

ENTENDENDO O TURISMO

como um vetor para o
desenvolvimento municipal

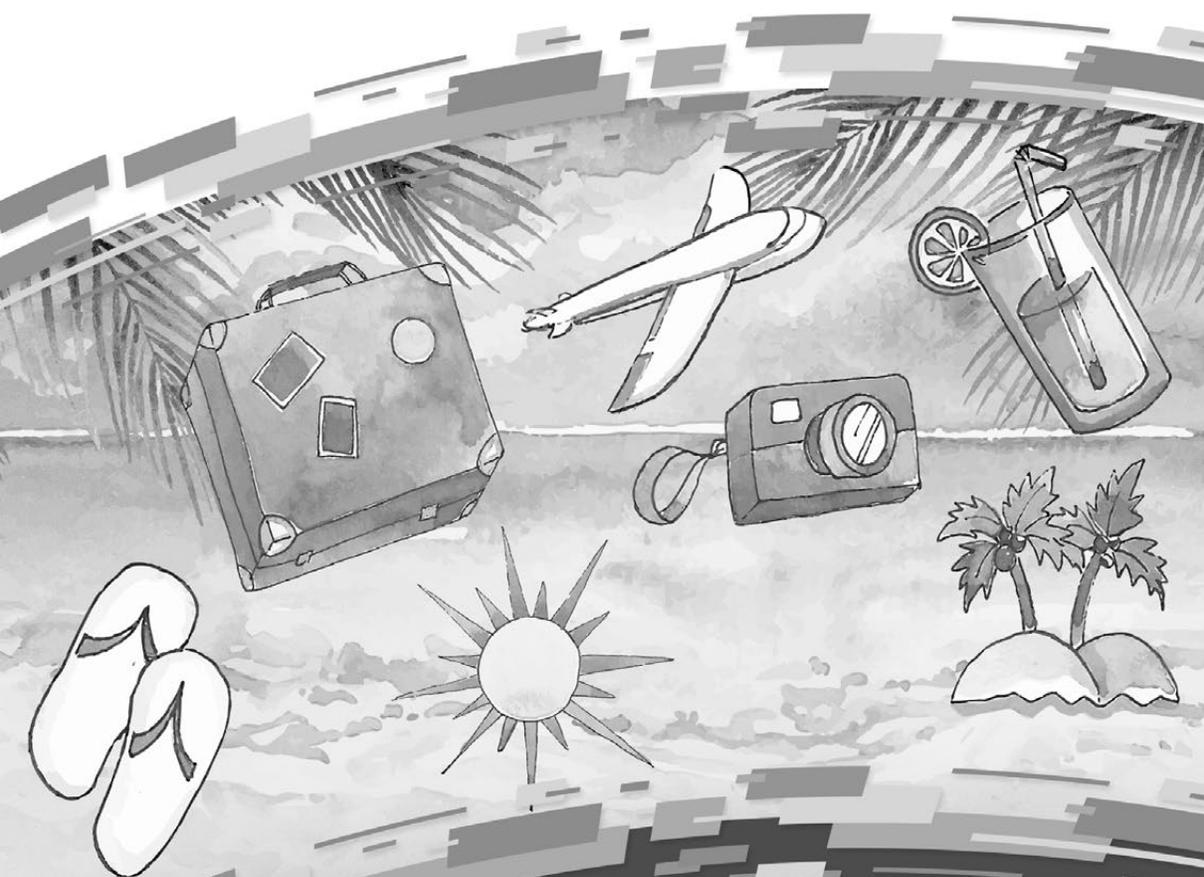


Núcleo de
Desenvolvimento
Econômico



ENTENDENDO O TURISMO

como um vetor para o
desenvolvimento municipal



Brasília/DF, abril de 2019.



Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde que citada a fonte. Todavia, a reprodução não autorizada para fins comerciais desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais, conforme Lei 9.610/1998.

As publicações da Confederação Nacional de Municípios – CNM podem ser acessadas, na íntegra, na biblioteca *on-line* do Portal CNM: www.cnm.org.br.

Autora:

Marta Feitosa Lima Rodrigues

Revisão de textos:

Keila Mariana de A. O. Pacheco

Orientação Técnica:

Denise Messias
Thalyta Cedro Alves de Jesus

Diagramação:

Themaz Comunicação

Orientação Editorial:

Keila Mariana de A. O. Pacheco
Luciane Guimarães Pacheco

Consultor da Área Técnica de Turismo:

Mário Augusto Ribas do Nascimento

Diretoria-Executiva:

Gustavo de Lima Cezário

Ficha catalográfica:

Confederação Nacional de Municípios – CNM. Entendendo o Turismo como vetor para o desenvolvimento municipal. – Brasília: CNM, 2019.

36 páginas.
ISBN 978-85-8418-111-7

1. Turismo. 2. Gestão municipal do turismo. 3. Planejamento turístico. 4. Desenvolvimento turístico. 5. Inventário da oferta turística. 6. Diagnóstico municipal. 6. Plano Municipal de Turismo. 7. Diagnóstico turístico. 8. Vetor de desenvolvimento.



