

Ministério do Turismo
Secretaria de Políticas de Turismo

PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – Roteiros do Brasil

Diretrizes Políticas

O turismo no Brasil contemplará as diversidades regionais, configurando-se pela geração de produtos marcados pela brasilidade, proporcionando a expansão do mercado interno e a inserção efetiva do País no cenário turístico mundial. A geração de emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e regionais e o equilíbrio da balança de pagamentos sinalizam o horizonte a ser alcançado pelas ações estratégicas indicadas.

(Visão – Plano Nacional do Turismo)

Presidente da República Federativa do Brasil
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro do Turismo
Walfrido dos Mares Guia

Secretário Executivo
Márcio Favilla Lucca de Paula

Secretário de Políticas de Turismo
Milton Zuanazzi

Secretária de Programas de Desenvolvimento do Turismo
Maria Luisa Campos Machado Leal

Presidente da EMBRATUR
Eduardo Sanovicz

Dados internacionais de catalogação na publicação (CIP)

Brasil. Ministério do Turismo
Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil /
Ministério do Turismo. Brasília, 2004.
31 p.

1. Política de turismo – Brasil. 2. Programa de Regionalização do
Turismo – Diretrizes. I. Título.

CDU: 338.48(81)

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

TURISMO: geração de riqueza e igualdade de oportunidades 5

Walfrido dos Mares Guia

INTRODUÇÃO

ROTEIROS DO BRASIL: mercado e inclusão social 7

Milton Zuanazzi

1 - BASE CONCEITUAL DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL 9

2 - FUNDAMENTOS PARA A FORMULAÇÃO DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL 10

3 - DIRETRIZES 10

4 - ESTRATÉGIAS 11

4.1 - Gestão coordenada 11

4.2 - Planejamento integrado e participativo 11

4.3 - Promoção e apoio à comercialização 11

5 - AÇÕES OPERACIONAIS 12

5.1 - Gestão coordenada 12

5.2 - Planejamento integrado e participativo 15

5.3 - Promoção e apoio à comercialização 17

BIBLIOGRAFIA 19

ANEXOS 21

1 - Reuniões e oficinas para a formulação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil no período de 2003-2004

2 - Cronograma das oficinas de planejamento para operacionalização do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, realizadas nas Unidades Federadas

3 - Parcerias no planejamento, definição e operacionalização do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

APRESENTAÇÃO

TURISMO: geração de riqueza e igualdade de oportunidades

Em janeiro de 2003, ao criar o Ministério do Turismo (MTur), o Presidente da República ordenou a priorização do turismo como elemento propulsor do desenvolvimento socioeconômico do País.

Como resposta a essa orientação, em abril do mesmo ano, após ampla consulta à sociedade, foi lançado o **Plano Nacional do Turismo**, baseado nas seguintes premissas: parceria e gestão descentralizada; desconcentração de renda por meio da regionalização, interiorização e segmentação da atividade turística; diversificação dos mercados, produtos e destinos; inovação na forma e no conteúdo das relações e interações dos arranjos produtivos; adoção de pensamento estratégico, exigindo planejamento, análise, pesquisa e informações consistentes; incremento do turismo interno; e, por fim, o turismo como fator de construção da cidadania e de integração social.

Passado um ano, o Ministério do Turismo apresenta, em nome da sociedade brasileira, o **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**, pautado nas orientações contidas no Plano Nacional do Turismo e com a participação ativa e confiante dos parceiros.

O diálogo nacional, promovido e coordenado pelo MTur no âmbito do Conselho Nacional de Turismo, e pelos governos estaduais, apoiados nos Fóruns Estaduais de Turismo, refletiu-se na construção coletiva do Programa, caracterizada pela participação de representantes do trade turístico e da área acadêmica, com a inclusão de organizações de agricultores, ribeirinhos, quilombolas, indígenas, extrativistas. Enfim, nele se fazem presentes todos os segmentos que, ao atenderem ao chamamento do governo, acreditam no esforço possível do Estado e sociedade na missão de transformar a realidade do País, expresso na produção e distribuição equânime da riqueza por meio das atividades que compõem e integram o setor do turismo.

Transformar esse diálogo em ação é possível sob a ótica do turismo, particularmente neste novo quadro de relações sociais tecidas a partir do Conselho Nacional de Turismo, do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, dos Fóruns Estaduais de Turismo, dos Conselhos Municipais de Turismo, dos parceiros e das comunidades.

Nesse um ano de debates foi possível antever correções e ajustes nos rumos do Plano Nacional do Turismo. Percebeu-se que o modelo de gestão apoiado na regionalização do turismo, incorporando a noção de território e de arranjos produtivos, transformou-se em eixo estruturante dos macroprogramas do Plano. Tais ajustes garantem uma política pública mobilizadora que permite a flexibilidade, de modo a atender às múltiplas questões que interferem no equilíbrio social e econômico das comunidades, dos municípios, dos Estados e do País.

Nestes novos tempos, a agenda de discussão nacional e internacional destaca a tolerância e o respeito às diferenças e passa a exigir políticas e estratégias de desenvolvimento com o pres-

suposto da sustentabilidade. Devem ser capazes de incorporar a igualdade de oportunidades para jovens, idosos, negros, índios, mulheres, portadores de necessidades especiais e familiares, de modo a reagir ao silêncio permissivo e a romper com o conformismo histórico diante do atual quadro de desigualdades.

O modelo de gestão adotado pelo MTur está voltado para o interior dos municípios do Brasil, para as suas riquezas ambientais, materiais e patrimoniais, e para as suas populações, em contraponto aos prejuízos impostos pela modernização. Esse propósito pode ser alcançado pela gestão compartilhada, pelo planejamento nacional construído a partir das especificidades locais com enfoque no desenvolvimento regional. Para tanto, devem ser criadas condições que propiciem a contribuição e a participação das várias esferas da sociedade, de modo a se chegar à oferta de produtos e serviços diversificados, qualificados e exigidos pelos mercados nacional e internacional.

O Programa – Roteiros do Brasil – é dirigido para os mercados competitivos e impulsionado na perspectiva do desenvolvimento sustentável. Traduz-se em ações, estratégias e reformas na estrutura do governo que possam garantir maior equidade, novos critérios de ação e negociação coletiva capazes de se transformar em oportunidades nos mercados mundiais e repercutir na geração e distribuição de renda no País. Nessa perspectiva, o turismo é visto como gerador de oportunidades e aliado eficaz no propósito de redução da pobreza, quando planejado e monitorado de forma sistemática, compartilhada e coletiva.

