e-Tec Brasil
Escola Técnica Aberta do Brasil

Planejamento e Organização do Turismo

Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo
Glaubécia Teixeira da Silva

Curso Técnico em Hospedagem

CETAM
Centro de Educação Tecnológica do Amazonas

UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA

Ministério da Educação

e-Tec Brasil
Escola Técnica Aberta do Brasil

Planejamento e Organização do Turismo

Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo
Glaubécia Teixeira da Silva

CETAM
Centro de Educação Tecnológica do Amazonas

Manaus-AM
2010

Presidência da República Federativa do Brasil

Ministério da Educação

Secretaria de Educação a Distância

© Centro de Educação Tecnológica do Amazonas

Este Caderno foi elaborado em parceria entre o Centro de Educação Tecnológica do Amazonas e a Universidade Federal de Santa Catarina para o Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

Equipe de Elaboração
Centro de Educação Tecnológica do Amazonas-CETAM

Coordenação Institucional
Adriana Lisboa Rosa/CETAM
Laura Vicuña Velasquez/CETAM

Professoras-autoras
Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo/CETAM
Glaubécia Teixeira da Silva/CETAM

Comissão de Acompanhamento e Validação
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Coordenação Institucional
Araci Hack Catapan/UFSC

Coordenação do Projeto
Silvia Modesto Nassar/UFSC

Coordenação de Design Instrucional
Beatriz Helena Dal Molin/UNIOESTE e EGC/UFSC

Design Instrucional
Renato Cislaghi/UFSC

Web Master
Rafaela Lunardi Comarella/UFSC

Web Design
Beatriz Wilges/UFSC
Gustavo Mateus/UFSC

Diagramação
André Rodrigues da Silva/UFSC
Bruno César Borges Soares de Ávila/UFSC
Gabriela Dal Toé Fortuna/UFSC
Guilherme Ataíde Costa/UFSC
João Gabriel Doliveira Assunção/UFSC
Luís Henrique Lindner/UFSC

Revisão
Júlio César Ramos/UFSC

Projeto Gráfico
e-Tec/MEC

Catalogação na fonte pela Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina

N945p Novo, Cristiane Barroncas Maciel Costa
Planejamento e organização do turismo / Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo, Glaubécia Teixeira da Silva. - Manaus : Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.
55 p.

Inclui bibliografia
Curso Técnico em Hospedagem, desenvolvido pelo Programa Escola Técnica Aberta do Brasil.

ISBN: 978-85-63576-14-9
1. Turismo. I. Silva, Glaubécia Teixeira da. II. Título. III.Título: Curso Técnico em Hospedagem.

CDU: 380.8

Apresentação e-Tec Brasil

Prezado estudante,

Bem-vindo ao e-Tec Brasil!

Você faz parte de uma rede nacional pública de ensino, a Escola Técnica Aberta do Brasil, instituída pelo Decreto nº 6.301, de 12 de dezembro 2007, com o objetivo de democratizar o acesso ao ensino técnico público, na modalidade a distância. O programa é resultado de uma parceria entre o Ministério da Educação, por meio das Secretarias de Educação a Distancia (SEED) e de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), as universidades e escolas técnicas estaduais e federais.

A educação a distância no nosso país, de dimensões continentais e grande diversidade regional e cultural, longe de distanciar, aproxima as pessoas ao garantir acesso à educação de qualidade, e promover o fortalecimento da formação de jovens moradores de regiões distantes, geograficamente ou economicamente, dos grandes centros.

O e-Tec Brasil leva os cursos técnicos a locais distantes das instituições de ensino e para a periferia das grandes cidades, incentivando os jovens a concluir o ensino médio. Os cursos são ofertados pelas instituições públicas de ensino e o atendimento ao estudante é realizado em escolas-polo integrantes das redes públicas municipais e estaduais.

O Ministério da Educação, as instituições públicas de ensino técnico, seus servidores técnicos e professores acreditam que uma educação profissional qualificada – integradora do ensino médio e educação técnica, – é capaz de promover o cidadão com capacidades para produzir, mas também com autonomia diante das diferentes dimensões da realidade: cultural, social, familiar, esportiva, política e ética.

Nós acreditamos em você!

Desejamos sucesso na sua formação profissional!

Ministério da Educação
Janeiro de 2010

Nosso contato
etecbrasil@mec.gov.br

Indicação de ícones

Os ícones são elementos gráficos utilizados para ampliar as formas de linguagem e facilitar a organização e a leitura hipertextual.

Atenção: indica pontos de maior relevância no texto.

Saiba mais: oferece novas informações que enriquecem o assunto ou "curiosidades" e notícias recentes relacionadas ao tema estudado.

Glossário: indica a definição de um termo, palavra ou expressão utilizada no texto.

Mídias integradas: remete o tema para outras fontes: livros, filmes, músicas, *sites*, programas de TV.

Atividades de aprendizagem: apresenta atividades em diferentes níveis de aprendizagem para que o estudante possa realizá-las e conferir o seu domínio do tema estudado.

Sumário

Palavra das professoras-autoras 8

Apresentação da disciplina 9

Projeto instrucional 10

Aula 1 - Conceitos e aspectos do planejamento 11

1.1 Conceitos básicos 11

1.2 Objetivos do planejamento 14

1.3 Tipos de planejamento 14

1.4 Etapas do planejamento 16

1.5 Planejamento turístico 24

Aula 2 – Planejamento do espaço 27

2.1 Tipos de espaço 27

2.2 Planejamento do espaço natural 28

2.3 Planejamento do espaço turístico urbano 29

Aula 3 – Programas de desenvolvimento turístico 33

3.1 Identificação e escolha do local para a implementação de programas/projetos de desenvolvimento turístico 33

3.2 Programas e projetos 35

3.3 Programas federais de turismo 36

Aula 4 - O papel dos agentes do planejamento turístico 41

4.1 O papel do Estado 41

4.2 O papel da iniciativa privada 43

4.3 O papel do Terceiro Setor 44

4.4 O papel da comunidade 46

Referências 49

Currículo das professoras-autoras 51

Palavra das professoras-autoras

Olá! Caro estudante!

Esperamos que você esteja muito contente em fazer este curso Técnico em Hospedagem.

Estamos muito felizes em tê-lo(a) como estudante desta disciplina. Esperamos que durante o curso você possa aproveitar ao máximo todas as informações da disciplina e possa ampliar o seu olhar sobre a importância do **planejamento** e da **organização** do **turismo** para a sua cidade ou para o seu negócio.

Então, gostaríamos de desejar um excelente curso e aproveitamos a oportunidade para convidá-lo a uma reflexão:

"Você considera que sua cidade está preparada para receber o turista?"

Reflita, participe, questione, aproveite e contribua durante toda a realização do curso e, depois, aplique o que você aprendeu.

Desejamos boas leituras, boas discussões, boas reflexões e que você utilize na prática este caderno.

Um abraço fraterno e bons estudos!

Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo e
Glaubécia Teixeira da Silva

Apresentação da disciplina

Não é o cérebro que mais importa,
mas sim o que o orienta:
o caráter, o coração, a generosidade, as ideias.
Dostoievski

Caro estudante!

Planejar e organizar o turismo é uma tarefa desafiadora, e você tem a oportunidade de ajudar a fazê-lo.

O objetivo desta disciplina é apresentar os conceitos básicos de planejamento e outros aspectos técnicos relacionados ao tema. Essas informações irão ajudá-lo(a) a ampliar sua visão sobre a importância do planejamento turístico, seja em nível municipal, estadual ou nacional.

A proposta é fazer você compreender a dinamicidade do planejamento turístico, que pode acontecer no espaço natural ou no espaço urbano. Para que isso aconteça de forma exitosa, é preciso entender as peculiaridades de cada espaço e levá-las em consideração durante o planejamento.

Outro fator relevante são os programas de desenvolvimento turístico que acontecem nas várias esferas do poder público, normalmente como alavancadores do turismo. Você poderá ter acesso a muitos deles pela internet. Talvez em seu município ou estado esteja sendo implantado um programa para desenvolver o turismo. Na maioria das vezes ele depende de uma parceria entre o Estado, a iniciativa privada e a comunidade que, nesse contexto, assumem um papel importantíssimo.

Enfim, todas estas informações serão vistas de maneira que facilite o seu aprendizado, com o apoio da tecnologia. Caso você decida ser um planejador do turismo, terá embasamento para iniciar seu trabalho.

Projeto instrucional

Disciplina: Planejamento e Organização do Turismo (carga horária: 30 h).

Ementa: Aspectos técnicos do planejamento: conceitos, objetivos, tipos, etapas. Planejamento do espaço turístico urbano. Planejamento do espaço natural. Identificação e seleção de locais e programas de desenvolvimento turístico. Papéis do Estado e da iniciativa privada no planejamento turístico.

AULA	OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM	MATERIAIS	CARGA HORÁRIA (horas)
1. Conceitos e Aspectos do Planejamento.	- Compreender os conceitos básicos de planejamento e planejamento turístico; - Compreender os objetivos, tipos e etapas do planejamento; - Entender a importância do papel do planejador para o turismo.	Hiperdocumento apresentando informações sobre planejamento e suas práticas. Hiperdocumento apresentando informações sobre planejamento estratégico, tático e operacional. Hiperdocumento apresentando informações sobre planejamento do turismo.	5
2. Planejamento do Espaço.	- Entender os conceitos de espaço natural, espaço urbano e espaço turístico; - Perceber a relação do espaço natural com o espaço urbano; - Verificar a importância do planejamento do espaço turístico.	Apresentação de quatro mídias integradas sobre o tema.	10
3. Programas de Desenvolvimento Turístico.	- Conhecer os aspectos que devem ser considerados na escolha de uma localidade que queira desenvolver um programa/projeto de desenvolvimento turístico; - Conhecer melhor o conceito e formato dos programas de desenvolvimento turístico; - Conhecer alguns programas de desenvolvimento turístico do Governo Federal.	Apresentação de hiperligações para outros *sites* na internet sobre o tema. Apresentação de duas mídias integradas sobre o tema.	5
4. O papel dos Agentes do Planejamento Turístico.	- Conhecer os agentes do planejamento turístico e suas responsabilidades; - Conhecer a cultura da cooperação e sua importância para o planejamento turístico.	Hiperdocumento apresentando informações sobre o papel do governo no planejamento do turismo. Apresentação de hiperligações para outros *sites* na internet sobre o tema.	10

Aula 1 - Conceitos e aspectos do planejamento

"Para quem não sabe aonde quer ir, qualquer caminho serve!".
(Adaptado de Alice no País das Maravilhas)

Objetivos

Compreender os conceitos básicos de planejamento e planejamento turístico.

