação institucional e desenvolvimento tecnológico.

## AÇÕES

- Adequar a estrutura organizacional da Secretaria Municipal de Turismo com objetivo de arranjar com maior eficiência os recursos humanos disponíveis e Criar um Plano de Carreiras, Cargos e Salários – PCCS;
- Elaborar um plano de comunicação interna com destaque para atualização contínua do web site oficial do turismo ([www.turismotupa.com.br](http://www.turismotupa.com.br)) e criação de informativo trimestral online e impresso para ser divulgado nas secretarias e no website oficial da prefeitura a respeito da evolução das ações do turismo municipal, bem como das informações do CADASTUR para a cadeia produtiva de turismo;
- Promover, com apoio da Secretaria de Relações Institucionais, uma agenda anual de atividades em conjunto com as Secretarias que atuam em setores complementares ao turismo, priorizando temas transversais para o desenvolvimento do setor (educação, esporte, cultura, meio ambiente, mobilidade urbana, infraestrutura, dentre outros);
- Desenvolver um Sistema de Informações Geográficas (SIG) em parceria com a Secretaria Municipal de Administração que contemple os aspectos turísticos territoriais e mantê-lo constantemente atualizado para fins de planejamento estratégico, bem como disponibilizá-lo em modo de visualização para consulta pública no website oficial da prefeitura e do turismo;
- Intervir junto à Secretaria Municipal de Administração para garantir o funcionamento e repasse de informações da Ouvidoria (0800 773 1600) para Secretaria Municipal de Turismo.

### **VER ANEXOS – TABELA E1 – PLANEJAMENTO E GESTÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE TURISMO.**

## **2. ESTRUTURAÇÃO E ORDENAÇÃO TURÍSTICA**

A "Estruturação e Ordenação Turística" tem por finalidade o incremento de ações em prol ao desenvolvimento de políticas públicas transversais para o turismo, bem como a estruturação de planos específicos e parcerias institucionais para realização de ações complementares e fundamentais para o setor.

## AÇÕES

- Aprimorar e diversificar a sinalização turística da sede e dos distritos por meio de projeto específico que contemple a totalidade dos atrativos e pontos estratégicos para sinalização;
- Elaborar um Plano de Marketing Turístico Municipal;
- Elaborar uma Lei de Incentivo ao Turismo, que contemple benefícios aos empreendedores que já atuam ou pretendem atuar no setor, bem como responsabilidades socioambientais de todos os agentes envolvidos;
- Intervir junto à Secretaria de Cultura para promover as atrações por esta realizadas como de interesse turístico;
- Estruturar junto à Secretaria de Obras e Infraestrutura um plano de ações específico para melhorias infraestruturais de acesso aos atrativos turísticos da sede e distritos, bem como para revitalização da paisagem urbana e manutenção das estradas rurais, prezando o bem estar da população e o desenvolvimento sustentável;
- Intervir junto à Secretaria de Trânsito e Segurança a fim de adequar a oferta de transporte público para acesso aos atrativos turísticos;
- Intervir junto ao setor de fiscalização da Secretaria Municipal de Planejamento para requisitar os estabelecimentos comerciais a se adequarem às normas da NRB 9050/2004 – Acessibilidade Universal, por meio de um "Mutirão da Acessibilidade", oferecendo vantagens fiscais para os estabelecimentos que aderirem ao programa;
- Intervir junto à Secretaria Municipal de Administração para colaborar com a revisão do Plano Diretor Municipal (PDM) a fim de que, partindo de estudo de viabilidade, sejam instituídas Macrozonas específicas de interesse turístico se necessário;
- Atuar junto à Secretaria Municipal de Planejamento para colaborar com a implementação do Plano Diretor de Mobilidade Urbana;
- Realizar/contratar um levantamento das áreas verdes particulares junto à Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente ou empresa específica a



fim de identificar e estimular possíveis Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN).

**VER ANEXOS – TABELA E2 – ESTRUTURAÇÃO E ORDENAÇÃO TURÍSTICA.**

# **3. CAPACITAÇÃO, SENSIBILIZAÇÃO E CONHECIMENTO PARA O TURISMO**

A “Capacitação, Sensibilização e Conhecimento para o Turismo” é uma condição fundamental para o desenvolvimento e sustentabilidade do turismo a médio, longo prazo. Sem a capacitação dos agentes envolvidos e a devida sensibilização da população para o turismo é impossível que o setor se materialize de fato na localidade, pois o turismo, assim como demais nichos de mercado, depende de pessoas, processos e produtos.