Com certeza, o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil constitui-se em um movimento que deve influir na percepção daqueles que atuam no processo de formulação, mobilização, execução e comercialização do produto turístico, e também dos que definem os instrumentos de política e de gestão pública. Trata-se de um modelo de desenvolvimento integral, na perspectiva da inclusão social, com ênfase na igualdade de oportunidades desejada pelas populações, em nome das quais se formula o Programa. Busca-se reafirmar as formas de existência das comunidades, seus costumes e suas crenças, as relações de poder e de interesses que as unem e as distanciam. Enfim, trata-se de uma contribuição para superar obstáculos e divergências e pensar a geração de riqueza vinculada ao movimento de grupos sociais regionalmente organizados, que demandam espaço de participação no processo de decisão e gestão.

Walfrido dos Mares Guia
Ministro do Turismo

INTRODUÇÃO

ROTEIROS DO BRASIL: mercado e inclusão social

Desde que a equipe do Ministério do Turismo iniciou a formulação do Plano Nacional do Turismo, nas primeiras horas do governo Lula, esteve presente o desejo de se construir uma proposta de transformação produtiva com equidade, capaz de mobilizar e motivar a sociedade para um projeto cujo sentimento de fazer parte pudesse provocar um movimento para a construção coletiva do desenvolvimento sustentável.

O primeiro desafio foi repensar o modelo de desenvolvimento do turismo no País e com que meios enfrentar e avançar para atender às necessidades requeridas pela ordem internacional globalizada, que impõe a ótica dos mercados mundializados e competitivos e o acesso a novas tecnologias.

A contribuição das organizações da sociedade e a experiência acumulada por um número significativo de municípios brasileiros, mobilizados para o processo de planejamento fundamentado no princípio do turismo sustentável, foi determinante. O passo seguinte constituiu-se no ordenamento e na aproximação de interesses para ampliar a cooperação e a parceria, fortalecendo as relações entre municípios, Estados e países a partir de seus valores, atributos e particularidades, compondo regiões turísticas. As inter-relações e o processo de integração que ocorrem nesses territórios são capazes de gerar produtos e serviços complementares para a diversificação da oferta turística, traduzindo-se em oportunidades de negócios e de desenvolvimento humano.

Nesse processo, foi dada especial atenção para que os benefícios atribuídos à economia de mercado tivessem o foco nas populações locais e fossem distribuídos de maneira equitativa, para que a interdependência cada vez maior opere em favor da inclusão social.

Na continuidade do debate, definiu-se como estratégico o planejamento participativo, considerando-se os instrumentos, planos e programas nacionais, estaduais e locais, suas particularidades e especificidades, além da constituição dos Fóruns Estaduais de Turismo como âncoras do processo. Também foram analisadas as orientações da Organização Mundial do Turismo (OMT), da Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST) e, ainda, a experiência de outros países.

Para a consolidação e a permanência do modelo de gestão regionalizado, estabeleceram-se as estratégias que fundamentam o Programa:

- consolidação de uma estrutura de coordenação municipal, regional, estadual e nacional;
- aplicação de instrumentos metodológicos que possam responder às necessidades nacionais e às particularidades de cada realidade: inventário da oferta turística; matrizes para a definição, estruturação e avaliação de roteiros; métodos e técnicas para a mobilização e organização local com foco na região;

- definição de parâmetros de modelo de acompanhamento e avaliação; e
- implantação de um sistema de informação que resgate, reúna, organize e faça circular dados e informações.

Por último, o diálogo se fez pelo exame do contexto do mercado, analisando-se a relação entre objetivos e resultados para que se possa operar a partir da organização de redes humanas locais. A interação que se dá na base territorial deve resultar em benefícios para a localidade e para a região, pela oferta de produtos e serviços particulares e diferenciados que se complementam.

Sob a ótica do mercado, enfocam-se os aspectos que são determinantes no processo de globalização, como: o aumento da competição econômica; a tendência de assemelhação dos produtos quanto aos padrões de qualidade, de preço e de acesso; e o atual perfil do consumidor, mais consciente e exigente, que busca, além dos atributos intrínsecos ao produto, outros valores e conceitos tangíveis e intangíveis que definem a decisão de consumo. Equidade social, processos produtivos ambientalmente sustentáveis, respeito a valores éticos e culturais e relações comerciais justas são conceitos cada vez mais demandados, que se refletem na escolha do destino ou produto.

Esse conjunto de reflexões traduz-se no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que reflete o entrosamento das instâncias de governo com a sociedade. É um duplo esforço de integração e participação, que não se esgota na formulação deste documento.

O Programa, construído e conduzido por várias mãos e inteligências, deve reunir contribuições criativas e consistentes nas etapas posteriores de detalhamento, implementação e avaliação das ações, em um movimento atrevido de alterar as bases, o que possibilitará encontrar respostas para concretizar a produção de riqueza na direção estratégica da inclusão social. Este desafio assumimos.

Milton Zuanazzi
Secretário de Políticas de Turismo

1 **BASE CONCEITUAL DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL**

Regionalização do turismo é um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões.

Regionalizar é transformar a ação centrada na unidade municipal em uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar o processo de desenvolvimento local e regional, estadual e nacional de forma articulada e compartilhada.

Adotar o modelo de regionalização do turismo exige novas posturas e novas estratégias na gestão das políticas públicas; exige mudanças de relacionamento entre as esferas do poder público e a sociedade civil; exige negociação, acordo, planejamento e organização social. Exige, também, entender a região diferentemente da macrodivisão administrativa adotada no País – Norte, Nordeste, Sul, Sudeste, Centro-Oeste. Deve-se perceber o conceito como um esforço coordenado de ações integradas entre municípios, Estados e países.

Compreender o Programa de Regionalização do Turismo é assimilar a noção de território como espaço e lugar de interação do homem com o ambiente, dando origem a diversas formas de se organizar e se relacionar com a natureza, com a cultura e com os recursos de que dispõe. Essa noção de território supõe formas de coordenação entre organizações sociais, agentes econômicos e representantes políticos, superando a visão estritamente setorial do desenvolvimento. Incorpora, também, o ordenamento dos arranjos produtivos locais e regionais como estratégico, dado que os vínculos de parceria, integração e cooperação dos setores geram produtos e serviços capazes de inserir as unidades produtivas de base familiar, formais e informais, micro e pequenas empresas, que se reflete no estado de bem-estar das populações.