Compreender os objetivos, tipos e etapas do planejamento.

Entender a importância do papel do planejador para o turismo.

1.1 Conceitos básicos

Vamos iniciar nosso estudo compreendendo melhor o conceito de **planejamento,** que vem do verbo planejar. Com certeza você o utiliza diariamente, mas talvez não tenha percebido os benefícios que ele traz para suas atividades diárias.

Conheça um pouco mais sobre o planejamento e suas práticas acessando http://www.administradores.com.br/producao_academica/resenha_planejamento_formal_e_suas_implicacoes_nas_praticas_organizacionais/80

Quando se pensa em planejamento, costuma-se fazer uma vinculação com a área de Administração, já que ele é um dos quatro elementos que compõem o ciclo administrativo. Os elementos do **ciclo administrativo** são: planejamento, organização, direção e controle. Porém, o planejamento é algo fundamental para a sobrevivência das pessoas e das organizações.

Ciclo administrativo
é um termo utilizado pela abordagem neoclássica da Administração, que o considera um processo operacional composto por funções, como: planejamento, organização, direção e controle.

Chiavenato (1987 apud PETROCCHI, 2001, p.67) considera que:

> O planejamento costuma figurar como a primeira função administrativa, por ser exatamente aquela que serve de base para as demais. O planejamento é a função administrativa que determina antecipadamente o que se deve fazer e quais os objetivos que devem ser atingidos. O planejamento é um modelo teórico para a ação futura. Visa dar condições para que o sistema seja organizado e dirigido a partir de certas hipóteses acerca da realidade atual e futura. O planejamento é uma

atividade desenvolvida de maneira consistente para dar continuidade às atividades, e seu *focus* principal é a consideração objetiva do futuro.

O planejamento, portanto, constitui-se em um conjunto de atividades que propõem criar condições ideais para atingir os objetivos preestabelecidos.

Todas as pessoas de alguma forma realizam o planejamento. Por exemplo, se você pretende viajar, deverá realizar várias atividades que antecedem o dia da viagem em si; deverá pensar detalhadamente em como as coisas deverão acontecer, para que nada ocorra de errado. Em seguida, viaja e volta, e pensa como foi importante ter planejado tudo antes.

Planejar é ter um plano para ações futuras, é pensar em como as coisas podem ser e os problemas ou imprevistos que podem ocorrer durante o processo de desenvolvimento do plano. Isso significa que o planejamento pode e deve ser modificado ou adaptado na medida em que haja necessidade. Para isso é importante que ele seja constantemente acompanhado, revisado e corrigido; ou seja, se não estiver dando certo, mudam-se os rumos. O planejamento deve ser entendido acima de tudo como algo que pode mudar a qualquer hora, pois é essencialmente dinâmico.

A-Z

SISTUR
é o sistema criado pelo Prof. Mário Carlos Beni a partir da Teoria Geral de Sistemas, que é composto por subsistemas identificados nos conjuntos de Relações Ambientais, da Organização Estrutural e das Ações Operacionais do Sistema Turístico, quais sejam, os subsistemas ecológico, econômico, social e cultural, da superestrutura, da infraestrutura, do mercado, da oferta, da demanda, de produção, distribuição e de consumo.

O planejamento pode ser feito da mesma forma sempre? Não! Cada localidade turística possui uma realidade específica, o que exigirá um planejamento diferenciado, pois, o turismo é caracterizado por sua complexidade. Isso significa que o planejamento turístico envolve a ação de vários elementos que fazem parte do sistema de turismo **(SISTUR)**; daí a importância de planejar adequadamente. É preciso que você como planejador do turismo busque uma metodologia capaz de promover "verdadeiramente" o planejamento desejável.

Quando se planeja para promover o desenvolvimento de uma determinada localidade ou implantação de uma empresa, por exemplo, é fundamental saber onde se está, ou seja, qual a realidade encontrada no momento, e aonde se quer chegar. Com isso, minimizam-se os erros de planejamento e, consequentemente, poupam-se recursos financeiros que seriam utilizados.

De uma forma geral, quando se resolve planejar, significa buscar respostas para sete perguntas, conforme mostra o Quadro 1.1.

Quadro1.1: As sete perguntas básicas do planejamento	
1) O QUÊ?	Define o objeto do planejamento.
2) POR QUÊ?	Define os objetivos, as justificativas.
3) QUEM?	Define os agentes e destinatários do planejamento.
4) COMO?	Define a metodologia de fazer, os meios para alcançar os objetivos.
5) ONDE?	Define o local.
6) QUANDO?	Estabelece o cronograma das atividades necessárias para atingir os objetivos estabelecidos.
7) QUANTO?	Dimensiona os recursos humanos, materiais e financeiros necessários para atingir os objetivos determinados.

Fonte: Adaptado de Ignarra (2003, p.82-83)

O objeto do planejamento refere-se ao que se pretende modificar (uma cidade, uma atividade ou um projeto específico para a criação de um atrativo, etc.). Os objetivos dizem respeito aonde se pretende chegar com o planejamento e o que justifica a implementação do plano, o qual deve possuir um grau de importância que justifique a sua realização.

Ao se responder a todas as perguntas do Quadro 1.1, o resultado poderá gerar três tipos de documentos que fazem parte do planejamento. Esses três documentos gerados podem ser um **plano**, um **programa** ou um **projeto,** e a diferença primordial entre eles está no grau de abrangência e no nível de detalhamento. Na Aula 3 abordaremos mais sobre os programas de desenvolvimento do turismo. A representação desses três documentos se dá conforme mostra a Figura 1.1.

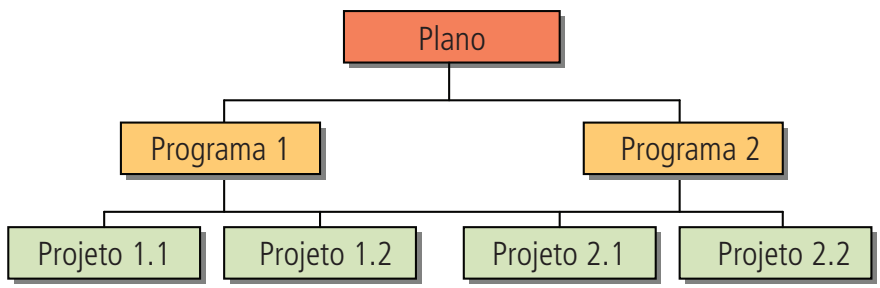

Figura 1.1: Tipos de documentos gerados a partir do planejamento
Fonte: Ignarra (2003, p.83)

O plano é o documento mais genérico, mais abrangente e menos complexo, dentro do qual encontram-se os programas. O oposto dele é o projeto, que é o documento mais detalhado no qual são previstas todas as ações a serem executadas. Por sua vez, o programa é o documento intermediário, que representa o conjunto de projetos que podem se complementar, como, por exemplo, um projeto de capacitação de guias de turismo ou de recepcionistas.

Ao realizar o planejamento é importante você lembrar que, além dos três documentos que advêm dele, três outros elementos são fundamentais: a **informação**, a **decisão** e a **ação,** que, na visão de Hall (2001), são apontados como **planejamento-decisão-ação**. Esse processo é contínuo e faz com que o planejador, a cada nova informação, tome novas decisões e ações.

Planejar parece ser algo fácil, mas envolve muitos contextos e variáveis, das quais, uma das principais são as pessoas e instituições envolvidas no planejamento. É fundamental entender os diferentes contextos; ou seja, você pode ser convidado para planejar em uma organização empresarial, em um órgão público, em uma associação comunitária e outros, mas uma coisa é certa: o planejamento sempre remete à organização de algo que ainda virá a acontecer.

1.2 Objetivos do planejamento

Os objetivos do planejamento podem ser observados no seu próprio conceito. Segundo Molina e Rodríguez (2001, p.81) esses objetivos são:

a) planejar, em seu sentido mais amplo, implica a identificação de uma série de variáveis com o objetivo de **adotar um rumo de ação** que, baseado em análises científicas, permite alcançar os objetivos e metas [...];

b) planejar é prever o rumo dos acontecimentos. É um **processo contínuo de tomada de decisões coerentes** com os objetivos propostos;

c) planejar é um **processo sistemático e flexível**, cujo único fim consiste em garantir a consecução dos objetivos que, sem este processo, dificilmente poderiam ser alcançados.

O que podemos concluir disso tudo? O objetivo do planejamento, de uma forma geral, é transformar uma determinada realidade com o intuito de alcançar determinados objetivos, sejam eles quantitativos ou qualitativos, sejam eles para fins turísticos ou não.

1.3 Tipos de planejamento

O planejamento pode ser classificado, de acordo com Ignarra (2003, p.84), sob o ponto de vista:

a) **do tempo:** de longo, médio ou curto prazo;

b) **geográfico:** local municipal, regional, estadual, nacional, continental e mundial;

c) **administrativo:** público, privado e misto;

d) **econômico:** microeconômico e macroeconômico;

e) **setorial:** setorial, intersetorial e global;

f) **de sua abrangência:** estratégico, tático e operacional.