## AÇÕES

- Direcionar recursos para capacitação permanente de funcionários públicos que atuam no turismo com intuito de prepará-los para lidar com o planejamento, gestão e revisão das ações, bem como para orientar os visitantes de maneira satisfatória (no caso dos funcionários do PIT e equipamentos turísticos);
- Firmar parceria com sistema “S” para capacitação e qualificação no segmento do turismo e áreas correlatas (SEBRAE: projetos de roteirização e capacitações em gestão e empreendedorismo; SENAR: turismo rural e gastronomia rural); SESC: boas práticas e capacitações operacionais para hotéis e alimentos e bebidas; seguranças alimentar);
- Retomar o projeto de Educação para o Turismo, já estruturado no município;
- Promover pesquisas específicas anuais voltadas a cadeia produtiva turística, polo universitário, atrativos e eventos a fim de detalhar com maior precisão o perfil dos visitantes, a demanda real e a demanda potencial;
- Introduzir monitoramento sistemático de visitantes nos principais atrativos;
- Desenvolver parcerias com universidades a fim de estimular pesquisas acadêmicas e trabalhos de extensão voltados para o turismo, como empreendedorismo, marketing, inovação tecnológica, conservação e educação ambiental, dentre tantas possibilidades;
- Realizar oficinas e encontros periódicos direcionados para a população e para a iniciativa privada com objetivo de divulgação dos dados e informações do turismo local por meio do Conselho Municipal de Turismo;
- Fomentar o turismo de base comunitária, fortalecendo a gestão descentralizada, as parcerias e a participação social;
- Estimular a população local a consumir o turismo interno, promovendo eventos estratégicos em conjunto com a iniciativa privada para divulgar os atrativos e promover a integração entre os agentes do turismo, população e visitantes.

**VER ANEXOS – TABELA E3 – CAPACITAÇÃO, SENSIBILIZAÇÃO E CONHECIMENTO PARA O TURISMO.**

## **4. DIVERSIFICAÇÃO E PROMOÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA**

A "Diversificação e Promoção da Oferta Turística" é um dos principais alicerces do planejamento turístico, tendo como objetivos a formatação de produtos turísticos, apoio técnico, parcerias estratégicas, ampliação, promoção e qualificação de atividades.

## AÇÕES

- Estimular parcerias público-privadas para captar investimentos e desenvolver os atrativos turísticos que hoje estão sob cuidados do poder público por meio de concessões comerciais e/ou incentivos fiscais;
- Elaborar um programa de proteção e recuperação do Patrimônio Histórico-Cultural por meio da Lei de Incentivo ao Turismo;
- Desenvolver material promocional do município, impresso e digital, contemplando a identidade do município e seus atrativos, com base no Plano de Marketing Municipal;
- Promover a cidade para o Turismo de Eventos e Negócios por meio do Plano de Marketing Turístico Municipal;
- Estabelecer parcerias com universidades e institutos de pesquisa para captação de eventos científicos e culturais;
- Prover apoio técnico para elaboração e promoção de um roteiro turístico do Distrito Varpa;
- Prover apoio técnico para elaboração e promoção de um roteiro turístico gastronômico no município;
- Prover apoio técnico para elaboração e promoção de um roteiro turístico cultural no município;
- Prover apoio técnico para elaboração e promoção de um roteiro turístico de aventura no município;
- Ampliar as atividades junto à Secretaria de Cultura e captar mais expositores para o FEIRART, transformando-o num evento turístico periódico de atração regional;
- Ampliar as atividades e captar mais expositores para a EXAPIT, elevando-a ao patamar nacional de eventos agropecuários;
- Atuar junto às Secretarias de Cultura e Esporte para diversificar atividades culturais e esportivas nos distritos por meio de campeonatos e eventos;
- Intervir junto à Secretaria de Cultura a fim de melhorar o marketing da oferta museológica, adequando horários de funcionamento, promovendo eventos e integrando a oferta e promoção com demais atrativos;

- Elaborar calendário oficial de eventos, inclusive dos distritos;

**VER ANEXOS – TABELA E4 – DIVERSIFICAÇÃO E PROMOÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA.**

## **5. GESTÃO DO MERCADO TURÍSTICO**



A "Gestão do Mercado Turístico" diz respeito à competitividade, interatividade e reconhecimento dos agentes da iniciativa privada envolvidos no turismo do Município. Este eixo tem como objetivo criar mecanismos para que o poder público possa estimular a cadeia produtiva do turismo, viabilizando a interatividade e competitividade, instruindo os empreendedores e participando ativamente dos fóruns regionais e nacionais do setor.