Implementar o Programa de Regionalização do Turismo é promover a cooperação e a parceria dos segmentos envolvidos: organizações da sociedade, instâncias de governos, empresários e trabalhadores, instituições de ensino, turistas e comunidade. É atuar para atingir os seguintes objetivos:

- dar qualidade ao produto turístico;
- diversificar a oferta turística;
- estruturar os destinos turísticos;
- ampliar e qualificar o mercado de trabalho;
- aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional;
- ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional;
- aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista.

2 FUNDAMENTOS PARA A FORMULAÇÃO DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL

Para a definição de diretrizes e ações estratégicas das políticas públicas, o Programa de Governo para o período 2003-2007 tem como vetores a diminuição das desigualdades regionais e sociais; o equilíbrio da balança de pagamentos; a geração de empregos e ocupação; e a geração e distribuição de renda.

Fundamentado nesses vetores, e adotando como premissa a ética e a sustentabilidade, o Ministério do Turismo formula o Plano Nacional do Turismo – Diretrizes, Metas e Programas 2003-2007, definindo sete macroprogramas estruturantes, capazes de gerar impactos positivos no processo de desenvolvimento do Brasil:

- 1 - Gestão e Relações Institucionais;
- 2 - Fomento;
- 3 - Infra-Estrutura;
- 4 - Estruturação e Diversificação da Oferta Turística;
- 5 - Qualidade do Produto Turístico;
- 6 - Promoção e Apoio à Comercialização;
- 7 - Informações Turísticas.

Dos objetivos e estratégias dos macroprogramas derivam diretrizes e programas operacionais que, articulados, são capazes de responder às demandas nacionais para a consolidação do turismo no País. As bases do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil derivam do Macroprograma 4 – Estruturação e Diversificação da Oferta Turística –, reestruturado a partir do debate nacional com os segmentos representativos da sociedade, de modo a impulsionar o desenvolvimento sustentável das regiões.

3 DIRETRIZES

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil está estruturado para concretizar, no médio prazo, uma transformação na oferta turística nacional, orientando a ação executiva para:

- 1 - Ordenamento, Normatização e Regulação;
- 2 - Informação e Comunicação;
- 3 - Articulação;
- 4 - Envolvimento Comunitário;
- 5 - Capacitação;
- 6 - Incentivo e Financiamento;
- 7 - Infra-Estrutura;
- 8 - Promoção e Comercialização.

4 ESTRATÉGIAS

As diretrizes políticas articuladas possibilitam a construção da matriz operacional do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, derivando estratégias concretas e linhas de ação específicas:

4.1. Gestão coordenada

A formação de parcerias com vistas ao compartilhamento de propostas, responsabilidades e ações envolve os governos federal, estaduais e municipais, bem como a criação de instâncias que promovam a integração destes à comunidade nas etapas de planejamento, implementação e avaliação. Para efetivar tal proposta, o Programa está estruturado como uma unidade de coordenação nacional, apoiada em instrumentos metodológicos e em um sistema de informação, indispensáveis para a ação descentralizada.

4.2. Planejamento integrado e participativo

A ação pública, seja ela estatal ou privada, demanda espaços de participação política que articulam as potencialidades do conjunto dos setores sociais e econômicos envolvidos no processo de organização e gestão do território, além de possibilitar nova cultura de relacionamento. Viabilizar a elaboração de planos estratégicos de desenvolvimento do turismo regional, de forma participativa, significa democratizar os espaços e os mecanismos de representação política da sociedade civil, permitindo as mudanças estruturais almejadas.

4.3. Promoção e apoio à comercialização

Na busca de adotar mudanças capazes de alterar as relações de mercado e alcançar resultados, o Programa assume pressupostos fundamentais, como vontade, inteligência, participação e o reconhecimento de que a diversidade e as particularidades do País traduzem-se em diversidade e particularidades da oferta turística segmentada e, também, nos modos de comercializar. Tais pressupostos definem as etapas operacionais: formação de redes, educação para o mercado, formatação de roteiros, e estratégias de promoção e apoio à comercialização.

5 AÇÕES OPERACIONAIS

Para a consecução do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, são necessárias ações orientadas a partir das diretrizes políticas e das estratégias, a fim de atingir o padrão de qualidade dos produtos turísticos e sua inserção nos mercados consumidores, de modo que “contemple e harmonize a força e o crescimento do mercado com a distribuição da riqueza”¹.

5.1 Gestão coordenada

A gestão coordenada exige, de imediato, a organização de uma infra-estrutura política, técnica e administrativa que permita tanto a execução competente da proposta como a busca de investimentos específicos e compatíveis com o estilo de gestão baseado no compartilhamento e participação, nas parcerias e articulações.

5.1.1 Estrutura de coordenação

Sendo o Programa um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, sua estrutura abarca todas as esferas institucionais e políticas até o alcance social almejado, ou seja, a comunidade. Para cada nível de abrangência, o Programa coordena as respectivas instituições e ações correspondentes:

a) Nacional – Ministério do Turismo, apoiado pelo Conselho Nacional de Turismo:

- Definição de diretrizes e estratégias;
- Planejamento das ações estratégicas;
- Coordenação da ação executiva;
- Articulação e negociação dos recursos políticos, técnicos, normativos e institucionais com as diferentes esferas de governo, iniciativa privada e organismos internacionais;
- Monitoramento e avaliação das ações do Programa;
- Produção e disseminação de dados e informações.

b) Estadual – órgão oficial de turismo, apoiado pelo Fórum Estadual de Turismo:

- Formulação de diretrizes e estratégias alinhadas às nacionais;
- Formulação e execução do planejamento das estratégias regionais;
- Negociação dos recursos políticos, técnicos, normativos e institucionais com as diferentes esferas de governo, iniciativa privada e organismos internacionais;
- Coordenação da ação executiva local e regional;

¹ Plano Nacional do Turismo 2003-2007.