É preciso entender que essa visão do todo facilitará o seu trabalho como planejador, pois subsidiará suas tomadas de decisão. No Quadro1.2 podemos visualizar a inter-relação de alguns desses itens.

Quadro 1.2: Características do planejamento

Tipos de Planejamento	Abrangência	Exposição ao tempo	Nível de decisão
Estratégico	Organização ou o território como um todo.	Longo prazo	Alta administração
Tático	Departamento ou área do território.	Médio prazo	Média gerência
Operacional	Atividade ou ação.	Curto prazo	Supervisão

Fonte: Adaptado de Ignarra (2003, p.84)

Conheça um pouco mais sobre o planejamento estratégico, tático e operacional http://www.partes.com.br/turismo/poliana/planejamentoestrategico.asp

Outros níveis de planejamento turístico podem ser identificados de acordo com a complexidade crescente do planejamento, conforme pode ser visto no Quadro 1.3.

Quadro 1.3: Níveis do planejamento

Nível	Atividades
PLANEJAMENTO DE 1º NÍVEL	Eventos, excursões, viagens.
PLANEJAMENTO DE 2º NÍVEL	Transformação de cidades em núcleos turísticos; ativação de novos núcleos turísticos e de preexistentes; criação de cidades turísticas.
PLANEJAMENTO DE 3º NÍVEL	Políticas nacionais para incentivar o turismo no país e organizá-lo, abrangendo os outros dois níveis.

Fonte: Adaptado de Barretto (1996)

Fazendo uma comparação entre os Quadros 1.2 e 1.3, o 1º nível seria o planejamento operacional, o 2º nível seria o tático e o 3º nível seria o planejamento estratégico.

1.4 Etapas do planejamento

Muitos livros apresentam diferentes etapas do planejamento. O importante é que você conheça e saiba quais delas são essenciais para o seu trabalho. Basicamente, as etapas são as constantes no Quadro 1.4.

Quadro1.4: Etapas do planejamento

ETAPA	ATIVIDADES
1. Elaborar o diagnóstico	Consiste em conhecer o município, o seu entorno, analisar a demanda e a oferta turística existente, fazer levantamento de dados, realizar o inventário.
2. Elaborar o prognóstico	Consiste em elaborar cenários futuros (pessimistas, realistas e otimistas), o que se espera para aquele município.
3. Estabelecer os objetivos e as metas	Consiste em traçar que objetivos se quer atingir e que metas serão buscadas.
4. Definir as estratégias	Consiste em estabelecer as formas para se atingir os objetos e metas, que podem ser através de programas, projetos, atividades, etc.
5. Elaborar e implantar o Plano	Consiste em reunir uma equipe multidisciplinar para elaboração do Plano e em seguida realizar sua implantação.
6. Acompanhar os resultados	Consiste em verificar se o que estava previsto no Plano está sendo executado e caso sejam encontrados erros, corrigi-los.

Fonte: Adaptado de Ignarra (2003)

Alguns autores dão muita ênfase ao inventário turístico da cidade como uma etapa antes mesmo do diagnóstico; outros afirmam que sem inventário não tem como planejar.

O que se percebe é que o planejamento é um sistema, cada etapa se relaciona com a outra; por isso a importância de saber onde se está e aonde se quer chegar; com isso, o planejamento tenta eliminar ao máximo os possíveis problemas de percurso.

1.4.1 Inventário turístico

O inventário turístico é o levantamento de toda a oferta turística de uma localidade. Ao realizar o planejamento do turismo na sua cidade, você deverá identificar quais são os aspectos da oferta turística relevantes para serem utilizados como atrativos ou que necessitem de melhorias e, no caso de ausência de alguns fatores, recomendar a criação de estrutura para aumentar o poder de atratividade local.

A-Z

Oferta turística
é o conjunto de bens e serviços turísticos, atrações, acesso e facilidades, colocados no mercado, à disposição dos turistas, em conjunto ou individualmente, visando atender às suas necessidades, solicitações ou desejos.

Para tratarmos do inventário turístico, dividiremos os aspectos da **oferta turística** em duas seções complementares: aspectos gerais e aspectos turísticos. Os aspectos gerais dividem-se em: delimitação da área; aspectos legais e administrativos; aspectos socioeconômicos e infraestrutura básica urbana. Quanto aos aspectos turísticos, avaliam-se os elementos ambientais e atra-

tivos naturais, os aspectos históricos e recursos/atrativos histórico-culturais, as áreas e opções de entretenimento, os meios de hospedagem, os serviços de alimentação, outros serviços de turismo e de apoio ao turista e à gestão turística.

A seguir, apresentamos um modelo de caracterização geral da localidade turística inventariada (CESAR; STIGLIANO, 2005, p.85-93):

Parte I – Aspectos Gerais

1. Delimitação da área

1.1 Área

1.2 Localização

1.2.1 Coordenadas geográficas

1.2.2 Distância de outros municípios

1.2.3 Limites

1.3 Acesso e sistemas de transportes (de acesso ao município)

Inserir mapas, plantas de localização do município em relação ao Estado, destacando as vias de acesso, e do próprio município (área urbana e/ou rural).

2. Aspectos legais e administrativos

2.1 Organização política e social

2.1.1 Composição do governo municipal (executivo e legislativo)

Inserir o organograma com indicação dos nomes dos ocupantes dos cargos públicos e respectivos partidos.

2.1.2 Entidades sociais e lideranças atuantes

2.2 Legislação

2.2.1 Código de obras

2.2.2 Código de postura municipal

2.2.3 Código sanitário

2.2.4 Legislação de proteção ambiental / relativa a Unidades de Conservação

2.2.5 Leis de zoneamento e parcelamento e ocupação do solo

2.2.6 Leis orgânicas

2.2.7 Planos diretores

2.2.8 Outras

Avaliar as implicações existentes na legislação sobre o desenvolvimento do turismo e referência a turismo e lazer.

3. Aspectos socioeconômicos

3.1 Aspectos demográficos

3.1.1 Composição da população (sexo e idade)

3.1.2 Distribuição territorial da população

3.1.3 Taxa de natalidade e mortalidade

3.1.4 Expectativa de vida

3.1.5 Estrutura familiar

3.1.6 Rendimento

3.1.7 Outras informações

3.2 Aspectos sociais

3.2.1 Habitação

3.2.2 Educação

3.2.3 Assistência social

3.2.4 Saúde

3.2.5 Existência de conflitos sociais entre a população tradicional e Unidades de Conservação

3.3 Aspectos econômicos

3.3.1 Setores de produção (agrícola, indústria, comércio e serviço)

3.3.2 Vocação econômica do município

3.3.3 População economicamente ativa (total e empregada no setor turístico)

3.3.4 Despesa e receita pública

3.3.5 **Demanda turística** (comportamento dos consumidores, fatores que influenciam a demanda, elasticidade-preço e elasticidade-demanda)

3.3.6 Oferta turística

3.3.7 Mercado turístico (equilíbrio do mercado, tipo de mercado)

3.4 Recursos humanos

3.4.1 Características do mercado de trabalho (qualidade do mercado de trabalho e da demanda, ou seja, que profissionais são absorvidos pelo setor produtivo)

3.4.2 Qualidade da oferta (característica da população economicamente ativa, como grau de instrução, formação específica etc.)

A-Z

Demanda turística
é a quantidade de bens e serviços turísticos consumidos por empresas e/ou famílias, dado o nível de renda, o preço e as necessidades dos consumidores.

3.4.3 Oferta de instruções / ações de formação profissional / aperfeiçoamento da mão de obra turística

3.4.4 Recrutamento e seleção nas empresas turísticas

4. Infraestrutura básica urbana

4.1 Abastecimento de água

4.2 Rede de esgoto

4.3 Limpeza pública (destacar a existência de planos, programas ou projetos para a redução, reciclagem e reaproveitamento de lixo)

4.4 Energia elétrica

4.5 Transporte urbano e rural (incluindo táxi)

4.6 Abastecimento

4.7 Equipamento médico-hospitalar

4.8 Sistema de comunicação

4.9 Sistema de segurança e salvamento

Parte II – Aspectos Turísticos

1. Aspectos ambientais e atrativos naturais

1.1 Análise da paisagem

1.1.1 Tipificação (características geomorfológicas, climáticas, de hidrografia e ecológicas – vegetação e fauna)

1.1.2 Qualidade visual da paisagem

1.1.3 Instrução visual

1.2 Identificação e caracterização dos atrativos naturais

Identificar a existência de Unidades de Conservação (públicas e privadas), de centros de informação ou áreas de recepção ao visitante, de sinalização e marcadores, de transporte para o atrativo e de recursos humanos capacitados em ecoturismo; se possível, identificar a capacidade de suporte dos atrativos, restrições para o uso turístico e como se dá o abastecimento, a captação e o tratamento de águas, o tratamento e a destinação do esgoto, a destinação de resíduos sólidos decorrentes da visitação e o fornecimento de energia para os atrativos; mencionar se a visita a esses atrativos faz parte de roteiros comercializados por agências de viagem e/ou agência de viagem e turismo.

1.3 Identificação e caracterização dos atrativos naturais potenciais

Observar os mesmos elementos mencionados no item anterior (1.2).

2. Aspectos histórico-culturais e atrativos / recursos histórico-culturais

2.1 Histórico do município

2.2 Folclore / hábitos de vida / principais culturas envolvidas na formação da população

2.3 Atrativos / recursos turísticos histórico-culturais

2.4 Manifestações e uso tradicional e popular – gastronomia típica, artesanato, feiras e mercados

2.5 Realizações técnicas e científicas contemporâneas

2.6 Acontecimentos programados (incluindo festas, comemorações, atividades religiosas, populares, folclóricas e cívicas)

Caso não haja, elaborar o calendário de eventos do município.