Diretoria CNM GESTÃO 2018-2021

Conselho Diretor

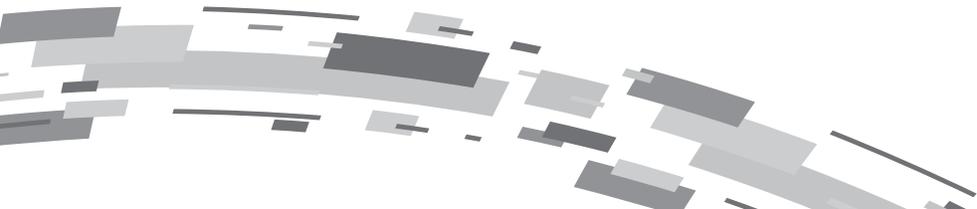
PRESIDENTE	Glademir Aroldi
1º VICE-PRESIDENTE	Julvan Rezende Araújo Lacerda
2º VICE-PRESIDENTE	Eures Ribeiro Pereira
3º VICE-PRESIDENTE	Jairo Soares Mariano
4º VICE-PRESIDENTE	Haroldo Naves Soares
1º SECRETÁRIO	Hudson Pereira de Brito
2º SECRETÁRIO	Eduardo Gonçalves Tabosa Júnior
1º TESOUREIRO	Jair Aguiar Souto
2º TESOUREIRO	João Gonçalves Júnior

Conselho Fiscal

TITULAR	Jonas Moura de Araújo
TITULAR	Exedito José do Nascimento
TITULAR	Christiano Rogério Rego Cavalcante
SUPLENTE	Pedro Henrique Wanderley Machado
SUPLENTE	Marilete Vitorino de Siqueira
SUPLENTE	Cleomar Tema Carvalho Cunha

Representantes Regionais

REGIÃO NORTE	Francisco Nelio Aguiar da Silva
REGIÃO NORTE	Wagne Costa Machado
REGIÃO SUL	Alcides Mantovani
REGIÃO SUDESTE	Daniela de Cássia Santos Brito
REGIÃO SUDESTE	Luciano Miranda Salgado
REGIÃO NORDESTE	Rosiana Lima Beltrão Siqueira
REGIÃO NORDESTE	Roberto Bandeira de Melo Barbosa
REGIÃO CENTRO-OESTE	Rafael Machado
REGIÃO CENTRO-OESTE	Pedro Arlei Caravina



Carta do Presidente

Prezada (o) municipalista,

A Confederação Nacional de Municípios (CNM) entende que a evolução do turismo no Brasil começa no Município, com a compreensão do turismo como atividade econômica capaz de dar visibilidade aos atrativos locais, potencializar recursos, gerar emprego e renda, integrando diferentes setores da economia local e aumentando a arrecadação municipal.

Esta cartilha tem por objetivos apresentar aos Municípios o turismo como atividade econômica estratégica e apoiar o trabalho dos gestores públicos municipais na implementação de estratégias e instrumentos que alavanquem o turismo como atividade econômica sustentável local e regionalmente.

O entendimento da atividade turística como vetor de desenvolvimento municipal é também a garantia da valorização da cultura e do meio ambiente, dos elementos materiais e imateriais presentes nos Municípios brasileiros, na implementação de estratégias e instrumentos de promoção do desenvolvimento local integrado e sustentável.

Esta cartilha complementa o material de orientação ao plano municipal de turismo.

Boa leitura e uma excelente gestão!



Glademir Aroldi
Presidente da CNM



Olá, municipalista!

Esta cartilha tem por objetivos apresentar aos Municípios o turismo como atividade econômica estratégica e, apoiar o trabalho dos gestores públicos municipais da área de Turismo, abordando de forma integrada o planejamento e organização para a implementação da atividade turística, em seus diferentes níveis, com a finalidade de promover ações para o desenvolvimento sustentável e integrado dos Municípios turísticos brasileiros.

Vamos conversar sobre o turismo?

O que é turismo afinal?

Turismo são as atividades que as pessoas realizam durante as viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual por um período de tempo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros (UNWTO, 2016).

Pensando no ator principal, o turista, como a pessoa que se desloca do seu local de moradia por mais de 24 horas, para local diferente de sua residência, pernoita e realiza gastos de todas as espécies com recursos recebidos fora da região visitada, motivado pelo simples fato de realizar um desejo de descoberta, de conhecimento ou de vivência, e que consome o produto turístico na localidade que visita, conseguimos entender a importância do papel que o Município exerce na atividade turística.

O Município ou o destino turístico é onde está localizado o atrativo turístico que motiva, inicialmente, o deslocamento do turista e onde o produto turístico é produzido e consumido pelo turista. É o local onde as experiências acontecem: a experiência de quem visita (visitante/turista) e do visitado (população local que recebe).

O visitante pode ser considerado um “turista” que não pernoita no destino onde se localiza o atrativo, ou seja, o turismo pode acontecer em mais de um Município no mesmo dia/ao mesmo

tempo. Esse indivíduo é muito importante para os Municípios, pois movimentava a economia local.