- Mobilização e articulação de recursos e parcerias no âmbito local e regional;
- Monitoramento e avaliação;
- Produção e disseminação de dados e informações.

c) Regional – instância a ser definida e estruturada no processo de implementação do Programa, apoiado pelo órgão estadual de turismo e pelo Fórum Estadual de Turismo:

- Mobilização do conjunto de parceiros para a adesão ao Programa;
- Integração das ações intra-regionais e interinstitucionais de modo a se constituir uma instância gerenciadora destas nas regiões;
- Planejamento das estratégias operacionais do Programa no âmbito da região, em conjunto com as organizações sociais, políticas e econômicas, integrando as ações estaduais e nacionais;
- Acompanhamento e avaliação das etapas de execução.

d) Local – unidade de turismo municipal, apoiada na instância local representativa dos segmentos sociais, econômicos e políticos (conselho, comitê, fóruns):

- Mobilização dos segmentos organizados para o debate e indicação de propostas locais para a região;
- Integração dos diversos setores sociais, políticos e econômicos em torno da proposta de regionalização;
- Participação, de forma ativa, no debate e formulação das estratégias locais para a consolidação da região;
- Planejamento e execução das ações locais de modo integrado às regionais;
- Avaliação das etapas de execução.

5.1.2 Mobilização

Os efeitos positivos do desenvolvimento regional dependem da incorporação do território socialmente organizado, da capacidade das populações locais agirem com criatividade a partir da produção do conhecimento e das inovações geradas pelo seu tecido produtivo.

A construção de ambientes inovadores e criativos está diretamente relacionada ao movimento dos grupos locais quando percebem as diversas maneiras de se produzir e reproduzir o desenvolvimento a partir do relevante papel de cada grupo no conjunto dos territórios e da sociedade.

Em outras palavras, é transformar o “modelo mental” de pensar o território a partir do município e aceitar que as características históricas, culturais, ambientais, humanas, sociais, econômicas e políticas se constituem em um conjunto de relações de interdependência além das fronteiras geográficas. A experiência acumulada a partir do processo de municipalização do turismo permite tal avanço.

5.1.3 Sistema de informação

Estruturar um centro de documentação nacional, alimentado por núcleos regionais e estaduais que resgate, reúna, organize e faça circular dados e informações, confiáveis e atualizados, acerca das regiões turísticas em todo o País, é inadiável.

○ sistema está apoiado em três eixos estratégicos:

a) Inventariação

○ Inventário da Oferta Turística é o instrumento que permitirá, periodicamente, a identificação de informações referentes a atrativos, equipamentos, serviços e infra-estrutura de apoio ao turismo existentes nos municípios.

As orientações e os procedimentos necessários para a elaboração do Inventário exigem posturas políticas e estratégicas na sua aplicação, pois a partir do conjunto dessas informações definem-se as prioridades de investimentos, qualificação de produtos e serviços e a formatação de roteiros. As informações obtidas e sistematizadas constituem poderoso instrumento de planejamento e de aceleração do desenvolvimento nos âmbitos municipal, regional, estadual e nacional.

b) Banco de dados

○ sistema modela-se, inicialmente, com a base de dados a partir do Inventário da Oferta Turística e pelos indicadores e padrões definidos pelo sistema de monitoramento. Posteriormente, deve incorporar outros módulos que possibilitem a integração com redes nacionais e internacionais, gerando estatísticas, informações, análises, cadastros e estudos, organizados e em permanente atualização, para uso da rede de parcerias e do público em geral.

c) Comunicação

Organizar, publicar e distribuir a informação é uma das responsabilidades do Programa, como forma alternativa de conscientizar, qualificar, esclarecer e informar a todos os envolvidos direta e indiretamente no processo.

5.1.4 Sistema de monitoramento

○ nível de eficiência e o impacto dos gastos são fatores que os gestores de políticas enfrentam na atualidade em decorrência da escassez de recursos e do aumento da demanda por investimentos públicos. Nessas circunstâncias, a avaliação adquire uma nova significação para salvaguardar o grau de efetividade na destinação dos recursos e ampliar o benefício às comunidades.

É determinante garantir uma rede de segurança, envolvendo todos os segmentos, capaz de adotar técnicas de monitoramento que possibilitem elevar o grau de racionalidade das políticas. Para isso, é indispensável construir instrumentos, procedimentos, padrões e indicadores

que meçam os resultados alcançados, particularmente na dimensão de índole qualitativa, com padrões precisos e sem ambigüidades, modelados sob o conceito de custo-efetividade de onde os esforços técnicos e financeiros repercutem no bem-estar das populações.

As duas etapas do sistema de monitoramento ocorrem de forma concomitante, em todas as fases do planejamento e da execução.

a) Acompanhamento

Sistema integrado entre o MTur, os demais órgãos dos governos federal, estaduais e municipais e as instituições parceiras para o acompanhamento contínuo do Programa.

b) Avaliação

Informações sistematizadas e atualizadas sobre as ações que permitiram diagnósticos precisos e contínuos para subsidiar o planejamento, a reorientação e o gerenciamento das diretrizes e atividades.

5.2 Planejamento integrado e participativo

A atuação descentralizada do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é orientada pelo princípio federativo. Por conseguinte, os Estados e o Distrito Federal, apoiados nos Fóruns Estaduais de Turismo, são os efetivos articuladores e promotores do planejamento, execução e avaliação, no modelo de gestão compartilhada.

Nas estratégias do processo de regionalização, o espaço territorial é concebido como agente de transformação social e não meramente espaço físico. Assim, planejar e estabelecer seu modelo de desenvolvimento implica o reconhecimento das particularidades territoriais nos planos econômico, político, social, cultural e ambiental. Nessa perspectiva, a participação representativa dos municípios e das regiões é determinante, por se tratar de uma tarefa coletiva de interesses comuns.

Desse modo, o movimento de transformação se estabelece em espaços de debate, contínuo e permanente, traduzido na formulação dos Planos Estratégicos de Desenvolvimento do Turismo Regional, que se constituem objeto de negociação política.

5.2.1 Planejamento: instrumento da ação mobilizadora e da cooperação

No primeiro movimento, conflitivo e adaptativo, a mobilização é o passo inicial para a ação de planejar, pois exige legitimação para resguardar sua própria sobrevivência, tendo a cultura como a base indispensável para fundamentar adequadamente os projetos de renovação e modernização do País. Para isso, requer a ampla participação do maior número de parceiros, sejam eles públicos ou privados, individuais e coletivos, formais e não formais, e que constituam alianças.