3. Entretenimento

3.1 Áreas de recreação e instalações esportivas

3.2 Estabelecimentos noturnos

3.3 Outros (escola de samba, cinema, teatro, etc.)

4. Meios de hospedagem (existentes, em construção e projetos)

Apresentar tipologia e classificação dos meios de hospedagem, número e tipo de unidades habitacionais (por meio de hospedagem e total do município), receita anual, diária média e taxa de ocupação (por meio de hospedagem e média do município); verificar a existência de serviços de alimentação nos meios de hospedagem (levantar número de restaurantes e bares e números de lugares por meio de hospedagem e total do município); verificar a existência de áreas para eventos existentes nos meios de hospedagem (área e capacidade por meio de hospedagem e total do município); identificar percentual de hóspedes participantes de eventos; incluir tabelas, quadros e gráficos que facilitem a visualização.

5. Alimentação (existentes, em construção e projetos)

Informar o tipo de empreendimento (se pertence a uma cadeia ou se está instalado dentro do meio de hospedagem ou outro estabelecimento), a tipologia (convencional, de especialidade, lanchonete, bar etc.), o serviço predominante (balcão, à mesa, *self service*, rodízio), a localização completa, a descrição sumária das condições físicas e dos equipamentos existentes, a capacidade e ocupação (número de assentos – mesa ou balcão, rotatividade, sazonalidade da demanda, capacidade total) a predominância do cardápio (incluindo preços dos produtos mais significativos) os dias / horários de funcionamento por função, a administração de recursos humanos quanto ao recrutamento, seleção e treinamento, o consumo médio *per capita*, o faturamento, a existência de concorrentes; considerar, também, os estabelecimentos de alimentação existentes nos meios de hospedagem; apresentar dados sobre cada estabelecimento e totais / médias do município, incluindo tabelas, quadros e gráficos, que facilitem a visualização.

6. Outros serviços de turismo e de apoio ao turista

6.1 Agenciamento (incluindo serviços de turismo receptivo)

6.2 Transportadoras turísticas

6.3 Informações turísticas

6.4 Locadoras de imóveis

6.5 Locadoras de veículos

6.6 Atendimento a veículos (postos de abastecimento, mecânicas, borracharias, autoelétricas, etc.)

6.7 Comércio turístico

6.8 Oportunidades especiais de compras

6.9 Casas de câmbio e bancos

6.10 Espaços para eventos (existentes, em construção e projetos)

6.11 Empresas organizadoras de eventos / e profissionais

6.12 Espaços para culto

6.13 Representação diplomática

7. Gestão turística

7.1 Histórico da atividade turística no município

7.2 Órgão oficial de turismo – data e instrumento legal de criação, composição e atribuições

7.3 Ações realizadoras e previstas para o desenvolvimento do turismo

7.4 Legislação turística

7.5 Conselho municipal de turismo – data e instrumento legal de criação, composição, atribuições, grau de atuação

7.6 Fundo municipal de turismo – data e instrumento legal de criação, gerenciamento, origem e utilização dos recursos

7.7 Inserção do município em planos, políticas, programas, projetos de desenvolvimento turístico de âmbito regional, estadual ou nacional

7.8 Ações de *marketing* realizadas e previstas

7.9 Orçamento destinado ao turismo

7.10 Benefícios e incentivos para o desenvolvimento do turismo no município

7.11 Existência de planos, programas ou projetos de educação ambiental para a população local e para os turistas

7.12 Organizações não-oficiais de turismo – data e instrumento legal de criação, composição e atribuição

1.5 Planejamento turístico

Conheça um pouco mais sobre o planejamento do turismo acessando http://pt.wikipedia.org/wiki/Planejamento_do_turismo

Agora que você conheceu alguns conceitos de planejamento, seus objetivos, tipos e etapas, como o planejamento turístico pode ser conceituado? Você pode defini-lo a partir dos conceitos de planejamento? No que ele difere do planejamento em si? Qual é o seu papel enquanto Técnico em Hospedagem nesse processo?

Caso você deseje atuar como planejador do turismo, recomendamos várias leituras, pois o planejamento não é feito de forma empírica; antes de você iniciar os trabalhos é preciso fazer um estudo aprofundado de todo contexto da atividade turística, a conjuntura socioeconômica, político-legal, cultural do local, enfim, tudo o que possa ser considerado um fator positivo ou negativo para a realização do planejamento.

E a quem cabe o planejamento turístico? Ao poder público (federal, estadual, municipal), aos empresários locais, às universidades, à comunidade, às organizações não governamentais?

No turismo, cabe ao Estado zelar pela legislação e pelo planejamento necessário ao desenvolvimento da infraestrutura básica que proporcionará o bem-estar da população residente e dos turistas. Enquanto as empresas fazem seu planejamento visando ao lucro, o Estado planeja visando ao bem-estar social. Veremos este assunto com mais detalhe na Aula 4 e, neste momento, destacamos alguns objetivos principais do planejamento do poder público (RUSCHMANN, 2001, p.69):

a) definir políticas e processos de implementação de equipamentos e atividades e seus respectivos prazos;

b) prover os incentivos necessários para estimular a implantação de equipamentos e serviços turísticos, tanto para empresas públicas como para privadas;

c) maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os custos (tanto os de investimentos como os de operação), visando ao bem-estar da comunidade receptora e à rentabilidade dos empreendimentos do setor;

d) minimizar a degradação dos locais e recursos sobre os quais o turismo se estrutura e proteger aqueles que são únicos;

e) capacitar os vários serviços públicos para a atividade turística, a fim de que se organizem e correspondam favoravelmente quando solicitados;

f) garantir a introdução e o cumprimento dos padrões reguladores exigidos da iniciativa privada;

g) garantir que a imagem da destinação se relacione com a proteção ambiental e a qualidade dos serviços prestados.

O resultado concreto do planejamento turístico é o **Plano de Desenvolvimento Turístico** que deve ser elaborado pelo Estado em conjunto com a iniciativa privada e a comunidade, sem esquecer que esse planejamento deve ser participativo, ou seja, todos os representantes dos diversos setores envolvidos diretamente com o turismo podem e devem contribuir na sua realização.

Resumindo, o planejamento turístico prevê o controle e a organização dos impactos positivos e negativos gerados pelo turismo.

Resumo

Nesta aula você pôde conhecer alguns conceitos a respeito de planejamento e outros aspectos relacionados como os objetivos, tipos, níveis e etapas. Conheceu também o planejamento turístico e seu principal documento – Plano de Desenvolvimento Turístico. Por fim, entendeu a importância de um planejador preparado e consciente para o desenvolvimento do turismo.

Atividades de aprendizagem

Não deixe de participar dos *chats* e fóruns a respeito desta temática. Lembre-se de que sua participação e suas experiências irão contribuir para melhorar sua aprendizagem.

1. Elabore um texto a respeito da importância do planejamento turístico para o desenvolvimento de uma cidade. Poste no Ambiente Virtual de Ensino-Aprendizagem (AVEA).

2. Das etapas do planejamento apresentadas, qual você considera mais importante? Por quê? Registre sua resposta num arquivo e poste-o no AVEA.

3. Pesquise no seu município se existe um Plano de Desenvolvimento Turístico, poste no AVEA o que você achou mais interessante do documento. Caso não tenha, pode pesquisar em outro município.

Aula 2 – Planejamento do espaço

É necessário destacar a necessidade de incorporar dimensões éticas e morais socialmente reconhecidas para orientar a política (urbana) e as atividades, de forma que fiquem impregnadas de conteúdos de historicidade, beleza e identidade.

Diego Carrión

Objetivos

Entender os conceitos de espaço natural, espaço urbano e espaço turístico.

Perceber a relação do espaço natural com o espaço urbano.

Verificar a importância do planejamento do espaço turístico.

2.1 Tipos de espaço

O planejamento turístico envolve mudanças ou transformações nos espaços natural e/ou urbano. Primeiramente vamos entender melhor o que é o espaço natural e o espaço urbano, pois o entendimento de tal conceito nos auxilia no desenvolvimento de atividades ligadas ao tema que enfocamos neste caderno.

O espaço natural, também chamado de **espaço natural adaptado** (ou rural), é o espaço onde predominam as espécies do reino vegetal, animal, mineral, sob as condições que o homem lhes estabeleceu. Já em relação ao espaço urbano, ele também é denominado de **espaço artificial**, aquele onde predomina todo tipo de artefato construído pelo homem, tendo como expressão máxima a cidade (BOULLÓN, 2002).

E o espaço turístico? É onde ocorre a distribuição territorial dos atrativos turísticos, que constituem a matéria-prima do turismo, bem como a distribuição espacial dos empreendimentos turísticos mais a infraestrutura turística em uma determinada cidade ou região turística. Você pode realizar o planejamento considerando o espaço turístico de uma ou mais cidades, desde que

haja condições favoráveis para a concretização das ações planejadas; por exemplo, o planejamento do desenvolvimento turístico de uma região turística envolve duas ou mais cidades com características que se complementam no sentido de comercializar um produto turístico atraente e diferenciado para os turistas, como é o caso da Região Uva e Vinho no Rio Grande do Sul.

Portanto, podemos resumir o espaço natural como aquele que sofreu pouca influência do homem, enquanto que o espaço urbano sofreu muitas influências. Agora veremos qual a importância de planejar esses dois tipos de espaços e que consequências trazem para o desenvolvimento do turismo.

2.2 Planejamento do espaço natural

Para o desenvolvimento turístico pleno e duradouro da sua cidade, é importante que você perceba quais atrativos naturais podem despertar o interesse do turista; e para que esses atrativos não se esgotem, é imprescindível que o desenvolvimento aconteça de forma correta, gerando o mínimo de impactos negativos ao espaço natural. Os planos de exploração dos vários segmentos do turismo devem respeitar acima de tudo o meio ambiente, ou seja, levar em conta a biodiversidade de cada lugar.