**VOCE
SABIA?**

Para uma melhor compreensão da importância do planejamento turístico como ferramenta integradora das políticas públicas, sugerimos a leitura da Cartilha da CNM “**Turismo em 360º – Planejando o Turismo no Município**”, disponível na biblioteca da CNM no *link*: <https://www.cnm.org.br/biblioteca/exibe/3462>.

O Município só é destino turístico se tiver atrativo turístico transformado em produto turístico.

- » Um **destino turístico** é composto “de produtos turísticos, os quais, por sua vez, se estruturam a partir dos recursos ou atrativos existentes no lugar” (VALLS, 2006, p. 26).
- » Um **atrativo turístico** é composto de “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados” (BRASIL, 2007a, p. 27). O atrativo “é o elemento que desencadeia o processo turístico” (VALLS, 2006, p. 27), ou seja, a matéria-prima do turismo sem a qual um país ou uma região não poderiam empreender o desenvolvimento turístico (BOULLÓN, 1983).
- » **Produto turístico** é “o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais Municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço” (BRASIL, 2007b, p. 17). Os equipamentos e os serviços turísticos são as instalações necessárias para que haja a atividade turística e compreen-

dem os setores de alojamento e/ou hospedagem, alimentos e bebidas, transportes turísticos, agenciamento, animação turística e informações turísticas (RUSCHMANN, 1997).

Trocando em miúdos, o atrativo turístico é o bem, serviço ou equipamento que originalmente atrai o turista é o “material” inicial, a base ainda não trabalhada turisticamente, sem a qual o turismo não pode, preliminarmente, se desenvolver. Já o produto turístico é o atrativo trabalhado, acrescido de facilidades, hospitalidade, comercializado de forma organizada por determinado preço. O destino turístico é o local que abriga o atrativo e o produto. Em um destino turístico pode existir mais de um atrativo turístico e mais de um produto turístico.



Não. O produto turístico pode envolver uma região, vários Municípios, um roteiro turístico ou até um país. Tudo vai depender do atrativo turístico oferecido, da demanda por essa oferta e de como será formatado e comercializado.

Como podemos perceber, o turismo é uma atividade que envolve todas as dimensões da realidade do Município: econômica, social, cultural, ambiental, dentre outras.

O gestor municipal deve compreender os impactos, negativos e positivos, da atividade turística. O turista não utiliza só os bens e serviços turísticos. O turista utiliza também os serviços básicos do Município (transporte, luz, serviços urbanos, serviços de saúde etc.), os recursos naturais (água, terra, produtos agrícolas) e produz lixo.

É importante lembrar que o turismo não só gera impactos positivos como a tão falada frase: “atividade que gera emprego e renda”. O turismo pode ocasionar impactos negativos como: maior consumo dos serviços básicos, aumento da violência, elevação dos preços dos serviços, entre outros impactos decorrentes de uma presença sazonal e temporária de turistas no local.

O problema está no desequilíbrio. Quando a produção e o consumo do produto turístico são exagerados e não planejados, eles comprometem a capacidade de carga do Município.

Podemos combater ou potencializar os impactos com o planejamento integrado e o monitoramento do desenvolvimento da atividade turística, com a construção, entre outros, de ferramentas de planejamento e ordenamento territorial.

É sabido que, para o desenvolvimento do turismo em um Município ou região, é necessário que haja, além dos atrativos e produtos, interesse do gestor municipal e da comunidade em trabalhar de forma integrada e participativa na construção do Plano Municipal de Turismo.

O Turismo no Brasil

De acordo com *Ranking* de Competitividade de Viagens e Turismo, realizado pelo Fórum Econômico Mundial, que compara 136 países, publicado em 2017, a diversidade do produto tu-

rístico brasileiro, aliada ao fato de sermos o primeiro país em recursos naturais no mundo e o oitavo em recursos culturais, indica ambiente propício para o desenvolvimento da atividade turística. No entanto, esbarramos na carência de políticas públicas federais, estaduais e municipais que fomentem e ordenem a atividade, o que nos coloca na 27^a posição do *ranking*.

Isso significa que somos pouco competitivos perante nossos concorrentes, mesmo sendo a nona economia turística do mundo, segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC, 2017). Por ano, o turismo movimenta, direta e indiretamente, 9,6% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, ou o equivalente a cerca de R\$ 492 bilhões.

Segundo dados de 2018 do Ministério do Turismo, o turismo poderá gerar em torno de 2 milhões de empregos nos próximos quatro anos, impactando positivamente 52 ramos de atividades econômicas, como hospedagem, alimentação, agências de viagens, setor aéreo, entre outros, congregando empresas de todos os portes no mercado brasileiro.

Em relação ao turismo doméstico podemos destacar o aumento das viagens do brasileiro pelo Brasil. Segundo o estudo Sondaagem do Consumidor – Intenção de Viagem, feito pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), esse aumento representa um crescimento de 8% em relação ao ano anterior. Para 80,3% dos futuros viajantes, a ideia é desbravar os destinos nacionais e desfrutar de belos cenários naturais, rica gastronomia e manifestações culturais brasileiras.