Considera-se o planejamento como um processo de ação contínua, com o propósito de contornar dificuldades, tais como: incertezas, riscos, descontinuidade, choques de interesses. A resistência à mudança, a estabilidade da implementação e a legitimação tornam-se pontos sensíveis que devem ser negociados prioritariamente. Para romper essa resistência, os princípios norteadores dos planos estratégicos fundamentam-se em:

unidade: integrar as partes componentes do plano – estratégias, objetivos, metas, custos, cronograma, avaliação – em um conjunto que oriente a ação futura;

previsão: identificar tendências que possibilitem antever e neutralizar os conflitos que as mudanças podem gerar;

flexibilidade: reorientar as ações no processo de execução para enfrentar possíveis mudanças no ambiente;

descentralização: envolver efetivamente todos os níveis e setores da sociedade na elaboração do plano;

participação: valorizar o papel propositor dos segmentos turísticos na definição e priorização das ações a serem contempladas nos planos e projetos;

parceria: comprometer os parceiros institucionais e os movimentos sociais no planejamento de ações orientadas para o desenvolvimento do turismo nacional;

territorialidade: valorizar o território como base para a preservação da identidade cultural, respeitando especificidades políticas, econômicas, sociais e ambientais.

5.2.2 Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional: instrumento de negociação e coordenação

O plano estratégico é o documento no qual ficam estabelecidos os princípios fundamentais da ação e articulações com outras diretrizes políticas. Constitui-se, portanto, em um instrumento de orientação e de negociação entre o órgão executor e os segmentos envolvidos.

Da elaboração dos planos regionais, com a explicitação de suas demandas e necessidades, é que decorre a visibilidade do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, cujas metas, volume de recursos, instrumentos de fomento e de promoção serão estabelecidos.

5.3 Promoção e apoio à comercialização

A estruturação de roteiros traduz-se na concretização formal do processo de regionalização do turismo. A formação de redes de organizações assegura um processo contínuo de inovação, que é um dos determinantes da competitividade.

Nessa etapa, desenvolvem-se a relação de mercado dos agentes locais; reforçam-se ou estabelecem-se a integração dos arranjos produtivos locais e regionais; definem-se os padrões de qualidade dos produtos e serviços; promovem-se a qualificação e requalificação dos profissionais e dos prestadores de serviços turísticos; provocam-se o ordenamento e disponibilizam-se diretrizes e normas para a organização dos diferentes segmentos; ampliam-se os vínculos de relações entre pessoas, criando redes humanas capazes de articular mudanças nos modelos econômicos e sociais em curso, de modo a provocar o redirecionamento das políticas públicas voltadas para os diferentes espaços territoriais.

A oferta de novos destinos e produtos turísticos respondem aos principais desafios da redução das desigualdades sociais, da distribuição de renda, da geração de emprego e ocupação, e do equilíbrio da balança de pagamentos. O enfrentamento desses desafios requer políticas públicas apropriadas, que exigem uma nova institucionalidade para o desenvolvimento local, estabelecida estrategicamente com os diversos agentes territoriais.

5.3.1 Formação de redes

A cultura de relacionamentos expressa a vontade para a transformação, constitui a base para a cooperação e para o surgimento de lideranças, provocando a inovação. A formação de redes gera mudanças na gestão econômica, ao criar novas formas de produção a partir da articulação da oferta local e regional. Daí decorre a ampliação e a simbiose dos serviços turísticos, influenciando na esfera política, pelo processo participativo que se estabelece, e, também, na esfera cultural pela socialização, produção e difusão do conhecimento, estabelecendo uma nova ética de relacionamentos.

5.3.2 Educação para o mercado

O turismo, como um setor dinâmico e viável, depende da adoção de uma abordagem estratégica no planejamento. A educação para o mercado define todo o caminho para o desenvolvimento. É o momento em que se estabelece a produção de estudos, pesquisas, análises de cenários, tendências, preferências e comportamentos do turista e da concorrência, elementos que determinam mudanças no modelo de inserção dos destinos turísticos nos mercados-alvo.

Tais mudanças refletem na eficácia da promoção, na eficiência da utilização dos recursos, na ampliação do ciclo de vida do produto, no planejamento de longo prazo e nos benefícios que advêm da atividade turística.

Ao considerar a educação como processo contínuo e permanente, devem as redes de cooperação analisar os mercados como fenômeno social e não apenas como mecanismos formadores de preços e de concorrência.

5.3.3 Estratégias de promoção e apoio à comercialização

A segmentação de produtos turísticos para mercados específicos é uma tendência contemporânea decorrente dos novos padrões de consumo, que exigem uma oferta qualificada e personalizada. A perspectiva de territórios socialmente organizados e a divulgação de suas características ambientais, culturais e históricas tornam-se aspectos relevantes para a comercialização.

A promoção ativa, com informações dirigidas para públicos específicos e agências, combinada com técnicas de aproximação entre os formadores de opinião, produtos e destinos, a exemplo de viagens de familiarização com operadores e jornalistas, é estratégia necessária para a formação da imagem dos roteiros.

De maneira geral, o investimento em ações de capacitação voltadas para a compreensão do processo de comercialização e da melhoria da qualidade da oferta deverá ser expandido.

Por fim, a combinação dessas ações somente terá um resultado realmente expressivo se houver um forte investimento na organização dos agentes econômicos e políticos, dos produtores e comunidades. É necessária uma rediscussão das estratégias associativas, ressaltando a possibilidade de arranjos contratuais mais flexíveis e a criação de associações e cooperativas de estrutura leve e com enfoque para a prestação de serviços, no âmbito das atividades produtivas. É indispensável, portanto, um modelo de gestão regional consorciada, como instância intermediária, que possibilite agenciar e coordenar as estratégias de desenvolvimento do território.

BIBLIOGRAFIA

ASSOCIATION INTERNATIONALE D'EXPERTS SCIENTIFIQUES DU TOURISME (AIEST). **41º Congresso**. Portoroz, Eslovênia, 1999.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. 9. ed. São Paulo: SENAC, 2003.

_____. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2004.

_____. **Turismo: políticas públicas e desenvolvimento estratégico**. São Paulo, 2004. (Mimeogr.).

BENI, Mário Carlos; MÖESCH, Norma Martini. **Regionalização do espaço turístico**. São Paulo, 2003. (Mimeogr.).

BIANCHINI, Valter. Estratégias para o desenvolvimento rural. In: GRAZIANO, José; WEID, Jean Marc von der; BIANCHINI, Valter. **O Brasil precisa de uma estratégia de desenvolvimento**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural, 2001.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **PRONAF relatório institucional**. Brasília: MDA/SAF/PRONAF, 2002.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Construindo a Agenda 21 local**. 2. ed. rev. atual. Brasília, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2003-2007**. 2. ed. Brasília, 2003.