Para compreender melhor sobre os impactos do turismo, assista aos vídeos sugeridos e comente com seus colegas no *chat* da disciplina no AVEA.
Parte I - http://www.youtube.com/weatch?v=mIz5u8su9Ho
Parte II - http://www.youtube.com/watch?v=koKMzfl7pMw&feature=related
Parte III - http://www.youtube.com/watch?v=9rwQQR-Tw-E
Parte IV - http://www.youtube.com/watch?v=8VLDegNO6O8

Sabe-se da importância do meio ambiente para o planeta e para as futuras gerações. Nesse sentido, sua atuação como planejador do turismo deve evitar a transformação dos espaços a qualquer custo a fim de explorar seus mais diversos recursos naturais. Por isso, a necessidade de se planejar adequadamente o espaço natural de forma que quando o turismo seja implantado ele gere o mínimo possível de impactos ambientais e preserve sua identidade.

A comunidade tem um papel fundamental nesse processo de exploração do turismo em espaços naturais, pois ao mesmo tempo em que ela pode ganhar com essa atividade, ela deve fiscalizar tudo que acontece no entorno, para que o seu lugar não seja destruído e descaracterizado.

O procedimento correto para desenvolver atividades e tipos de turismo utilizando o espaço natural não é impondo a cada atrativo natural o uso que se considera mais conveniente, mas, deve-se observar quais são as necessidades de crescimento do turismo local – incorporação de novos atrativos naturais ou a expansão de empreendimentos turísticos que estão sendo explorados – e identificar quais os usos adequados para cada tipo de atrativo ou espaço.

Em resumo, a natureza não deve ser manipulada com o objetivo de torná-la cenários estéticos para o turista. Ela pode sofrer algumas adaptações, mas sempre preservando suas singularidades e respeitando sua **capacidade de carga**. Lembre-se: originalidade é um importante diferencial entre os destinos turísticos, e grandes transformações podem comprometer essa característica.

A-Z

Capacidade de carga
é a utilização máxima de qualquer lugar, sem que sejam causados efeitos negativos nos recursos, reduzindo a satisfação do turista ou exercendo impactos adversos sobre a natureza, sociedade, economia e cultura local.

2.3 Planejamento do espaço turístico urbano

O planejamento turístico e o planejamento urbano são indissociáveis porque a cidade é um ambiente artificial inventado e construído pelo homem, cujo objetivo prático é viver em sociedade; assim, o espaço urbano é também um espaço cultural.

As cidades hoje possuem tamanhos muito grandes, pois as pessoas do espaço rural migram constantemente para elas, na maioria das vezes com o intuito de procurar trabalho. Como consequência desse êxodo rural ocorre um aumento populacional das cidades e o comprometimento da qualidade da sua infraestrutura, pois os investimentos nesse setor não ocorrem na mesma proporção que o aumento da população; assim, também os serviços de segurança, saúde e transporte, entre outros, são prejudicados.

Para que as pessoas que habitam as cidades possam gozar de melhores condições de vida, as funções utilitárias de trabalho, circulação, habitação e lazer precisam ser planejadas de forma harmônica, para que uma não sobressaia entre as outras. Por exemplo, uma cidade apenas com prédios pode esquecer de reservar espaços para o lazer ou espaço para os parques.

Como dissemos anteriormente, a maior parte da população mundial vive nos grandes centros urbanos e vive sob muita pressão, com excesso de informação e um alto índice de estresse. Alguns buscam os espaços rurais para vivenciar momentos de lazer e tranquilidade, mas outros preferem ficar na cidade e curtir a vida cultural e os espaços adaptados que ela oferece; por isso a importância de se planejar o espaço turístico urbano. Tal espaço não será utilizado apenas pelo turista, mas pelo morador daquela cidade também.

Independentemente da forma de organização de uma cidade, é importante ressaltar que os ambientes natural e urbano transmitem suas características de ordenamento da oferta turística ou de completa falta de planejamento tanto aos residentes quanto aos visitantes que os percebem.

Cada cidade é única, não existem cidades iguais, pois suas várias combinações do cotidiano as fazem ter sua própria identidade. Algumas são conhecidas pelos seus museus, *shoppings*, parques, lagos, teatros e outros. O importante é deixar o próprio turista decifrar as características da cidade visitada.

Na sua cidade existem grandes edifícios? Você considera que eles atrapalham a beleza da cidade? Estão conservados? Reflita sobre como essas "estruturas" poderiam tornar-se pontos turísticos?

Vamos conhecer algumas formas bem demarcadas nas cidades, que na maioria servem para orientar o turista (Quadro 2.1). São elas:

Quadro 2.1: Pontos focais urbanos

TIPOS	DESCRIÇÃO	EXEMPLOS
Logradouros	São os espaços abertos ou cobertos, de uso público, em que o turista pode entrar e que pode percorrer livremente.	Parque Zoológico Praça Galeria Centro comercial Feira Mercado Estação de ônibus Aeroportos Alfândegas
Marcos	São objetos, artefatos urbanos ou edifícios que, pela dimensão ou qualidade de sua forma, destacam-se do resto e atuam como pontos de referência exteriores ao observador.	Um edifício enorme Um monumento Uma fonte Cartaz de propaganda Igreja Quiosque de informação ao público
Bairros	São seções da cidade relativamente grandes, nas quais o turista pode entrar e se deslocar. Praticamente todas as grandes cidades do mundo estão subdivididas em bairros, colônias ou distritos [...].	Copacabana (RJ) Bixiga (SP) Morumbi (SP) Itapoã (BA) Aldeota (CE) San Ángel (México, D.F.)
Setores	São partes da cidade substancialmente menores que os bairros, mas que têm as mesmas características destes. Em geral, os setores são os restos que permanecem de um antigo bairro, cujas edificações originais foram suplantadas por outras mais modernas, quando essa parte da cidade alcançou um novo valor comercial.	-
Bordas	São elementos lineares que marcam o limite entre duas partes da cidade. É um elemento fronteiriço que separa bairros diferentes, quebra a continuidade de um espaço homogêneo ou define os extremos ou margens de partes da cidade.	Via férrea Autopista urbana
Roteiros	São as vias de circulação selecionadas pelo trânsito turístico de veículos e de pedestres, em seus deslocamentos para visitar os atrativos turísticos e para entrar ou sair da cidade.	-

Fonte: Adaptado de Boullón (2002, p.196-214)

Observa-se pela presença do Quadro 2.1 que muitos desses **pontos focais urbanos** existem em uma cidade, mas não possuem, às vezes, a importância que deveriam ter para receber bem o turista e o **citadino**. O acesso a determinados atrativos turísticos urbanos se torna difícil por falta de uma visão integrada e holística dos planejadores do turismo. Ao planejar o turismo na sua cidade, você deverá observar esses aspectos e encontrar meios para utilizar de forma adequada o que a cidade possui de melhor e minimizar os fatores mais críticos; por isso, é importante identificar quais os programas e projetos já existentes na sua cidade ou estado a fim de unir esforços no sentido de desenvolver o turismo local.

A-Z

Citadino
é a pessoa que habita uma cidade.

Ao planejar o turismo é imprescindível entender que para promover o seu desenvolvimento não basta apenas a vontade de governos e empresários:

> É fundamental a inserção e participação da comunidade local, dos moradores das cidades e a compreensão de que a participação é um direito que deve ser assegurado ao citadino. Para a realização de processos democráticos de tomada de decisão e implantação de projetos turísticos é fundamental a vontade política continuada, a fim de que os esforços de determinada gestão urbana não sejam diluídos ou esquecidos na próxima. É imprescindível assegurar os direitos sociais, civis e políticos de cada residente, resultando na composição da cidadania plena (.....). (MENDES, 2009, p. 326)

Pelo que se pode inferir do que viemos tecendo ao longo deste texto, todos ganham quando o planejamento turístico é executado de forma correta e com responsabilidade – Estado, iniciativa privada, comunidade e, principalmente, com respeito ao meio ambiente.

Resumo

Nesta aula vimos o quanto é importante conhecer o espaço natural e o espaço turístico urbano, como eles se relacionam e como o planejamento é importante para o desenvolvimento do turismo, seja ele em ambiente natural ou urbanizado.

Atividades de aprendizagem

Não deixe de participar dos *chats* e fóruns a respeito desta temática. Lembre-se que sua participação e suas experiências irão contribuir para melhorar sua aprendizagem e ampliar a visão sobre o tema.

1. Quais os principais impactos positivos e negativos que a exploração turística causou à sua cidade? Elabore um texto sobre tais impactos e poste no AVEA.

2. Reflita sobre a seguinte afirmação: "As cidades na sua maioria são planejadas para os carros e não para as pessoas". Você concorda ou discorda? Faça um texto sobre ela e poste no AVEA.

Aula 3 – Programas de desenvolvimento turístico

Para muito daqueles em que o mundo parece fora de controle, pouca coisa pode ser feita para mudar. Mas, enquanto existir pelo menos um pouco que pode ser feito, precisamos continuar fazendo.
Russel L. Ackoff

Objetivos

Conhecer os aspectos que devem ser considerados na escolha de uma localidade que queira desenvolver um programa/projeto de desenvolvimento turístico.

Conhecer melhor o conceito e formato dos programas de desenvolvimento turístico.

Conhecer alguns programas de desenvolvimento turístico do Governo Federal.

3.1 Identificação e escolha do local para a implementação de programas/projetos de desenvolvimento turístico

No desenvolvimento de um programa/projeto de turismo, um dos fatores mais importantes para o provável sucesso é a correta escolha do local. Caso aconteça alguma falha nesse processo, isso pode significar a inversão de quantias substanciais e a alocação de recursos financeiros sem um retorno satisfatório para os investidores, para a comunidade e ainda com consequências desastrosas para o meio ambiente.