Percebe-se que o turismo no Brasil é uma das melhores perspectivas de geração de empregos diretos e indiretos e geração de renda, dentre os quais podemos destacar os segmentos da hotelaria, alimentos e bebidas, agências de viagens e em ou-

tras áreas, como o setor de transportes. Compreendemos que o turismo pode ser cada vez mais útil no desenvolvimento econômico não só do país, mas também de Estados e Municípios.

Nessa perspectiva, instrumentos de planejamento territorial – como Plano Diretor, Plano Municipal de Turismo, Plano de Mobilidade, Plano Integrado de Resíduos e outros – são iniciativas municipais que permitem, se forem trabalhadas de forma integrada, um melhor ordenamento do local e consequentemente da atividade turística municipal.

A importância do planejamento turístico

Planejar é desenvolver os espaços, junto a atividades que atendam aos anseios da população local e dos turistas, constituindo-se metas do poder público, em conjunto com a comunidade e o setor privado. A elaboração do planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo tem como objetivo buscar soluções, com mais eficiência, para os problemas futuros ou, em alguns casos, poder evitá-los (RUSCHMANN, 1997).

Em razão do efeito multiplicador na economia gerado pela implantação da atividade turística no Município, o planejamento é fundamental para seu desenvolvimento e para produzir políticas e processos adequados à realidade de cada localidade.

Nossa proposta é apresentar ferramentas para o desenvolvimento das políticas públicas municipais para o turismo, baseada em princípios de planejamento, apresentando opções que possibilitem promover a integração dos setores do Município, ressaltando a importância de se agregar valor à atividade turística, integrando e somando as potencialidades locais para o desenvolvimento sustentável da atividade turística.

Os programas, os projetos e as atividades derivados da política pública são definidos no Plano Municipal de Turismo.

Políticas públicas para o turismo

E o que são as tão faladas políticas públicas para o turismo?

“Políticas públicas são conjuntos de programas, ações e atividades desenvolvidas pelo Estado diretamente ou indiretamente, com a participação de Entes públicos ou privados, que visam a assegurar determinado direito de cidadania, de forma difusa ou para determinado seguimento social, cultural, étnico ou econômico” (SEMA/PARANA, 2013).

Na realidade, uma política pública surge como consequência da identificação de necessidades, problemas ou gargalos, pelo governo municipal, estadual ou federal e até mesmo pela população.

No entanto, para a consecução dessas políticas, são necessários instrumentos de gestão que, trabalhados de forma integrada, permitam sua implementação. Planejar, programar, estabelecer ações e atividades são estratégias fundamentais para a criação de políticas. São PLANOS que geram PROGRAMAS, que, por sua vez, geram AÇÕES, que, por sua vez, necessitam de INSUMOS para serem concretizadas.

Instrumentos para a implementação das políticas públicas



Fonte: Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos do Paraná (Sema), elaboração CNM.

Nessa perspectiva, entende-se que o objetivo principal das políticas públicas é atender à demanda da população tendo como ponto principal a geração do desenvolvimento e do bem comum, com a criação de estratégias para aumento dos postos de trabalho, melhoria da saúde e educação, avanços em infraestrutura, dentre outros.

O Plano Municipal de Turismo deve estar em acordo com esses instrumentos e agregar os que atendem à demanda dos visitantes sem perder a qualidade de serviços oferecidos aos visitados (municípios).

A partir do planejamento, o Município estabelece o passo a passo da gestão do turismo, define metas, objetivos, estratégias, prazos e ações necessárias para o atingimento dos resultados mapeados.

A integração das políticas e dos planos

Pensando de forma estratégica, o Município deve estar atento ao alinhamento dos planos e políticas municipais de turismo com os planos e políticas estaduais e nacionais.

Não estamos dizendo que o Município deve ficar sob a tutela do Estado ou do governo federal e muito menos nortear ou adequar sua necessidade às estratégias previstas no âmbito dos outros planos e políticas, mas precisa estar atento às fontes de financiamento e estratégias estaduais e regionais em vigor. O gestor municipal deve ter consciência da existência desses planos e políticas, pois estes podem interferir na estratégia da gestão municipal do turismo.

Afinal, é no Município que o turismo acontece, e as políticas públicas, mesmo pensadas de uma forma macro, são aplicadas nos Municípios. Esse alinhamento é fundamental para o planejamento municipal de turismo.

Política e Plano Nacional de Turismo

De acordo com a Lei 11.171/2008, a Política Nacional de Turismo é regida por um conjunto de leis e normas, voltadas ao planejamento e ao ordenamento do setor, e por diretrizes, metas e programas definidos no Plano Nacional do Turismo (PNT) estabelecido pelo governo federal.

O Plano Nacional de Turismo é elaborado pelo Ministério do Turismo (MTur). Seu intuito é a integração das diretrizes estra-

tégicas, os objetivos e resultados esperados com a proposição e o desenvolvimento de programas, projetos e ações. É revisto a cada quatro anos, em consonância com o plano plurianual. A última versão engloba o período de 2018-2022 e foi construída pelo MTur em parceria com as entidades que fazem parte do Conselho Nacional de Turismo, e a CNM é uma delas.