## AÇÕES

- Viabilizar a instituição de um "Cluster Turístico" formado pela cadeia produtiva do turismo municipal com objetivo de motivar o diálogo entre a iniciativa privada e estreitar os anseios dos empreendedores para com o poder público;
- Participar efetivamente dos encontros e promover o intercâmbio de informações com outras Estâncias Turísticas por meio da APRECESP, motivando a troca de experiências e interatividade entre o poder público e empreendedores que já operam e/ou pretendem operar no turismo;
- Realizar evento anual visando a divulgação das oportunidades de negócios para as modalidades turísticas identificadas em Tupã (agências que realizam turismo receptivo, city tour, ecoturismo, turismo cultural, negócios e eventos, entre outros), pode ser feito em parceria com o SEBRAE;
- Gratificar empreendimentos do âmbito turístico que atuam com excelência de gestão e responsabilidade ambiental por meio da Lei de Incentivo ao Turismo;
- Instruir os prestadores de serviços turísticos a se cadastrarem no CADASTUR, a fim de garantir a participação destes nos programas federais de apoio ao turismo, bem como legalizar e inserir os estabelecimentos na base única nacional de informações turísticas;
- Por meio do CADASTUR, atuar continuamente na divulgação das oportunidades de qualificação, facilidades de acesso a linhas de financiamento, oportunidades de negócios, acesso a novos mercados, programas do Ministério do Turismo e seus parceiros das linhas estaduais e federais de financiamento à Iniciativa Privada;

### **VER ANEXOS – TABELA E5 – GESTÃO DO MERCADO TURÍSTICO.**

## **6. INDICADORES PARA A AVALIAÇÃO DAS AÇÕES PREVISTAS NO PAI**

## INDICADORES ECONÔMICOS

Segundo a OTT (1978), um indicador é um meio encontrado para reduzir uma ampla quantidade de dados a uma forma mais simples de informação, retendo o significado essencial do que está sendo perguntado.

Já a Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 1993) define indicadores como: “[...] valor calculado a partir de parâmetros ou de uma zona geográfica, que tenha alcance superior à informação diretamente dada pelo valor do parâmetro”.

Sua importância reside no fato de que pelo seu uso é possível o monitoramento das mudanças durante o tempo todo, de forma constante e consistente. Ele contribui para deixar os objetivos mais claros e precisos e pode ser muito valioso para promover responsabilidade, aumentar a consciência e dar suporte às ações. As funções básicas dos indicadores são: simplificação, quantificação, comunicação e monitoramento.

Diferentes indicadores têm sido formulados nas mais diversas áreas de interesse humano para qualificar e/ou quantificar uma situação, tais como na saúde (índices de natalidade e mortalidade), na educação (índices de repetência e analfabetismo), na economia (renda per capita), na sociologia (índice de desenvolvimento humano) e no meio ambiente (qualidade do ar). Apesar de não espelhar a qualidade dos temas em sua totalidade, os indicadores servem indiretamente de referência para abordá-los e trata-los em seus aspectos mais relevantes.

Segundo Caldas (2002), na elaboração de qualquer indicador é importante observar parâmetros tais como:

- Comparabilidade - para permitir sua comparação temporal e espacial,
- Disponibilidade da informação - as bases de dados devem ser acessíveis e, de preferência constituir séries históricas, para permitir a comparação entre fatores, evolução no tempo e desempenho.
- Normalizados - os resultados dos indicadores devem ser traduzidos para uma escala adimensionais. Esse procedimento permite uma mescla entre diferentes indicadores;
- Quantificáveis - devem ser traduzidos em números, sem o demérito da análise quantitativa. Aliás, os indicadores quantitativos devem facilitar uma análise qualitativa do desempenho da gestão.
- Simplicidade - devem ser de fácil compreensão. Deve-se observar, entretanto, que os indicadores são tentativas até pretensiosas de retratar ou

expressar de maneira muito sintética determinados fenômenos e processos complexos.

## INDICADORES PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO

Desde a conferência Rio 92, pesquisadores de diferentes países, segundo a UNEP (2005), vêm tralhando no desenvolvimento de oferecer aos destinos ou regiões um conjunto de informações tangíveis, visando o diagnóstico da situação presente e contribuir para o planejamento e gerenciamento das atividades que afetam as condições do território, comunidades receptoras e, de maneira mais ampla, os ecossistemas do seu entorno, com o objetivo de que o negócio do turismo continue viável no longo prazo.

Construir um conjunto de indicadores para o turismo não é uma tarefa fácil. As principais dificuldades encontradas para a sua execução, segundo Brasil Jr (2002), são: (i) escala espacial entre problemas globais, regionais e locais; (ii) abordagem integrada: econômica, social e ambiental; (iii) mensuração de sustentabilidade: por ser um conceito amplo e complexo, sua mensuração envolve diferentes escalas de sustentabilidade de territórios a empreendimentos, (iv) seu caráter relativo: uma escolha pode ser mais sustentável que outra; (v) o conflito de interesses que envolvem a intrincada rede de relacionamento dos mais de 52 setores que compõem a sua cadeia econômica, pois além de governo e iniciativa privada é necessário atores sociais, que são enumerados por Salvati (2004, p. 3):

O Governo local almeja:

- Gerar desenvolvimento econômico e social;
- Projetar o município como destino turístico;
- Incrementar a arrecadação e a circulação de renda.