O cuidado na hora de selecionar o local não pode ser feito apenas do ponto de vista da estética. Construir uma pousada só porque alguém acha a praia bonita não significa necessariamente que o empreendimento é viável.

Estudaremos alguns aspectos importantes na seleção do local para a implantação de um programa/projeto de desenvolvimento turístico.

Numa primeira abordagem é possível imaginar alguns fatores a serem considerados, tais como: qualidade dos atrativos naturais e culturais do local, clima, aspectos de saúde pública, qualificação da mão de obra local, paisagem, fauna e flora, hidrologia, topografia, entre outros.

Elencar os fatores é sem dúvida o primeiro passo. É importante coletar a maior quantidade possível de informações sobre o local, ou os possíveis locais selecionados. Mas além dessa lista de fatores é preciso saber priorizá-los, discernir quais os mais importantes. Alguns fatores precisam ser considerados na escolha do local para um projeto turístico e podem ser classificados como fatores decisivos, importantes e desejáveis (CARDENAS TABARES, 1991).

3.1.1 Fatores decisivos

São aqueles cuja falta de apenas um compromete sensivelmente a produtividade, podendo inviabilizar completamente o programa/projeto. Os principais fatores decisivos são:

a) existência de vias de acesso;

b) segurança nos transportes;

c) intensidade do trânsito;

d) distância para os maiores centros emissores e tempo necessário para chegar a eles;

e) disponibilidade de água;

f) disponibilidade de energia elétrica;

g) disponibilidade de comunicações telefônicas;

h) disponibilidade de terrenos;

i) atrativos turísticos;

j) qualidade do entorno;

k) condições sociais;

l) condições de saúde pública.

3.1.2 Fatores importantes

São aqueles que merecem um tratamento diferenciado na fase de elaboração do programa/projeto, pois dependendo do seu grau de importância podem tornar-se decisivos e inclusive também serem inviabilizadores. Os fatores importantes são:

a) proximidade das vias de acesso principais;

b) custo do terreno;

c) condições do subsolo;

d) topografia.

3.1.3 Fatores desejáveis

Fatores desejáveis são aqueles que, quando existentes, repercutem favoravelmente na produtividade do programa/projeto, ou seja, caso eles já existam, aumentam a viabilidade do local selecionado. Os principais fatores desejáveis são:

a) disponibilidade de material e mão de obra;

b) condições climáticas;

c) facilidades de esgotos.

Cada grupo de fatores pode assumir pesos específicos, assim como uma metodologia para avaliação. Os pesos seriam assim divididos: fatores decisivos 60%, fatores importantes 30% e fatores desejáveis 10%.

3.2 Programas e projetos

Como vimos na Aula 1, os documentos que são gerados a partir de um processo de planejamento são planos, programas e projetos.

Um programa é composto por uma série de projetos que guardam estreita relação entre si e que, em conjunto, são destinados a converter em realidade os objetivos e metas do plano. Os programas organizam e otimizam os recursos disponíveis.

Já o projeto é o documento mais detalhado que serve de orientador para cada passo que será executado, dentro de parâmetros preestabelecidos. O projeto abrange o detalhamento das alternativas de intervenção, constituindo a unidade elementar do sistema.

Durante o processo de planejamento você poderá trabalhar com equipes de profissionais das mais diversas áreas do conhecimento, pois dentro de cada programa são criados projetos de capacitação da mão de obra para guias de turismo, para recepcionistas, projetos de recuperação de patrimônio arquitetônico entre outros, que exigirão um profundo conhecimento do tema em questão.

Para um melhor entendimento sobre o que são os programas dentro do processo de planejamento turístico, vamos conhecer alguns macroprogramas de desenvolvimento turístico no Brasil elaborados e executados pelo Governo Federal em parceria com os Governos estaduais e municipais.

3.3 Programas federais de turismo

Conheça mais os programas de turismo do Governo Federal acessando http://www.turismo.gov.br

Com a criação do Ministério do Turismo (MTur), em 2003, o Governo Federal passou a dar mais importância a esse fenômeno econômico e social, capaz de transformar destinos e melhorar a vida de algumas comunidades. Através do seu Portal podemos conhecer alguns programas que promovem o desenvolvimento do turismo. Estão em andamento os seguintes macroprogramas, com seus respectivos objetivos e principais ações.

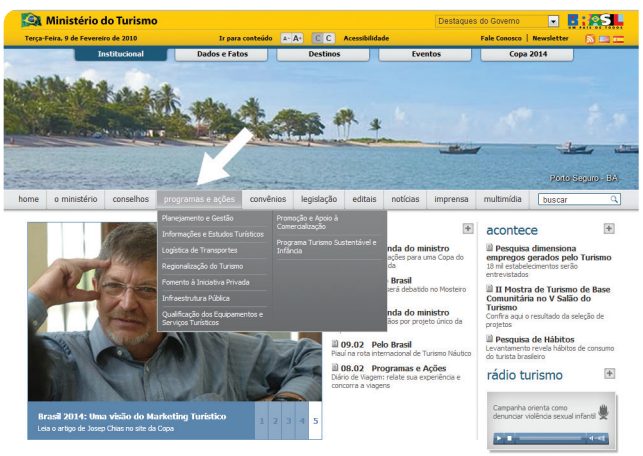

Figura 3.1: Portal do Ministério do Turismo
Fonte: www.turismo.gov.br

Os tópicos 3.3.1 a 3.3.8 foram extraídos do *site* do Ministério do Turismo.

3.3.1 Macroprograma de planejamento e gestão

Macroprograma que articula os diversos setores, públicos e privados, relacionados à atividade, no sentido de compartilhar e agilizar soluções, eliminar entraves burocráticos e facilitar a participação de todos os envolvidos no processo de crescimento do setor.

Principais ações: Relações bilateriais, relações multilaterais e outras ações, como estudos de prospecção, seminários e oficinas.

3.3.2 Macroprograma de informações e estudos turísticos

Macroprograma que visa a estruturar os destinos na ótica da oferta e da demanda, avalia impactos socioeconômicos, culturais e ambientais da atividade e auxilia na tomada de decisões, criando condições para o fortalecimento da sustentabilidade do setor.

Principais ações: acesso a informações e estudos turísticos, ao Sistema de Informações do Turismo e Programa de Competividade do Turismo Brasileiro.

3.3.3 Macroprograma de logística de transportes

Macroprograma que implementa estratégias relativas à logística de transportes, por meio da integração dos diversos modais de condução no País, ampliando a oferta de voos domésticos, com o objetivo de fortalecer empresas nacionais, além de ampliar a conectividade aérea internacional.

Principais ações: Programa de Ampliação da Malha Aérea Nacional, Programa de Integração da América do Sul e Programa de Integração Modal das Regiões.

3.3.4 Macroprograma de regionalização do turismo

O Macroprograma de Regionalização do Turismo propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no País e se constitui no referencial da base territorial do Plano Nacional de Turismo. É, dessa forma, um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios de flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões como estratégia orientadora dos demais macroprogramas, programas e ações do PNT.

Outras instituições também trabalham em parceria com o MTur. Acesse http://www.sebrae.com.br/setor/turismo

Principais ações: Inventário da Oferta Turística, Planejamento e Gestão Regional do Turismo, Estruturação e Gestão dos 65 Destinos Indutores, Gestão das Instâncias de Governança Regionais.

3.3.5 Macroprograma de fomento à iniciativa privada

Macroprograma que atua em duas vertentes consideradas de fundamental importância para o desenvolvimento sustentável do setor: a promoção de investimentos nacionais e internacionais e o incentivo à oferta de instrumentos de crédito e financiamento.

Principais ações: Programa de Atração de Investimentos, Programa de Financiamento para o Turismo e Linhas de Crédito para o Turismo.

3.3.6 Macroprograma de infraestrutura pública

Macroprograma que visa a desenvolver o turismo provendo os municípios de infraestrutura adequada para a expansão da atividade e a melhoria dos produtos e serviços ofertados.

Principais ações: Articulação Interministerial para Infraestrutura de Apoio ao Turismo e o Programa de Apoio à Infraestrutura Turística.

3.3.7 Macroprograma de qualificação dos equipamentos e serviços turísticos

Macroprograma que visa a promover a qualidade dos produtos turísticos no Brasil, sistematizando o conjunto de normas e incentivando a certificação e a qualificação referentes à prestação de serviços e equipamentos turísticos.

Principais ações: Programa de Normatização do Turismo (Exemplo: Cadastur), Programa de Certificação do Turismo, Programa de Qualificação Profissional.

3.3.8 Macroprograma de promoção e apoio à comercialização

Macroprograma que objetiva fomentar o mercado interno e externo, promovendo um número maior de produtos de qualidade e fortalecendo o segmento. Além disso, visa a aumentar o fluxo de turistas no Brasil, realizando intensa promoção nos grandes mercados emissores nacionais e internacionais.

Principais ações: Programa de Promoção Nacional do Turismo Brasileiro (exemplos: Vai Brasil, Viaja Mais Melhor Idade, Salão do Turismo – Roteiros do Brasil (ver Figura 3.2), Caravana Brasil Nacional), Programa de Promoção Internacional do Turismo Brasileiro, Programa de Apoio à Comercialização Internacional.

Figura 3.2: Estande das experiências do Turismo de Base Comunitária apresentadas no 4º Salão de Turismo em São Paulo 2009
Fonte: Acervo de Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo

Assista aos vídeos sobre algumas campanhas publicitárias do MTur e apresente suas impressões no *chat* da disciplina no AVEA.
http://www.youtube.com/watch?v=J38gsiCzlT8
e
http://www.youtube.com/watch?v=x-7u0FtTnko

Finalmente, apresentados todos os macroprogramas desenvolvidos pelo Ministério do Turismo, ressalta-se que ele ainda desenvolve o **Programa Turismo Sustentável e Infância**, que objetiva sensibilizar os agentes que integram a cadeia produtiva do turismo no sentido de contribuir para a proteção de crianças e adolescentes contra a exploração sexual. Dentro de todos esses programas existem projetos para alcançar os objetivos propostos.