É importante salientar que a Política Nacional de Turismo tem entre os seus princípios a regionalização do turismo, que considera que mesmo um Município que não possua uma clara vocação para o turismo – ou seja, que não recebe o turista em seu território – pode dele se beneficiar, se esse Município desempenhar um papel de provedor ou fornecedor de mão de obra ou de produtos destinados a atender ao turista. O trabalho regionalizado é uma sugestão da Organização Mundial de Turismo, e o Ministério do Turismo a adotou em 2004, dando maior protagonismo às unidades federativas. O trabalho regionalizado permite, assim, ganhos não só para o Município que recebe o visitante, mas para toda a região.

Uma das estratégias do programa de regionalização é o Mapa do Turismo Brasileiro, que define o território a ser trabalhado pelo programa e a base de atuação da política de desenvolvimento do turismo. Identifica os Municípios e os agrupa em regiões turísticas.

É importante saber a diferença de regiões turísticas e instância de governança regional. Segundo o MTur (BRASIL, 2016):

» **Regiões turísticas** são territórios que possuem características similares e/ou complementares e aspectos em comum (identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica). Geralmente esses territórios são compostos por vários Municípios. Esses Municípios se articulam, normalmente em uma instância de governança regional, com o intuito de desenvol-

ver o turismo de forma conjunta, regionalizada. Em uma região podem existir Municípios que não recebem turistas, mas que se beneficiam da atividade pelo fornecimento de produtos e serviços. A lógica do Programa de Regionalização do Turismo pressupõe que trabalhar o turismo de forma integrada, regionalizada e cooperada é mais vantajoso para a região, pois o turista é estimulado a permanecer mais tempo na região, gerando mais recursos para os Municípios envolvidos.

» **Instância de Governança Regional** é uma organização com participação do poder público, do setor privado e de outras entidades representativas do turismo dos Municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar o programa em âmbito regional. Ela passa a ser responsável pela definição de prioridades, pela coordenação das decisões a serem tomadas, pelo planejamento e pela execução do processo de desenvolvimento do turismo na região turística. Essa instância pode, dentre outros formatos, ser um conselho, um fórum, um consórcio regional de Municípios.



ACESSE
AGORA

Para conhecer o Plano Nacional de Turismo e os programas do Ministério do Turismo, acesse: <<http://www.turismo.gov.br>>.

Planos Estaduais de Turismo

No âmbito estadual, o plano é de responsabilidade do órgão estadual de turismo de cada unidade federativa. A exemplo do nacional, ele estabelece estratégias de desenvolvimento do turismo, atentando-se para peculiaridades da região, dos Municípios e dos segmentos turísticos trabalhados. Busca integrar rotas, roteiros e regiões que envolvem Municípios limítrofes ou não e trabalha a estratégia de investimentos em infraestrutura turística como acessos, sinalização, até planos de *marke-*

ting, divulgação e apoio à comercialização do produto turístico produzido nas regiões.

Plano Diretor de Ordenamento Territorial (PDOT)

Conforme falamos na *Cartilha Turismo, oportunidade para o desenvolvimento municipal* (CNM, 2016), o plano diretor, previsto na Constituição Federal e disciplinado no Estatuto da Cidade (Lei Federal 10.257/2001), define os critérios de ordenamento das cidades e das áreas de expansão urbana e também as regras básicas de zoneamento urbano, parcelamento do solo urbano, ordenação do sistema viário e proteção ambiental. O mesmo Estatuto das Cidades define o território municipal como “rural e urbano”, pelo qual a atividade turística deve prever ações que incluem todo o território e seus atores. O turismo é um de seus itens, que pode ou não existir em função da importância que a atividade tem em âmbito local.

De acordo com o Estatuto da Cidade, cap. III, art. 41, o plano diretor é obrigatório para cidades:

- a. com mais de vinte mil habitantes;
- b. integrantes de regiões metropolitanas e aglomerações urbanas;
- c. onde o Poder Público municipal pretenda utilizar os instrumentos previstos no § 4º do art. 182 da Constituição Federal;
- d. integrantes de áreas de especial interesse turístico;
- e. inseridas na área de influência de empreendimentos ou atividades com significativo impacto ambiental de âmbito regional ou nacional. (BRASIL, 2001)



**ACESSE
AGORA**

Para conhecer as orientações da CNM relacionadas aos planos diretores para Municípios de pequeno porte, acesse a Cartilha no *link*: <<http://www.cnm.org.br/biblioteca/download/2134>>.

Sistema Municipal de Turismo

É necessário que cada Município respeite suas especificidades de modo a adequar a estruturação do planejamento do turismo à realidade local.

Um ponto que merece atenção na construção do planejamento é a efetiva participação dos poderes públicos municipais (Executivo, Legislativo e Judiciário) e da sociedade civil organizada. Essa estrutura colaborativa fortalece e torna mais fácil a implantação de políticas públicas, pois todos os segmentos da sociedade participam do processo, além de promover a dinamização e o desenvolvimento das potencialidades econômicas já existentes, o que resultará no desenvolvimento socioeconômico da localidade.

A partir do mapeamento das estruturas organizacionais envolvidas, no âmbito das esferas federal, estadual e municipal, da capacitação e da sensibilização dos atores envolvidos na atividade turística municipal, do fomento e da implantação do Conselho Municipal de Turismo, da inventariação da oferta turística, dentre outros passos, será iniciado o processo de implantação do Sistema Municipal de Turismo.