O Setor privado procura:

- Oportunidade econômica;
- Recursos humanos capacitados;
- Infraestrutura, facilidades e acessos;
- Atrativos em quantidade e qualidade;

O Patrimônio natural e cultural necessita de:

- Proteção e recuperação;
- Conscientização e valorização.

A Comunidade busca:

- Saúde, trabalho, educação e saneamento;
- Respeito aos seus direitos e suas tradições;
- Participação na tomada de decisões.

O Turista deseja:

- Preço, conforto e segurança;
- Qualidade nos serviços e na experiência da visitação.

A WTO (*World Tourism Organization*) publicou em 2004 um guia contendo mais de 300 indicadores, abrangendo as áreas social, econômica, cultural e ambiental, que pode auxiliar na tomada de decisões em todos os níveis de planejamento e gerenciamento do turismo. Para muitos esses indicadores podem ser considerados um importante banco de dados, mas com informações por vezes poucos consistentes. Entretanto, eles poderão ser de grande ajuda no processo de seleção e na fundamentação de outras referências que forem mais pertinentes para determinados destinos, podendo funcionar com um balizador para construção de indicadores específicos.

Os dados do relatório são mostrados de forma quantitativa (por números absolutos, percentuais e relações com outras variáveis) e qualitativa (por índice por categoria - nível de proteção do destino; indicadores normativos - existência de planejamento para o desenvolvimento do turismo em seus diferentes níveis; indicadores nominais - informam a existência de normas de certificação do destino; indicadores de opinião - grau de satisfação do turismo e da população local). Os indicadores ainda são segmentados em Níveis: nacional, regional, destinos específicos, áreas de interesse para turistas, (exemplo: áreas protegidas, praias, locais históricos e áreas de interesses especiais) empresas turísticas (operadores, cadeiras hoteleiras, transportadores e fornecedores) e estabelecimentos individuais (hotéis, restaurantes, entre outros).

Por meio dos indicadores de pesquisa no turismo é possível o monitoramento das mudanças ocorridas em um determinado destino ou território durante o tempo todo, de forma constante e consistente. Eles são úteis para mensurar diversos aspectos das atividades turísticas de uma localidade, região ou país, como por exemplo: (i) atual estágio do setor - índice de ocupação, sazonalidade, grau de satisfação etc.; (ii) estresse do sistema; (iii) impactos gerados pelo turismo; (iv) nível de proteção do destino; (v) esforços na conservação; (vi) resultados das ações de conservação.

Os indicadores de sustentabilidade para o turismo poderão ser utilizados por diversos grupos: planejadores públicos e privados, cientistas, ambientalistas, cadeias produtivas, usuários, etc., mas a complexidade da informação resultante desses indicadores irá variar de intensidade de acordo com as necessidades de cada público-alvo.

## LIMITAÇÃO DOS INDICADORES

De maneira geral, o que se deseja de um indicador é que ele traduza fielmente a situação que se pretende aferir ou monitorar. Ele tem o objetivo bastante simples de informar claramente a situação num determinado momento, de um processo ou situação, permitindo que a tomada de decisões seja baseada em um parâmetro fidedigno. Para que isso aconteça é fundamental que a coleta dos dados e sua elaboração sejam realizadas da maneira mais correta possível.

Contudo, apesar de os indicadores ajudarem a dar foco com elementos-chaves e apontar as tendências, eles possuem limitações, tais como:

- Por ser o resultado da simplificação de informações nem sempre permitem expressar todas as relações acerca de um determinado fenômeno e suas relações subjacentes;
- Em muitos casos, as informações para o indicador ideal não estão disponíveis ou são de difícil acesso. Busca-se então uma informação correlata, assim o indicador pode ser pouco representativo em relação ao parâmetro que se deseja;
- Indicadores relativos a áreas que possuem informações mais fáceis de ser quantificadas podem ser indevidamente usados como referência em estatísticas de outras regiões;
- Possibilitam diferentes significados e interpretações.

Visando minimizar os efeitos dessas limitações Clinford (1995) recomenda que na construção dos indicadores turísticos sejam seguidos os seguintes passos:

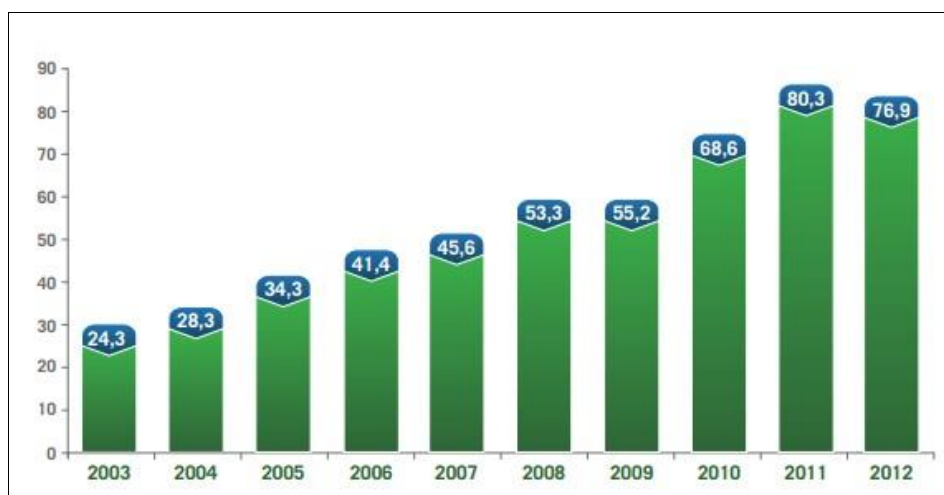
- Definir os atributos do destino sob a perspectiva do turista;
- Identificar os atuais aspectos ambientais relevantes;
- Selecionar os indicadores que serão usados. Visando auxiliar nessa seleção a UNEP (2005) sugere cinco critérios: (i) relevância; (ii) disponibilidade de obtenção e facilidade de análise; possibilidade; (iii) credibilidade e confiança do dado; (iv) clareza e fácil entendimento pelos usuários e (v) comparável ao longo do tempo e pelas áreas;

- Determinar a fonte para coleta de dados: as agências internacionais têm pressionado para usar dados de fontes governamentais que são as responsáveis pelo acompanhamento dos impactos ambientais;
- Analisar os dados selecionados, assegurados que as informações coletadas produzam um indicador consistente e confiável e seus resultados possa ser validado objetivamente e acompanhado no tempo;
- Revisar com atributos do destino - durante a elaboração dos indicadores é provável que apareçam tendências ou ameaças ambientais que serão fundamentais para o gerenciamento do destino;
- Verificar a necessidade de indicadores para locais específicos - certos indicadores são mais aplicáveis a determinados destinos que para outros. Desta forma os indicadores poderão variar, de acordo com a relevância e as especificidades dos locais.

Apesar de o estabelecimento de metodologia de construção de indicadores para o turismo ser bastante complexo, eles são de fundamental importância como instrumento de pesquisa, planejamento e de monitoramento dos avanços conquistados ou dos problemas ainda não resolvidos de um destino ou território.

A formalização de critérios globais para os indicadores do turismo sustentável vem contribuindo com diversas localidades na definição de seus modelos, sendo que o uso de um conjunto de indicadores - ambientais, econômicos e socioculturais - associados a uma gestão participativa do turismo vem sendo apontado como a estratégia mais eficiente de gestão pública para o desenvolvimento do turismo sustentável dessas regiões.

De acordo com o Plano Nacional de Turismo de 2013 a participação do turismo na economia brasileira já representa 3,7% do PIB do nosso país. De 2003 a 2009, o setor cresceu 32,4%, enquanto a economia brasileira apresentou expansão de 24,6%. Para o World Travel & Tourism Council (WTTC), no ano de 2011, cerca de 2,74 milhões de empregos diretos foram gerados pelo turismo e com estimativa de crescimento de 7,7% para o ano de 2012, totalizando 2,95 milhões de empregos. Estima-se ainda que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos. Estão incluídas como geradoras de empregos diretos as atividades relacionadas à hotelaria, agência de viagens, companhias aéreas, outros tipos de transporte de passageiros, restaurantes e lazer. Os impactos do turismo na economia brasileira são percebidos na figura a seguir.

**Figura 1 – Participação do Turismo na Economia Brasileira (em U\$ bilhões).**

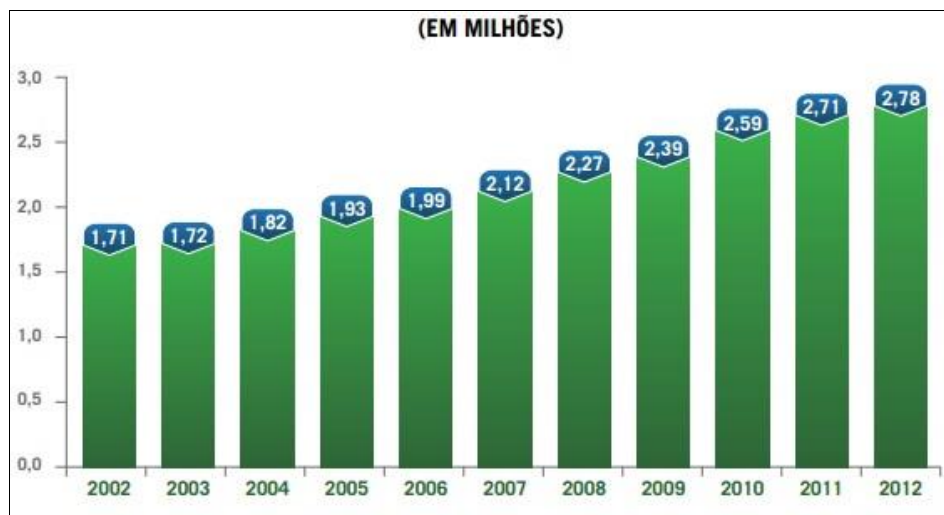
Fonte: World Travel & Tourism Council (2013).