Acesse o Plano Nacional de Turismo 2007/2010 no Portal do Turismo, e participe do fórum que vai tratar somente sobre ele. Você acredita que as metas serão alcançadas? Considerando os aspectos da oferta turística da sua cidade, discuta com os colegas sobre os obstáculos que podem comprometer o alcance dessas metas.

Resumo

Nesta aula você pôde conhecer os aspectos que devem ser considerados na escolha de uma localidade que queira implantar um programa de desenvolvimento turístico, bem como alguns Programas de Desenvolvimento Turístico realizados no Brasil. O importante, além de conhecê-los, é verificar quais deles estão sendo executados na sua cidade e de que forma você pode fazer parte.

Atividades de aprendizagem

1. Pesquise se sua cidade participa ou participou de algum desses macroprogramas, ou de outros programas de turismo. Caso tenha participado, elabore um texto sobre os principais resultados e poste-o no AVEA.

2. Acesse o Portal do Turismo e verifique se todos esses macroprogramas estão dentro do Plano Nacional de Turismo – PNT 2007/2010. Registre suas observações num arquivo e poste-o no AVEA.

3. Pesquise na sua cidade se existe Clube da Melhor Idade e se os associados utilizam o Programa Viaja Mais Melhor Idade (http://www.viajamais.com.br/) e comente no *chat* da disciplina no AVEA.

Aula 4 - O papel dos agentes do planejamento turístico

O desafio é respeitar a diferença de cada um, incorporar a diversidade, descentralizar o poder, partilhar sonhos e desejos, enfrentar problemas, buscar o acordo, conviver com várias interpretações, enfim achar uma trilha.

(Autor Desconhecido)

Objetivos

Conhecer os agentes do planejamento turístico e suas responsabilidades.

Compreender a cultura da cooperação e sua importância para o planejamento turístico.

4.1 O papel do Estado

Para que o turismo se desenvolva organizada e ordenadamente em uma determinada localidade, ele depende de alguns "atores", entre os quais está o Estado, que pode ser representado pelo Governo Federal, estadual ou municipal. Durante o planejamento do turismo na sua cidade, a participação governamental é fundamental; assim uma atitude importante é a formação de parcerias com os órgãos responsáveis pelo turismo em todas as esferas e áreas de interesse como as secretarias de transporte, segurança e infraestrutura, por exemplo.

Analise o conteúdo do *link* abaixo, principalmente o item sobre o papel do governo no planejamento do turismo. Poste sua análise no AVEA. **http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/501/433**

É importante a atuação do Estado no ordenamento do território e na organização das atividades turísticas, pois se estas acontecerem de forma muito acelerada, podem vir a causar, além de efeitos positivos, efeitos negativos também, caso não haja uma instituição para desacelerar suas ações.

Fique atento aos sinais de inadequação das ações públicas para a atividade turística na sua cidade.

No caso do turismo, os bens públicos são de fundamental importância; tanto a infraestrutura, a segurança, quanto os muitos recursos naturais e culturais dependem do Estado.

As principais funções do Estado estão relacionadas ao estabelecimento de diretrizes e políticas para o desenvolvimento do setor, além da criação das normas e regulamentos de preservação ambiental e abertura e funcionamento de equipamentos e serviços turísticos. O estado também é responsável por criar mecanismos de fiscalização e controle da atividade turística, promover o desenvolvimento da infraestrutura básica (vias de acesso, saúde, saneamento, etc.) e incentivar a capacitação profissional, que são extremamente importantes para a qualidade do turismo. Outras funções estão relacionadas à promoção do desenvolvimento turístico nos níveis nacional, estadual e municipal, criando as condições ideais para a captação de recursos, promoção de facilidades na obtenção de créditos e financiamentos e estímulo ao desenvolvimento da atividade na esfera privada.

O Estado é responsável por realizar as pesquisas estatísticas sobre o turismo, assim como promovê-las nas esferas não governamentais. A pesquisa é uma fonte importante para a elaboração de um diagnóstico mais condizente com a realidade do local e, consequentemente, para a criação de estratégias efetivas.

As atividades que competem ao Estado são as apresentadas no Quadro 4.1.

Quadro 4.1: Papel do Estado no desenvolvimento do turismo

Atividade	Ações
Coordenação	Coordenar a implantação de uma política de turismo de forma que atenda aos interesses coletivos e beneficie a todos.
Planejamento	Planejar as diretrizes gerais para que o desenvolvimento do turismo aconteça de forma ordenada e atenda, na medida do possível, ao interesse geral.
Legislação e regulamentação	Estabelecer regras, limites, condições para os diferentes campos do turismo, de forma que essas normas contribuam para a organização da atividade.
Empreendimentos	Exercer uma atividade que seja fundamental para o desenvolvimento do turismo, quando a iniciativa privada não, exercê-la, como por exemplo, ser proprietário de uma pousada, hotel, etc.

(continua)

Quadro 4.1: Papel do Estado no desenvolvimento do turismo	
Atividade	**Ações**
Incentivo	Patrocinar alguns tipos de incentivo: os incentivos fiscais, isenções de taxas, empréstimos ao setor privado para investimentos em determinadas localidades, e outros.
Atuação social	Promover o turismo social para parte da população menos privilegiada, oferecendo atividades de lazer e de entretenimento, como colônias de férias, atividades para os idosos, etc.
Promoção do turismo	Investir nos polos emissores de turista, que podem ser outros países, outros estados, outras cidades, o que é considerado um dos papéis mais importantes do Estado.
	(conclusão)

Fonte: Adaptado de Dias (2003, p. 126-128)

Agora que você já sabe o papel do Estado no planejamento turístico, que tal refletir qual dessas atividades são realizadas no seu município? Procure saber sobre a existência dos fóruns estadual ou municipal de turismo, identifique quais as linhas de ação prioritárias para o seu estado ou sua cidade e discuta com os colegas.

4.2 O papel da iniciativa privada

E qual será o papel da iniciativa privada no planejamento turístico? Primeiramente, vamos entender quem é a iniciativa privada no contexto do turismo e depois qual o seu papel.

A iniciativa privada é representada pelos micros, pequenos, médios e grandes empreendimentos e prestadores de serviços relacionados com o turismo. São exemplos: hotéis, pousadas, lojas de ***souvenirs***, empresas de aluguel de carro, guias especializados, restaurantes, negócios de água de coco, cachorro-quente, banca de tacacá, empresas de passeios turísticos, empresas de eventos, agências de viagem, entre outros.

Souvenir
é um termo em francês utilizado para designar pequenas lembranças de um lugar.

Todos os exemplos citados são daqueles que prestam serviços ao turista de forma direta ou indireta; por isso, eles necessitam que os turistas visitem a localidade para poderem oferecer seus serviços. E, para que esses serviços sejam de excelência, os empresários investem na qualificação de seus colaboradores e, com isso, aquele destino se torna mais competitivo.

Cabe à iniciativa privada (RUSCHMANN, 2001, p.68):

a) observar leis e regulamentos, bem como mecanismos de fiscalização e controle;

b) atuar no desenvolvimento da infraestrutura turística;

c) planejar cuidadosamente o funcionamento de suas atividades e equipamentos para atender com qualidade às necessidades e desejos do turista;

d) utilizar-se de mão de obra capacitada;

e) desenvolver associações, com vistas à troca de experiências e informações bem como para melhor articulação na criação e defesa de interesses perante empresariado e/ou governo;

f) manter-se atualizada quanto às tendências do turismo;

g) elaborar pesquisas com clientes, acompanhando a funcionalidade e a qualidade de seu estabelecimento.

Esta lista não esgota todas as possibilidades de atuação da iniciativa privada. Como profissional do turismo, você poderá atuar no planejamento de algumas dessas atividades. Para isso é imprescindível conhecer profundamente o mercado e o segmento do turismo em que se insere a empresa que demanda o planejamento.

4.3 O papel do Terceiro Setor

O Terceiro Setor é representado por várias organizações que, genericamente, são conhecidas como organizações não governamentais (ONGs); porém, esta é apenas uma sigla, não um tipo específico de organização. Esse conjunto de organizações está representado por: associações, cooperativas, fundações, institutos, organizações de voluntariado, entidades beneficentes, clubes de mães, centros sociais, etc.

O chamado Terceiro Setor surgiu para suprir a incapacidade do Estado e do Mercado de apoiarem o desenvolvimento da sociedade. Ele caracteriza-se por prestar serviços/atividades de interesse público, por meio de iniciativas privadas, sem fins lucrativos, nos mais diferentes segmentos.

> O Primeiro Setor – Estado – pelo seu gigantismo e ineficiência, teria esgotado a sua possibilidade de atender e lidar com as crescentes necessidades sociais das populações mais necessitadas; e o Segundo Setor – Mercado – que tem como objetivo fundamental o lucro, seria incapaz de incorporar uma agenda que dissesse respeito a questões sociais e ambientais (.....) (SARACENO, 2003).

Enfim, o Terceiro Setor vem complementar as preocupações e práticas sociais que geram bens e serviços de caráter público. Essas organizações estão assumindo cada vez mais importância no contexto global. Em geral é uma forma de iniciativa daquelas pessoas que resolveram parar de esperar pelos governos e agir por conta própria, acreditando na cultura da cooperação.

Nos *links* abaixo você encontra mais informações sobre ONGs e o Terceiro Setor.
http://www.abong.org.br/
http://www.terceirosetor.org.br

Todas essas organizações passaram a assumir um papel muito grande no desenvolvimento do nosso país, e no turismo também existem organizações que ajudam a proteger a Amazônia bem como fiscalizar as ações do governo. Mas, como em outras áreas, também existem organizações fantasmas com atuação questionável e interesses obscuros.