O gestor municipal deve compreender que a atividade turística não só se utiliza do atrativo turístico e da infraestrutura do turismo, mas usa toda a estrutura municipal: infraestrutura básica, redes de fornecimento de bens e serviços, produção agrícola, dentre outros.

A atividade turística precisa ser vista de maneira integrada e sistêmica pela gestão. O Sistema Municipal de Turismo fundamenta-se na Política Municipal de Turismo para instituir um processo de gestão compartilhada com os demais Entes federativos, instituições e a comunidade.

Política Municipal de Turismo

A atividade turística, pautada na gestão municipal como atividade econômica, representa uma oportunidade de aumento das receitas, não somente para o Município, mas também para a população.

A criação de uma Política Municipal de Turismo tem como principal objetivo estruturar e promover a atividade de forma a minimizar os impactos negativos e potencializar os positivos, a fim de que seu desempenho foque o desenvolvimento socioeconômico municipal e da região.

Para alcançar esse objetivo, o Município deve desenvolver estratégias para administração do turismo de forma participativa e integrada com todos os setores da administração pública municipal e para que os investimentos na organização e na administração da atividade turística não sejam desordenados.

Nesse sentido, é o Município que dá o “rumo”. É ele que estabelece a Política Municipal de Turismo, que dentre suas ações pode prever:

- » órgão municipal responsável pela gestão do turismo;
- » Plano Municipal de Turismo;
- » Fundo Municipal de Turismo
- » Conselho Municipal de Turismo.

Órgão Municipal de Turismo

De acordo com o art. 2º da Portaria MTur 205/2015:

Art. 2º Para integrar uma Região Turística do Mapa do Turismo Brasileiro, cada município deverá atender aos seguintes critérios:

I – possuir órgão responsável pela pasta de turismo (Secretaria, Fundação, Coordenadoria, Departamento, Diretoria, Setor ou Gerência); (BRASIL, 2015).

Ou seja, cada Município deverá trabalhar com a perspectiva de estruturação de gestão mais adequada para sua realidade. Dependendo do nível de desenvolvimento do turismo e do porte do Município, talvez seja necessário criar uma pasta específica para o segmento. Em alguns casos, o turismo pode dividir uma pasta com outra área de interesses semelhantes, ou ainda ser de responsabilidade de um setor ou gerência.

É importante salientar que, para fins de legislação, o órgão de turismo do Município deve ser criado por lei municipal e constar formalmente na estrutura de gestão. Ou seja, ser apresentado para aprovação da Câmara de Vereadores e sancionado pelo gestor municipal.

De qualquer forma, o órgão municipal competente será responsável por implementar as políticas de turismo, monitorar as ações, articular parcerias, propor ações para divulgação e comercialização do produto turístico, propor a publicação de legislação turística, estabelecer ações de governança e produtos regionais (circuitos, roteiros etc.), criar *clusters* e promover o desenvolvimento regional e da microrregião.

Além disso, também é responsável pela gestão do Plano Municipal de Turismo, do Conselho Municipal de Turismo e do Fundo Municipal de Turismo.

Plano Municipal de Turismo

Para consolidação da atividade turística, é importante que o gestor tenha uma estratégia estruturada com base na realidade do Município. Para isso, é necessário estabelecer diretrizes de forma participativa no processo de desenvolvimento e fomento do turismo.

Antes de redigir o Plano Municipal de Turismo, sugere-se realizar o inventário da oferta e da demanda turística, que contribuem para o diagnóstico das potencialidades e das fragilidades do sistema local. Falaremos sobre o diagnóstico municipal mais adiante.

O Plano Municipal de Turismo norteará as ações do processo de desenvolvimento do turismo no Município. Deve ser uma construção coletiva, ouvindo a proposição dos diversos atores envolvidos na sua criação, e estar em consonância com o plano diretor e outros planos municipais. Além disso, deve considerar os planos de turismo estadual e federal no norteamento da sua construção.

Elencamos a seguir alguns resultados esperados com a construção participativa do Plano Municipal de Turismo:

- » reconhecimento e definição da identidade turística do Município, inclusive com a indicação dos segmentos mais importantes a serem trabalhados;
- » aproximação de Município e população por meio da criação do Conselho Municipal de Turismo;
- » divulgação das estratégias previstas no plano, na busca de congruência e integração das ações com outros órgãos do governo municipal, que passarão a considerar nas suas estratégias os interesses do turismo;

- » integração do Município com os outros Municípios pertencentes à mesma região turística e às instâncias de governanças regionais, o que possibilita o trabalho de forma regionalizada, participativa e em conformidade com as políticas estaduais e federais;
- » orientação de investimentos públicos e privados de forma escalonada, por necessidades e prioridades, tendo por base os cenários apresentados no plano;
- » abertura de frentes de trabalho e inclusão no mercado local de uma maior fatia da população, a partir da ampliação da atividade turística e da capacitação de mão de obra profissional para atuar no setor;
- » construção de legislação voltada ao turismo que norteie, defina, oriente, incentive e fiscalize o desenvolvimento da atividade turística e os investimentos públicos e privados;
- » monitoramento dos impactos e do crescimento da atividade turística;
- » preservação dos atrativos turísticos naturais e culturais, materiais e imateriais;
- » valorização do Município na captação de recursos, investimento e competitividade do produto turístico.