Ao analisar a geração de empregos diretos e indiretos, o WTTC descreve que em 2011 foram gerados 7,65 milhões de empregos e, em 2012, 8,04 milhões, valores que representaram, respectivamente, 7,8% e 8,3% do total de empregos gerados no país. Para o ano de 2013, estima-se um crescimento de 3,8%. Projetam-se 10,59 milhões de empregos diretos e indiretos no ano de 2023, o que representa aproximadamente 9,5% do total de empregos.

Observa-se que o setor de turismo pode contribuir significativamente com a criação de oportunidades de emprego, favorecendo os jovens e os beneficiários dos programas sociais, visto que o turismo é uma atividade econômica que necessita de menor investimento para a criação de postos de trabalho e também pode ser intensiva em mão de obra, em função da natureza dos serviços envolvidos na sua cadeia produtiva. No Gráfico a seguir pode ser notada uma constante evolução nas ocupações formais em atividades características do turismo, com taxa de crescimento acima do PIB, de 8,36% de 2010 sobre 2009 e de 4,6% de 2011 sobre 2010.



**Figura 2 – Estoque de Ocupações Formais nas Atividades Características do Turismo - ACTS.**



Fonte: World Travel & Tourism Council (2013).

## VOLUME DE CRÉDITO DESTINADO AO SETOR

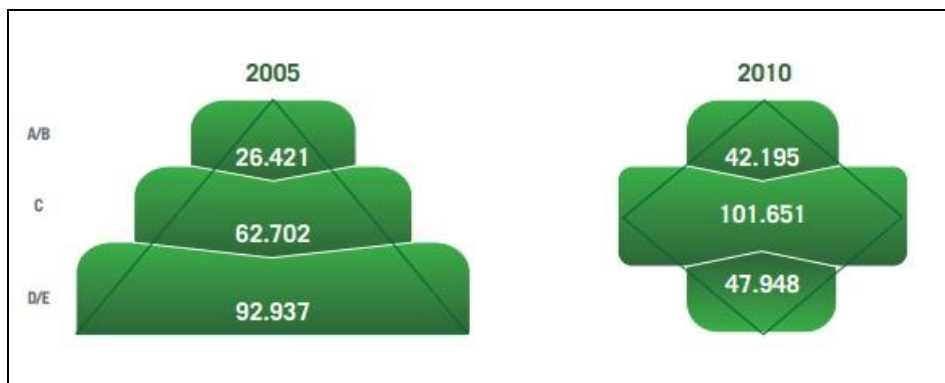
Outro indicador da expansão do turismo nacional e de sua posição cada vez mais significativa na economia brasileira é o crescimento do volume de crédito destinado ao setor. Tomando como referência os valores concedidos por instituições financeiras oficiais como o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDS), o Banco do Brasil S/A (BB), a Caixa Econômica Federal (CEF), o Banco da Amazônia (BASA) e o Banco do Nordeste (BNB), observa-se um crescimento de 923,60% de 2012 em relação a 2003, ano de criação do Ministério do Turismo. Em 2012, o valor dos financiamentos concedidos pelas instituições financeiras federais chegou a R\$ 11,2 bilhões, um aumento de cerca de 30,0% se comparado ao ano anterior.

## TURISMO E MELHORIAS SOCIAIS

O Turismo também vem sendo impactado de forma significativa pelas melhorias sociais registradas nos últimos anos. Cerca de 60 milhões de brasileiros ascenderam de classe social entre os anos de 2005 e 2010. Desses, 45 milhões deixaram as classes D e E, e 15 milhões migraram da classe C para as classes superiores. Com isso, nesse período, ocorreu um aumento acumulado de 62% na classe média (classe C), e a classe AB (grupo com renda domiciliar mais elevada, superior a R\$ 4.807,00) aumentou 60%, totalizando 42,2 milhões em

2010. A classe C tornou-se dominante pelo percentual populacional, passando a constituir 53% da população (Figura 3).

**Figura 3 – Distribuição da População.**



Fonte: Observador Brasil, 2011.

O setor turístico participa dessa nova fase de crescimento e se consolida como importante atividade econômica para geração de emprego, desenvolvimento social, investimento em infraestrutura, sustentabilidade e modelagem do ambiente competitivo.