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

EMBRATUR. **Retratos de uma caminhada: PNMT 8 anos**. Brasília: 2002.

ESTIVILL, Jordi. **Panorama da luta contra a exclusão social: conceitos e estratégias**. Portugal: Bureau Internacional do Trabalho, 2003.

KLIKSBERG, Bernardo (Org.). **Pobreza: uma questão inadiável; novas propostas a nível mundial**. Trad. Claudia Schilling. Brasília: ENAP, 1994.

MUÑIZ, Arlete Pichardo. **Evaluación del impacto social**. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1989.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Guia para administradores locais: desarrollo turístico sostenible**. Madrid: 1999.

_____. **Introducción al turismo**. Madrid: 1998.

PINSK, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **História da cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.

SACHS, Ignacy; WILHEIM, Jorge; PINHEIRO, Paulo Sérgio (Org.). **Brasil um século de transformações**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

ANEXOS

ANEXO I

Reuniões e oficinas para a formulação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil no período de 2003-2004

12 de março de 2004: Terceira reunião da Câmara Temática de Regionalização

10 de março de 2004: Reunião de preparação dos articuladores do MTur para implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

5 de março de 2004: Oficina de preparação das Unidades Federadas para implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

1 e 02 de março de 2004: Oficina de preparação dos moderadores para análise das regiões turísticas e implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil nas Unidades Federadas.

16, 17 e 18 de fevereiro de 2004: Reunião de sistematização das oficinas de caráter piloto dos Estados do Mato Grosso do Sul e Pará

13 de fevereiro de 2004: Reunião Interdepartamental do Ministério do Turismo

30 de janeiro de 2004: Oficina de planejamento do Departamento de Relações Institucionais – MTur

7 a 9 de janeiro de 2004: Reunião para definição de estratégia operacional de implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

15 e 16 de dezembro de 2003: Oficina de Planejamento e Integração do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, às demais ações do Ministério do Turismo – MTur

16 de dezembro de 2003: Segunda reunião da Câmara Temática de Regionalização

18 e 19 de novembro 2003: Oficina - Subsídios para Planejamento das ações de âmbito municipal do Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil, com Ministérios parceiros, Instituições de Ensino, Representantes dos Comitês Estaduais do Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT e outros parceiros

16 e 17 de outubro de 2003: Oficina de planejamento sobre o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com as Secretarias e Órgãos Estaduais de Turismo, Fórum Nacional dos Cursos de Graduação em Turismo e/ou Hotelaria, outras Instituições de Ensino e Representações de Classe

15 de outubro de 2003: Oficina interna de planejamento das ações conjuntas da Secretaria de Políticas de Turismo do Ministério do Turismo

8 de outubro de 2003: Reunião com o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo para apresentação da proposta do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

7 de outubro de 2003: Oficina de apresentação e análise da concepção do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

7 de outubro de 2003: Instalação da Câmara Temática de Regionalização

6 de outubro 2003: Oficina de planejamento sobre o Inventário da Oferta Turística

2 de outubro de 2003: Reunião interna sobre o sistema do Inventário da Oferta Turística

1 a 5 de setembro de 2003: Oficina de planejamento sobre o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com Ministérios parceiros, Representantes de Classe, Instituições de Ensino e Representantes dos Comitês Estaduais do Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT e outros parceiros

4 e 18 de agosto de 2003 – Reunião de planejamento com os articuladores do Ministério do Turismo sobre o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil

29 a 31 de agosto de 2003 – Oficina de reestruturação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT Representantes dos Comitês Estaduais do Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT , Colaboradores e Consultores

7 e 8 de julho de 2003: Reunião interna sobre o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil

22 de julho de 2003: Reunião interministerial sobre o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

29 de julho de 2003: Oficina de Planejamento das ações do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com Ministérios parceiros, Serviços Sociais Autônomos, Consultores e Colaboradores

24 de junho de 2003: Reunião com as capitais da região Centro-Oeste

17 de junho de 2003: Reunião com as capitais da região Norte

10 de junho de 2003: Reunião com as capitais da região Nordeste

3 de junho de 2003: Reunião com os Comitês Estaduais do Programa Nacional de Municipalização do Turismo

zação do Turismo - PNMT

22 de maio de 2003: Reunião com as capitais do da região Sudeste

21 de maio de 2003: Reunião com as capitais da região Sul

20 de maio de 2003: Reunião de Planejamento das ações de regionalização do turismo, com Serviços Sociais Autônomos e Instituições de Ensino

25 de abril de 2003: Reunião de Planejamento do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com Serviços Sociais Autônomos e Instituições de Ensino

15 de abril de 2003: Reunião de Planejamento do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com Serviços Sociais Autônomos e Instituições de Ensino

ANEXO 2

Cronograma das oficinas de planejamento para operacionalização do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil realizadas nas Unidades Federadas

DATA	ESTADO	INTERLOCUTOR NO ESTADO
27 e 28/1/04 PILOTO	Mato Grosso do Sul	José de Carvalho Júnior e Luis Morente
5 e 6/1/04 PILOTO	Pará	Conceição da Silva
15 a 17/3/04	Ceará	Fernando Albuquerque
15 a 17/3/04	Goiás	Flávia Rabelo
15/3/04	Pará	Conceição da Silva
15 a 17/3/04	Piauí	Edson Correia e Angélica Learth
18 a 20/3/04	Amapá	Ana Célia Brazão
18 a 20/3/04	Espírito Santo	Carlos Alberto Favalessa
18 a 20/3/04	Sergipe	Carlos Alberto Nascimento
22 a 24/3/04	Minas Gerais	Ruy Felipe Júnior
22 a 24/3/04	Rio Grande do Norte	Carmen Vera Araújo
25 a 27/3/04	Acre	Ana Paula Andrade e Elias Macedo
25 a 26/3/04	Bahia	Dalva Garcia
25 a 27/3/04	Distrito Federal	Jeferson Gazoni e Bruna Neiva
29/3/04	Mato Grosso do Sul	José de Carvalho Júnior e Luis Morente
29 a 31/3/04	Rondônia	Ronaldo Lessa
29 a 31/3/04	Santa Catarina	Jaime Mora, Flávio Agustini e Marco Aurélio da Costa
29 a 31/3/04	São Paulo	Sônia Belardinucci
29 a 31/3/04	Tocantins	Nazareth Martins e Kléber Oliveira
1 a 3/4/04	Alagoas	Fábio Lima
1 a 3/4/04	Paraíba	Carlos Alberto Laurito
1 a 3/4/04	Pernambuco	Márcia Borborema
1 a 3/4/04	Rio de Janeiro	Valéria Lima
5 a 7/4/04	Amazonas	Arminda Mendonça e Sônia Ramos
5 a 7/4/04	Maranhão	Sônia Araújo e Edson Duarte
5 a 7/4/04	Mato Grosso	Yeda Assis
5 a 7/4/04	Paraná	Deise Bezerra
5 a 7/4/04	Rio Grande do Sul	Cristina Feijó
5 a 7/4/04	Roraima	Alex Viana