Fundo Municipal de Turismo

O Fundo Municipal de Turismo destina-se ao financiamento das atividades relacionadas ao turismo no Município, visando sempre à promoção das atividades de resgate, valorização, manutenção e preservação do patrimônio natural, cultural, histórico e artístico; serve também à promoção do crescimento ordenado e do desenvolvimento sustentável da atividade turística no Município.

Na maioria dos casos, o fundo é administrado pelo órgão municipal de turismo com o monitoramento e controle social do

Conselho Municipal de Turismo, que validará a utilização dos recursos para ações de fomento do turismo local.

Nem todo Município precisa de um Fundo específico para esse fim, mas o turismo deve estar contemplado no PPA e no orçamento municipal. Quando forem identificadas a vocação e a necessidade da criação de um Fundo, o Fundo Municipal de Turismo deve ser instituído por lei municipal e a ele devem pertencer os recursos captados para o turismo como: emendas parlamentares, destinação de recursos por legislação municipal por meio da destinação de dotação orçamentária, recursos de instituições financeiras e órgãos governamentais e porcentagem na arrecadação de impostos ou de ações específicas como a taxa de turismo, dentre outras.

Conselho Municipal de Turismo

Criado por lei municipal, o Conselho de Turismo é um colegiado de entidades representativas do *trade* turístico, da comunidade e do poder público municipal, que tem caráter consultivo e/ou deliberativo. Não há limitação do número de participantes; entretanto, é recomendado que 1/3 dos seus membros seja do setor público e 2/3 sejam representantes da iniciativa privada. Sugerimos que seja presidido pelo(a) prefeito(a) municipal e na sua ausência seja substituído pelo(a) gestor(a) municipal de turismo.

Por ser o turismo uma atividade econômica multidisciplinar, os membros do Conselho Municipal de Turismo, além de contar com representantes das áreas de turismo, hospitalidade e eventos, deve ter a participação de outras áreas afins, como cultura, esporte, lazer, trânsito e transporte, meio ambiente, entre outras, que necessitam trabalhar em conjunto e de forma

integrada, visando a políticas municipais mais amplas, integradas e eficientes para o desenvolvimento da atividade turística.

Segundo o *Guia de Criação e Fortalecimento de Conselhos Municipais de Turismo*, publicado pelo governo do Estado de São Paulo em 2015, cabe ao Conselho:

- » coordenar, incentivar, promover e executar ações pertinentes ao desenvolvimento do turismo dentro do Município;
- » estudar e propor à administração municipal medidas de difusão e amparo ao turismo, em colaboração com órgãos e entidades oficiais;
- » sugerir e orientar à administração municipal ações relacionadas à criação e à preservação dos pontos turísticos do Município;
- » promover com as entidades de classe campanhas para incrementar o turismo no Município;
- » agregar o maior número de entidades de cada segmento para trabalharem em conjunto na divulgação e na promoção do turismo no Município;
- » captar recursos para programas, projetos e ações para as atividades turísticas;
- » desenvolver ações e campanhas de conscientização turística para a população em geral.

Entende-se que a criação do Conselho é o primeiro passo para se pensar no desenvolvimento integrado das ações que visam a consolidar a atividade turística como uma importante alavanca do desenvolvimento econômico.

O Conselho pode ter fundos a ele vinculado, o que representa maior agilidade, celeridade e autonomia e pode ser vantagem estratégica para a gestão municipal.

Em razão de sua composição de representatividade público-privada, esse ambiente pode ser importante ferramenta para o gestor municipal validar e aprovar políticas, investimentos, projetos e programas.

O Conselho Municipal de Turismo é a representação no ambiente público dos segmentos que compõem a cadeia produtiva do turismo. Para que suas ações sejam eficientes, é necessário que o Conselho seja ágil e conte com a participação efetiva de seus membros.

É fundamental que haja o engajamento e a proposição de estratégias que realmente promovam o desenvolvimento do sustentável do turismo nos cenários econômico, social, cultural e ambiental, bem como a melhoria da qualidade de vida da população local.

Estratégias para ações de fortalecimento da Política Municipal de Turismo

Sugerimos alguns temas estratégicos que podem ser trabalhados na formulação das políticas municipais de turismo.

Plano Municipal de Turismo

- » Inventário da Oferta Turística.
- » Diagnóstico Municipal.
- » Identificação das prioridades.
- » Monitoramento da efetividade condução da atividade turística no Município.

Competitividade

- » Ações de promoção e divulgação do turismo.
- » Aumento da competitividade do Município em relação aos

seus concorrentes, elaborando novos produtos turísticos a serem reconhecidos.

- » Criação de calendário de eventos municipais.
- » Criação de projetos que objetivem o aumento do fluxo de turistas.

Qualificação e capacitação

- » Cursos de capacitação voltados à comunidade.
- » Campanhas de conscientização e valorização do turismo.