### CENÁRIO ECONÔMICO MUNDIAL - PROJEÇÕES PARA 2050

A indefinição da economia dos países da Zona do Euro e a lenta recuperação da economia dos Estados Unidos, ainda consequência da crise econômica de 2008, tem impactado sobremaneira a economia internacional. Os países com economias emergentes ganham um papel relevante neste momento, pois sofreram perdas relativamente menores do que as economias mais desenvolvidas e podem aproveitar a oportunidade para ocupar novos espaços nos negócios internacionais. Os resultados do PIB nas principais economias mundiais em 2012 e as previsões para os próximos anos apontam para esse cenário e trazem oportunidades para o setor de turismo brasileiro, que possui relação direta com o crescimento da economia.

### ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NACIONAL

O Índice de Competitividade do Turismo Nacional, medido anualmente pela Fundação Getúlio Vargas e SEBRAE, tempo por objetivo o acompanhamento do desempenho dos destinos turísticos. Além disso, inova ao medir a capacidade de um destino gerar, de forma contínua e sustentável, negócios nas atividades do setor de turismo.

Realizado em 2011 pelo quarto ano consecutivo, essa série histórica evidencia a importância dos indicadores para que se possa conhecer esse mercado que está em constante evolução, e, conforme o caso, adaptar-se a ele. Para se chegar ao índice, empregou-se um modelo analítico focado em 13 dimensões: (1) infraestrutura geral; (2).

Serviços e equipamentos turísticos; (3) acesso; (4) atrativos turísticos; (5) marketing e promoção do destino; (6) políticas públicas; (7) cooperação regional; (8) monitoramento; (9) economia local; (10) capacidade empresarial; (11) aspectos sociais; (12) aspectos ambientais; e (13) aspectos culturais.

# PARECER TÉCNICO

Considerando essa realidade, mesmo que a arrecadação prevista seja superior ao valor estimado para as intervenções do PAI no curto prazo, por exemplo, a Administração Municipal de Tupã deverá preocupar-se em buscar recursos junto às esferas estaduais e federais para viabilizar a realização do maior número possível de ações, sempre procurando um desenvolvimento gradativo em busca da melhor situação dentro da condição econômico-financeira do Município.

O Município deverá fazer esforço para obtenção de recursos a “fundo perdido” através de convênios com o Estado ou União, para fazer cumprir todas as metas e propostas do PAI, além dos recursos dentro de sua capacidade de endividamento.

O cumprimento das ações dependerá de esforço para o aumento da arrecadação própria e da capacidade de investimento, bem como de planejamento, detalhamento de projetos e orçamentação para obtenção de recursos junto às esferas federal e estadual.

Nas tabelas de objetivos, metas e ações, em cada tópico, estão previstas ações de imediato, curto, médio e longo prazo e admitidas soluções graduais e progressivas de forma a atingir a universalização, a qualidade dos serviços prestados e a sustentabilidade dos recursos naturais.

Nas tabelas de objetivos, metas e ações estão identificadas possíveis fontes de financiamento ou origem dos recursos. Algumas das metas e ações, muitas vezes, independem de recursos adicionais, sendo desenvolvidas com a estrutura física, humana e financeira do município ou seus órgãos.

Tais previsões por si só não asseguram a eficácia do PDT, pois necessitam de medidas de implementação, desenvolvimento de projetos e ações efetivas preconizadas neste Plano.

Nas proposições dos objetivos, metas e ações foram levadas em conta os planos plurianuais e outros planos governamentais correlatos. A compatibilização de planos é um processo bilateral, já que quase sempre estes são formulados em momentos diferentes, fato que exigirá complementações de um ou de outro plano. Os planos, por sua própria natureza não são estáticos, devendo, sempre que necessário, sofrer alterações e adaptações.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATELJEIV, Et al. **Turismo e Empreendedorismo**. 1ª fase. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2011.
- Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil. PNUD, 2010.
- Atlas de Necessidade Habitacionais. IPARDES, 2010.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 2 ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1998.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.
- \_\_\_\_\_. **Documento referencial do turismo no Brasil**. 2011-2014. Brasília, DF, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – Uma Viagem de Inclusão**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Programa de Regionalização do Turismo – Diretrizes**. Cadernos de Turismo. Conteúdo Fundamental – Formação de Redes. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Cadernos de Turismo. Conteúdo Fundamental – Formação de Redes. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.
- BRASIL. Casa Civil. **Constituição da República Federativa do Brasil**: Brasília, 05 de out. 1988. Consultado em: 21 de maio de 2015.
- BRASIL. Casa Civil. **Decreto nº 40/2001, de 20 de Dezembro de 2001**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, dez. 2001. Consultado em: 17 de maio de 2015.
- BRASIL. Casa Civil. **Decreto nº 43/2001, de 20 de Dezembro de 2001**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, dez. 2001. Consultado em: 06 de maio de 2015.
- BRASIL. Casa Civil. **Lei Complementar nº 101/2000**: Brasília, 05 de mai. 2000. Consultado em: 13 de maio de 2015.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Disponível: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Consultado em: 10 de fevereiro de 2016.