ANEXO 3

Parcerias no planejamento, definição e operacionalização do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

MINISTÉRIOS

- Ministério da Cultura – MinC/Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN
- Ministério da Defesa – MD
- Ministério da Integração Nacional – MI
- Ministério da Justiça – MJ
- Ministério das Relações Exteriores – MRE
- Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior – MDIC
- Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA
- Ministério do Meio Ambiente – MMA
- Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MP
- Ministério do Trabalho e Emprego – MTE
- Ministério dos Transportes – MT

GOVERNOS ESTADUAIS E MUNICIPAIS

Secretarias e Órgãos Estaduais de Turismo

- ACRE: Secretaria de Estado do Turismo – SETUR/AC
- ALAGOAS: Secretaria Executiva de Turismo de Alagoas – SETUR/AL
- AMAPÁ: Instituto de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Amapá – DETUR/AP
- AMAZONAS – Empresa Estadual de Turismo Amazonas Turismo – AMAZONASTUR
- BAHIA – Secretaria de Cultura e Turismo da Bahia – SECT/BA e Empresa de Turismo da Bahia – BAHIATURSA
- CEARÁ – Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – SETUR/CE
- DISTRITO FEDERAL – Secretaria de Turismo do Distrito Federal – SETUR/DF
- ESPÍRITO SANTO: Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SETUR/ES
- GOIÁS: Agência Goiana de Turismo – AGETUR/GO
- MARANHÃO: Secretaria Extraordinária para o Desenvolvimento do Turismo do Maranhão e Agência de Desenvolvimento do Turismo – ADETUR/MA
- MATO GROSSO: Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo do Mato Grosso – SEDTUR/MT
- MATO GROSSO DO SUL: Secretaria de Estado da Produção e do Turismo do Mato Grosso do Sul – SEPTUR/MS e Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul – FUNTUR/MS
- MINAS GERAIS: Secretaria de Turismo do Estado de Minas Gerais – SETUR/MG
- PARÁ: Companhia Paraense de Turismo – PARATUR
- PARAÍBA: Secretaria de Indústria, Comércio, Turismo, Ciência e Tecnologia da Paraíba – SICTCT e Empresa Paraibana de Turismo – PBTUR

- PARANÁ: Secretaria de Turismo do Paraná – SETUR/PR e Paraná Turismo
- PERNAMBUCO: Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esporte – SETES/PE e Empresa de Turismo de Pernambuco – EMPETUR
- PIAUÍ: Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo do Piauí – SICCT/PI e Empresa de Turismo do Piauí – PIENTUR
- RIO DE JANEIRO: Secretaria de Estado de Turismo – SETUR/RJ e Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro – TURISRIO
- RIO GRANDE DO NORTE: Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Norte – SETUR/RN
- RIO GRANDE DO SUL: Secretaria de Estado do Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul – SETUR/RS
- RONDÔNIA: Secretaria de Estado da Agricultura Produção e do Desenvolvimento Econômico Social de Rondônia – SECL/RO e Superintendência Estadual de Turismo de Rondônia – SETUR/RO
- RORAIMA: Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Roraima – SPIC/RR e Departamento de Turismo do Estado de Roraima – DETUR /RR
- SANTA CATARINA: Secretaria de Estado da Organização do Lazer de Santa Catarina e Santa Catarina Turismo – SANTUR S/A
- SÃO PAULO: Secretaria da Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico e Turismo de São Paulo – SECTDCT/SP e Coordenadoria de Turismo do Estado de São Paulo – CODETUR/SP
- SERGIPE: Secretaria de Estado do Turismo de Sergipe – SETUR/SE e Empresa Sergipana de Turismo – EMSETUR
- TOCANTINS: Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo do Tocantins

Secretarias e Órgãos Municipais de Turismo das Capitais Brasileiras

Região Norte

- Secretaria de Planejamento de Rio Branco – AC;
- Secretaria Municipal de Cultura, Esporte e Turismo de Porto Velho – RO;
- Secretaria Municipal de Planejamento, Desenvolvimento Econômico e Turismo de Boa Vista – RR.

Região Nordeste

- Empresa de Turismo de Salvador – BA;
- Fundação Municipal de Cultura, Esporte e Turismo de Aracaju –SE;
- Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Fortaleza – CE;
- Secretaria de Turismo e Esporte de João Pessoa – PB;
- Secretaria de Turismo e Esporte de Recife – PE;
- Secretaria Especial e Comércio, Indústria e Turismo de Natal – RN;
- Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Teresina – PI;
- Secretaria Municipal de Promoção do Turismo de Maceió – AL
- Prefeitura Municipal de São Luís – MA

Região Centro-Oeste

- Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Campo Grande – MS
- Secretaria de Estado do Turismo do Distrito Federal – DF

Região Sul

- Porto Alegre Turismo – RS
- Companhia de Desenvolvimento de Curitiba – PR
- Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Esporte de Florianópolis – SC

Região Sudeste

- Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A – BELOTUR/MG
- Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Vitória – Departamento de Turismo/ES

INSTITUIÇÕES DE ENSINO

- Centro de Ensino Superior de Brasília –CESUBRA/DF
- Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH
- Centro Universitário Franciscano – UNIFRA/RS
- Faculdade de Turismo de Salvador – FACTUR/BA
- Faculdade Euro-Americana – DF
- Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – FAMECOS/ RS
- União Pioneira de Integração Social – UPIS/DF
- Universidade Brasília – UnB/ Centro de Excelência em Turismo – CET
- Universidade Caxias do Sul – UCS/RS
- Universidade de São Paulo – USP
- Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI/SC
- Universidade Estadual do Ceará – UECE
- Universidade Paulista – UNIP/DF