Investimentos

- » Captação de recursos estaduais, federais e internacionais.
- » Captação de parcerias público-privadas.
- » Participação em Consórcios Municipais de Turismo.



Para saber como criar e fortalecer o Conselho Municipal de Turismo, acesse a Nota Técnica da CNM 036/2017, disponível na biblioteca da CNM no *link*: <https://www.cnm.org.br/biblioteca/exibe/3172>

Considerações finais

O turismo é uma atividade econômica dinâmica e multidisciplinar que, quando bem planejada, pode contribuir para o crescimento econômico do Município por meio da geração de empregos e renda, além do impacto em outras cadeias produtivas de bens e serviços.

O potencial turístico como vetor de desenvolvimento é uma possibilidade factível; todavia, o turismo como promotor de benefícios também pode gerar impactos e desigualdades. Diante desse cenário, os gestores municipais devem ter o cuidado de analisar se determinada prática institucionalizada é importante e necessária para seu território.

A implementação da atividade turística de forma responsável deve passar por um processo de planejamento estratégico que precisa ser construído com a participação de todos os atores envolvidos.

Para uma boa construção do planejamento, cabem alguns questionamentos:

- » qual modelo de desenvolvimento turístico deve ser implementado no meu Município?
- » qual segmentos devem ser explorados?
- » quais investimentos são necessários?
- » de que forma o Município e os munícipes serão beneficiados e impactados?
- » qual a vocação turística do meu Município?

A pujança e as oportunidades geradas pela atividade devem ser usadas a favor do Município como mola propulsora ao desenvolvimento municipal e para construção de políticas públicas adequadas a cada realidade. A integração de políticas e planos em nível municipal, estadual e federal é uma ferramenta importante que deve ser considerada para o planejamento do turismo e no enfrentamento e na condução dos impactos gerados pela atividade.

Nesse sentido, a CNM publicou e sugere leitura da cartilha *Turismo em 360° – Planejando o turismo no Município* como complemento a esta publicação. A cartilha tem por objetivos apresentar aos Municípios o turismo como atividade econômica estratégica e apoiar o trabalho dos gestores públicos municipais na implementação de estratégias e instrumentos que alavanquem o turismo como atividade econômica sustentável local e regionalmente.

A CNM conta com o engajamento dos gestores ao movimento municipalista com vistas ao desenvolvimento do turismo responsável como uma oportunidade que pode, a partir do planejamento estratégico dessa atividade econômica, produzir um efeito multiplicador na economia local, contribuir significativamente com a melhoria da qualidade de vida da população, gerar oportunidades de emprego e garantir o desenvolvimento sustentável, integrado e inclusivo.

Referências

BOULLÓN, R. C. *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: Edusc, 2002.

BRASIL. Coordenação-Geral de Regionalização. *Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil. Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística*. Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007a.

_____. Coordenação-Geral de Regionalização. *Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil. Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização*. Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007b.

_____. Lei 10.257, de 10 de julho de 2001. Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 11 jul. 2001.

_____. Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 18 set. 2008.

_____. Ministério do Turismo. *Cadernos do Turismo. Programa de Regionalização Roteiros do Brasil*. Brasília, DF: MTur, 2007c.

_____. Ministério do Turismo. *Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro*: perguntas e respostas. Brasília, jul. 2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/perguntas_respostas_catego_2016.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2017.

_____. Ministério do Turismo. Índice de competitividade do turismo nacional. Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. Brasília, DF : Ministério do Turismo, 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2015/Aracaju_RA_2015.pdf>. Acesso em 23 abr. 2017.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Brasília: 2018.

_____. Ministério do Turismo. Portaria 205, de 9 de dezembro de 2015. Estabelece critérios para a atualização do Mapa do Turismo Brasileiro e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 2015.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS (CNM). *Turismo, oportunidade para o desenvolvimento municipal*. Brasília: CNM, 2016.

_____. Nota Técnica 036/2017. Conselhos Municipais de Turismo. Disponível em: <https://www.cnm.org.br/cms/biblioteca/NT_36_2017_Conselhos_Municipais_de_Turismo.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2018.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. *Guia de Criação e Fortalecimento de Conselhos Municipais de Turismo*. São Paulo: 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=93>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

_____. Secretaria de Turismo. *Município de interesse turístico*. São Paulo: [2015]. Disponível em: <<http://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=108>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

PARANÁ. Secretaria do Meio Ambiente. *O que são políticas públicas*. Disponível em: <http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/coea/pncpr/O_que_sao_Politicapblicas.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2017.

RUSCHMANN, D. V. M. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. São Paulo: Papirus, 1997.

UNWTO. World Tourism Organization. *Site institucional*. Madrid: 2016. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/en>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

VALLS, J.F. *Gestão Integral de destinos turísticos sustentáveis*. Tradução de Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Site institucional*. 2017. Disponível em: <<https://www.wttc.org/>>. Acesso em: 20 abr. 2017.



/Portal**CNM**



@Portal**CNM**



/TVPortal**CNM**



/Portal**CNM**



/Portal**CNM**



app.**CNM**.org.br



www.cnm.org.br