BRASIL. Secretaria do Tesouro Nacional - STN. Disponível em: [www.tesouro.fazenda.gov.br](http://www.tesouro.fazenda.gov.br): Acesso em: 10 de maio de 2015.

CONSELHO GESTOR FNHIS. **Resolução nº 02, de 24 de agosto de 2006**. Estabelece o Termo de Adesão e os prazos para criação/revisão do Fundo, Conselho Gestor e Plano Local de Habitação de Interesse Social.

CONSELHO GESTOR FNHIS. **Resolução nº 04, de 10 de novembro de 2006**. Regulamenta as funcionais programáticas, inclusive a do PLHIS bem como suas etapas.

CONSELHO GESTOR FNHIS. **Resolução nº 08, de 20 de junho de 2007**. Dá nova redação ao Anexo III da Res. CGFNHIS nº 04/2006.

Estatuto da Cidade: Guia para a implantação pelos municípios e cidades. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de publicação, 2001.

FERRARI, Celso. **Dicionário de Urbanismo**. São Paulo: Disal, 2004.

GOVERNO FEDERAL - MINISTÉRIO DAS CIDADES, CONSELHO DAS CIDADES. Resolução 25, de 18 de março de 2005.

GOVERNO FEDERAL – MINISTÉRIO DAS CIDADES, FNHIS. **Manual para apresentação de propostas 2007**. Programa: Habitação de Interesse Social. Ação: Apoio à elaboração de Planos Habitacionais de Interesse Social. Brasília: 2007.

GOVERNO FEDERAL. **Cadernos do Programa Habitar Brasil/BID** – Volume 1 – Política Municipal de Habitação – orientações para Formulação e Implementação. Brasília: 2001.

GOVERNO FEDERAL. **Cadernos do Programa Habitar Brasil/BID** – Volume 2 – Termo de Referência – Orientações para Elaboração. Brasília: 2002.

GOVERNO FEDERAL. **Decreto nº 5.796, de 06 de junho de 2006**. Regulamenta a Lei nº 11.124, de 16 de junho de 2005, que dispõe sobre o Sistema Nacional de

Habitação de Interesse Social - SNHIS, cria o Fundo Nacional de Habitação de Interesse Social - FNHIS e institui o Conselho Gestor do FNHIS.

GOVERNO FEDERAL. **Lei nº 11.124, de 16 de junho de 2005**. Dispõe sobre o Sistema Nacional de Habitação de Interesse Social - SNHIS, cria o Fundo Nacional de Habitação de Interesse Social - FNHIS e institui o Conselho Gestor do FNHIS.

GOVERNO FEDERAL. **Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993**, Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – **Censo Demográfico 2010**; atualizações 2013/2014/2015.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2000**. Rio de Janeiro, 2000.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável**. Trad. Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.

OTT, W. **Environmental indices: theory and practice**. Michigan: Ann Arbor, 1978.

PETROCCHI, M. **Turismo: Planejamento e Gestão**. 3 ed. São Paulo: Futura, 2000.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. 7 ed. Campinas: Papyrus, 2001.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. Ed. São Paulo: Edusp, 1999.

[www.estatutodacidade.org.br/](http://www.estatutodacidade.org.br/)

[www.genco.com.br](http://www.genco.com.br)

[www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php](http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php)

[www.inep.gov.br/](http://www.inep.gov.br/)

[www.inep.gov.br/basica/censo/Escolar/resultados.htm](http://www.inep.gov.br/basica/censo/Escolar/resultados.htm)

[www.ipardes.gov.br](http://www.ipardes.gov.br)

[www.ipm.org.br/an.php](http://www.ipm.org.br/an.php)



[www.mds.gov.br/bolsafamilia/bolsafamilia01.asp](http://www.mds.gov.br/bolsafamilia/bolsafamilia01.asp)

[www.portal.saude.gov.br/portal](http://www.portal.saude.gov.br/portal)

[www.pr.gov.br/cohapar/](http://www.pr.gov.br/cohapar/)

[www.pr.gov.br/escolas/dadosEscola.jsp](http://www.pr.gov.br/escolas/dadosEscola.jsp)

[www.saude.pr.gov.br/Estatisticas/indicador/index.html](http://www.saude.pr.gov.br/Estatisticas/indicador/index.html)

[www.sidra.ibge.gov.br](http://www.sidra.ibge.gov.br)

## **SUPERVISÃO GERAL**

### **PREFEITURA MUNICIPAL DE TUPÃ**

#### **Etapas IV e V - Plano de Ação e Investimentos (PAI)**

**Manoel Ferreira de Souza Gaspar**  
Prefeito Municipal

**Márcia Félix dos Reis Lima**  
Secretária Municipal de Turismo

**Fabício Vergara Mota**  
Safra Planejamento e Gestão  
Arquiteto e Urbanista - CAU A32284-9  
Gerente de Projeto

Tupã, 18 de março de 2016.