REPRESENTAÇÕES DE CLASSE

- Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo – ABBTUR
- Confederação Nacional dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade – CONTRATUH
- Federação Nacional de Guias de Turismo – FENAGTUR
- Federação Nacional de Turismo – FENACTUR

REPRESENTAÇÕES EMPRESARIAIS

- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH
- Associação Brasileira das Agências de Viagens – ABAV
- Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis – ABLA
- Associação Brasileira das Operadoras de Turismo – BRAZTOA
- Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC

- Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo – ABRESI
- Associação Brasileira de Resorts - Resorts Brasil
- Associação Brasileira de Restaurantes e Empresas de Entretenimento – ABRASEL
- Associação Brasileira de Turismo Rural – ABRATURR
- Associação Brasileira dos Centros de Convenções e Feiras – ABRACCEF
- Associação das Empresas de Parques de Diversão do Brasil – ADIBRA
- Associação Nacional dos Transportadores de Turismo – ANTTUR
- Brazilian Incoming Tour – BITO
- Federação Brasileira de Conventions e Visitors Bureaux – FBC&VB
- Federação Brasileira dos Albergues da Juventude – FBAJ
- Federação Nacional dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares – FNHRBS
- Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias – SNEA
- União Brasileira dos Promotores de Feiras – UBRAFE

OUTRAS REPRESENTAÇÕES

- Confederação Nacional de Municípios – CNM

COLEGIADOS

- Câmara Temática de Regionalização do Turismo
- Comitês Estaduais do Programa Nacional de Municipalização do Turismo
- Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social da Presidência da República
- Conselho Nacional de Turismo – CNT
- Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB
- Fóruns Estaduais de Turismo
- Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – FORNATUR
- Fórum Nacional dos Cursos de Graduação em Turismo e/ou Hotelaria

SERVIÇOS SOCIAIS AUTÔNOMOS

- Confederação Nacional do Comércio – CNC
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC
- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI
- Serviço Social do Comércio – SESC

INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

- Banco da Amazônia S.A. – BASA
- Banco do Brasil
- Banco do Nordeste do Brasil – BNB
- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social – BNDS
- Caixa Econômica Federal

INICIATIVA PRIVADA

- Agência de Viagens CVC Tour
- Panrotas Editora LTDA

ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS – ONGs

- Fundo Mundial para a Natureza – WWF Brasil
- Instituto de Hospitalidade – IH
- Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade – ABCMI

Coordenação

Tânia Brizolla

Equipe Técnica

Anya Ribeiro
Doroti Collares
Isabel Barnasque
Ítalo Mendes
José Roberto de Oliveira
Kátia Moraes
Mara Flora Lottici Krah
Mercês Parente
Pedro Wendler
Ricardo Schaefer
Tatiana Espíndola
Wilken Souto

Revisão

Rosa dos Anjos Oliveira e Eveline de Assis

Editoração Eletrônica

Link Design

Consultores

Profª. Ana Maria Siems Forte
Profª. MSc. Carmélia Amaral
Profª. Dra. Dóris Ruschmann
Profª. MSc Isabel Castro
Profª. Lena Maria Alexandre Brasil
Profª. Karin Laura Goidanish
Profª. MSc. Luzia Neide Coriolano
Prof. Dr. Mário Beni
Profª. MSc. Miriam Rejowski
Profª. MSc. Norma Möesch
Profª. Rachel Cossich
Especialista Roberto Rezende
Profª. MSc. Rosana França
Profª. MSc. Wanda Lacerda
Profª. Wilma Bolsoni

Colaboradores

SENAC
Ana Garcia
Andrea Estrella
Antônio Henrique de Paula
Nely Wyse

SESC

Carlos Henrique Porto Falcão
Luís Antônio Guimarães da Silva
Patrícia Carpo

SEBRAE

Daniela Bitencourt
Dival Schmidt
Ilma Ordine Lopes

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE

Allan Kardec Milhomens
Daniela Soares Nascimento
Lucila Maria Barbosa Egydio
Luiz Fernando Ferreira
Nazaré Soares

Apoio Executivo

Adélia Marinho Koslinski
André Neto Maia de Santana
Carla Naves
Cibele Martins Jacques
Denise Messias
Flávio Bonesso
Frederico P. Nascimento
Graziella Bodnar

Jânio Bangoim
João Wanderley Vitalino
Letícia Coutinho Fonseca
Marcelo Morel Gonzaga
Maria do Carmo Coutinho
Marciane Campelo Macedo
Maurício Leão Santos
Neiva Duarte
Nicole Facuri
Rita Sayonara Schuller
Roberta Carolina Lima Gontijo de Lacerda
Roberta Parente Costa
Sônia da Graças Dias
Tânia Arantes

Estagiários

Ana Carolina Vergolino
Ana Isabel Cavalcante Ferreira
Carlos Vasconcelos
Carolina C. Neves de Lima
Hebert Aurélio Costa
Karem Rabelo
Luiz Everton Fischer
Marcela de Sena
Marina Izarias de Faria
Patrícia da Silva
Patrícia Kato
Renan Barbosa
Ricardo Danelli
Roberta Marzoni

Articuladores do MTur nas Unidades Federadas

Airton Nogueira Ferreira Júnior (RJ)
Alfredo Moraes (AM)
Ana Paula dos Santos Costa (PE)
Antônia Câmara (RO)
Carla Neves (SP)
Esdras Nascimento (RN)
Fernanda Maciel (MT)
Humberto Pires (PI)
Isabel Barnasque (SC)
João Rabelo (GO)
João Wanderley Vitalino e Marta Feitosa (DF)
José Augusto Falcão (ES)
José Roberto de Oliveira (PR)
Kátia Moraes (PA)
Maira Moraes (MS)
Maria Madalena Nobre (AC)
Maria Providência da Costa (AP)
Mônica Moura (SE)
Nair Lobo (TO)
Nicole Facuri (RR)
Patric Krahel (AL)
Paula Sanches (MA)
Pedro Wendler (BA)
Ricardo Schaefer (CE)
Sara Agra (PB)
Tânia Arantes (MG)
Tânia Brizolla (RS)

Facilitadores

Álvaro Negrão do Espírito Santo
Andréa Zimmermann
Celso Roberto Crocomo
Francisco de Assis Mesquita Almeida
José Gabriel Pesce Júnior
Mardônio Botelho Filho
Margarida M. M. Ramos
Maria Alice Salles Moura
Markus Brose
Neuza Zimmermann
Rosângela Caldeira Mendonça