4.3.1 A cultura da cooperação

A cultura da cooperação é o resultado de um fazer humano pautado no diálogo das diferenças. Um diálogo que se dá numa relação de interdependência visando, invariavelmente, ao bem coletivo.

A cultura da cooperação é o oposto da cultura da competição, muito vivenciada nos dias de hoje. A sociedade começa a acreditar mais em si mesma e a confiar na sua força de vontade para mudar algo. E por intermédio do turismo também é possível vivenciá-la.

Mesmo que ainda visualizemos um cenário de individualismo, onde o planejamento integrado ainda não prevaleça em nosso dia a dia, é fundamental perceber que muitas palavras começam a permear nossa sociedade e dar outro sentido a ela. Cooperação, reciprocidade, diversidade, parceria, desenvolvimento responsável, corresponsabilidade, participação, passam a dar sustentabilidade às ações.

Para que aconteça o desenvolvimento, é essencial, portanto, uma mudança de comportamento e de mentalidade. Com isso é possível cada vez mais vivenciar a cultura da cooperação nos mais diversos segmentos, não somente no turismo, e acreditar num mundo melhor. Muitos estados e cidades brasileiras apostaram nessa nova realidade do planejamento turístico e vivenciaram a oportunidade de obter muitos resultados positivos. O trabalho em cooperação com os demais agentes do turismo permite equacionar os esforços, os recursos e também os bons resultados entre todos os envolvidos. O seu trabalho como planejador exige que você tenha a habilidade de articulador dos atores do turismo, colocando em prática a cultura da cooperação na sua cidade.

No *link* abaixo você encontra mais informações sobre a cultura da cooperação, como montar uma associação e/ou uma cooperativa.
http://www.sebraeminas.com.br/culturadacooperacao/cultura_cooperacao.htm

4.4 O papel da comunidade

A comunidade, assim como o Estado, é uma das principais responsáveis pelo planejamento do turismo em uma localidade. Não adiantará de nada o Estado ordenar o espaço, a iniciativa privada investir em seus empreendimentos e as organizações do terceiro setor fazerem seu papel de preservação do meio ambiente, se a comunidade não estiver sensibilizada e comprometida com o desenvolvimento do turismo.

É a comunidade que mais ganhará nesse processo de desenvolvimento do turismo como alternativa econômica e social, pois além de incrementar a renda financeira das famílias que ali moram, ele melhorará a autoestima das pessoas; portanto, a comunidade torna-se uma importante aliada no processo de planejamento.

A comunidade precisa se sentir parte do processo do planejamento, não apenas se considerar um agente num cenário que será montado pelo Estado. Se todos entendem que é importante manter a cidade limpa, atender bem o turista, vender produtos e serviços de qualidade, conhecer a história da sua localidade, o turista não apenas voltará para aquela localidade, mas indicará para outros amigos a visitarem.

Para o melhor desenvolvimento do planejamento turístico da sua cidade, você deverá identificar as lideranças locais que apresentam interesse no turismo e junto a estas elencar as prioridades e as expectativas de melhorias para o turismo da sua cidade. Lembre-se que chegar a um consenso entre os interesses dos envolvidos e desenvolver um plano turístico realmente eficaz não é uma tarefa fácil; para evitar conflitos, portanto, devem prevalecer os interesses coletivos.

Dessa forma o planejamento turístico deixa de acontecer de forma vertical ou autoritária em que antes as comunidades eram passivas, ou seja, só ficavam olhando e assistindo às transformações que aconteciam no seu lugar, sem direito de opinião. Hoje, essas comunidades têm a oportunidade de serem sujeitos da sua própria história e devem estar organizadas para participar do planejamento e das atividades que querem ver implantadas; e você, como responsável pelo planejamento, é importante nesse processo. Conhecer as peculiaridades da sua cidade, seus direitos e deveres, é primordial não apenas para garantir melhores condições de vida, mas para concordar ou discordar com as possíveis transformações do seu espaço e, consequentemente, do seu cotidiano.

As comunidades hoje se organizam em associações, cooperativas, fundações, institutos e estão se fortalecendo para reivindicarem seus direitos, para protegerem seu território e mostrarem a sua força perante governos que querem promover o desenvolvimento a qualquer custo. Essa certeza do seu poder é fundamental para lutar e manter viva sua identidade.

Figura 4.1: Agentes do planejamento turístico

A Figura 4.1 retrata a integração necessária entre os agentes do planejamento turístico que deve acontecer durante a elaboração do plano de desenvolvimento turístico de qualquer localidade. Tão importante quanto conhecer as fases da elaboração do planejamento turístico é entender a inter-relação existente entre esses agentes. Portanto, é sempre bom repetirmos que o desenvolvimento da atividade turística depende essencialmente da participação e da integração de todos os atores envolvidos, tanto da sociedade civil organizada, da iniciativa privada, do Terceiro Setor e do poder público, como de outras atividades complementares e afins.

Durante a elaboração do seu plano, você deverá justificar a importância deste, escrevendo sobre os beneficiados pelo turismo na sua cidade ou região.

Não deixe de participar dos *chats* e fóruns a respeito dessa temática. Lembre-se que sua participação e suas experiências irão contribuir para melhorar sua aprendizagem.

Resumo

Nesta aula conhecemos os agentes do planejamento turístico e o que cabe a cada um deles. Não se faz planejamento isolado, ele é um sistema que age de forma integrada, coesa, valorizando cada um de seus integrantes. O Estado precisa da iniciativa privada, do Terceiro Setor e da comunidade para implantar suas políticas públicas.

Atividades de aprendizagem

1. Pesquise na sua cidade uma ONG que trabalhe com o turismo ou cultura. Faça um texto sobre ela e poste-o no AVEA.

2. Existe algum programa na sua cidade que tenha a participação dos quatro agentes do planejamento turístico vistos na Aula 4? Pesquise como aconteceu esse planejamento, registre suas observações num arquivo e poste-o no AVEA.

Referências

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo.** 2.ed. Campinas: Papirus, 1996.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2.ed. São Paulo: Editora Senac-SP, 1998.

_____ **Política e planejamento de turismo no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2006.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Macroprogramas, Programas e Ações do MTur.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/>. Acesso em: 18 jun. 2009.

CARDENAS TABARES, Fábio. **Proyectos turísticos**: localización e inversión. México: Trillas, 1991 (reimp. 1996).

CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt; STIGLIANO, Beatriz Veroneze. **Inventário turístico:** primeira etapa da elaboração do plano de desenvolvimento turístico. Campinas: Editora Alínea, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DAL MOLIN, Beatriz Helena et al. **Mapa referencial para construção de material didático** - Programa e-Tec Brasil. 2. ed. Revisada.Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, , 2008.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Atlas, 2005.

_____ **Planejamento do turismo:** política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

FUNARO, Vânia Martins et al. **Diretrizes para apresentação de dissertações e teses da USP:** documento eletrônico e impresso. 2.ed. São Paulo: Sistema Integrado de Bibliotecas da USP, 2009.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico:** políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2.ed.São Paulo: Pioneira Thomson Learning2003.

MENDES, Eluziane Gonzaga. **As cidades e o turismo urbano**. Módulo 4, Fascículo 20. Gestão da Cadeia Produtiva do Turismo. Universidade Aberta do Nordeste da Fundação Demócrito Rocha e Universidade Estadual do Ceará. Ensino a distância. Mar. 2009.

MOLINA, Sérgio; RODRÍGUEZ, Sérgio. **Planejamento integral do turismo:** um enfoque para a América Latina. Bauru: EDUSC, 2001.

PETROCCHI, Mario. **Gestão de pólos turísticos**. São Paulo: Futura, 2001.

_____ **Turismo:** planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 2001.

_____ Planejamento turístico: conceitos básicos. In: ANSARAH, Marília Gomes Reis. **Turismo:** como aprender, como ensinar, 2. São Paulo: Editora SENAC-SP, 2001.

SARACENO, Danielle Vieira dos Santos. **O papel do terceiro setor na questão do desenvolvimento regional e local.** Disponível em: <http://www.desenbahia.ba.gov.br/recursos/news/video/%7B417A07AA-CC70-4D3B-AA09-96BA13F08224%7D_Artigo_01.pdf>. Acesso em: 2 nov. 2009

SEBRAE-MG. **Cultura da cooperação**. Disponível em: <http://www.sebraeminas.com.br/culturadacooperacao/cultura_cooperacao/01.htm> Acesso em: 2 nov. 2009.

SOUZA, Arminda Mendonça; CORREA, Marcus Vinícius M. **Turismo:** conceitos, definições e siglas. 2.ed. Manaus: Editora Valer, 2000.

Currículo das professoras-autoras

Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo é bacharel em Turismo e Administração. Especialista em Turismo e Gestão Territorial e possui MBA em Turismo: Planejamento, Gestão e *Marketing*. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Geografia Humana da Universidade de São Paulo (USP). É facilitadora na área de metodologias participativas. É professora da Universidade do Estado do Amazonas lotada na Escola Superior de Artes e Turismo. Ministra para o Curso de Turismo as disciplinas Desenvolvimento Local e Turismo e Planejamento Participativo em Turismo.

Glaubécia Teixeira da Silva é graduada em Turismo pelo Centro Integrado Ensino Superior do Amazonas-CIESA, com MBA em Turismo, Hotelaria e Entretenimento pelo Instituto Superior de Administração e Economia-ISAE/ Fundação Getúlio Vargas-FGV e mestre em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas-UFAM. É professora do ensino superior das disciplinas *Marketing* Turístico, Políticas Públicas e Turismo, Teoria Geral do Turismo e Gestão da Qualidade de Serviços Turísticos. Professora do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas na área de Planejamento e Organização do Turismo e Planejamento Turístico Regional.

ISBN 978-85-63576-14-9