



Ministério do Turismo

PLANO NACIONAL DO TURISMO

Diretrizes, Metas e Programas

2003 - 2007

Brasília, 29 de abril de 2003.



Ministério do Turismo

PLANO NACIONAL DO TURISMO DIRETRIZES, METAS E PROGRAMAS

1. Mensagem do Senhor Presidente da República
2. Mensagem do Senhor Ministro do Turismo
3. Gestão do Turismo
4. Estruturação do Plano Nacional do Turismo
 - a) Apresentação
 - b) Diagnóstico
 - c) Princípios Orientadores para o Desenvolvimento do Turismo
 - Vetores de Governo
 - Pressupostos
 - d) Visão
 - e) Objetivos Gerais e Objetivos Específicos
5. Metas para o Turismo – 2003 –2007
6. Macro-Programas
7. Entidades que contribuíram com propostas para elaboração do texto básico do Plano Nacional do Turismo
8. Documentos consultados



Ministério do Turismo

1. MENSAGEM DO SENHOR PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Muito tem-se falado dos desafios colocados ao novo governo no campo do desenvolvimento econômico e da área social.

A necessidade de criar empregos, gerar divisas para o país, de reduzir as desigualdades regionais e distribuir melhor a renda são questões que devem ser enfrentadas de imediato.

O Brasil indubitavelmente é um lugar único pela sua riqueza natural, cultural, econômica e histórica. Isto faz de nosso país um espaço maravilhoso com inúmeros atrativos turísticos, tendo na diversidade nosso instrumento principal de sua potencialização.

É inegável a nossa vocação para o turismo. Dispomos de todas as condições para cativar nossos visitantes – praias, florestas, montanhas, rios, festivais, culinária diferenciada, parques nacionais, cidades históricas e a tradicional hospitalidade brasileira, assim como, os equipamentos, as empresas, e a qualidade dos serviços já encontrados em muitas regiões do país.

Receber bem é o traço marcante do nosso povo. A mistura de nossas raças gerou uma gente alegre, solidária, onde todos se encontram nas diferenças, num ambiente de convivência pacífica. Somos um país de todos.

Por outro lado, o crescimento de nossa economia aliado a posição estratégica do país no continente americano torna-nos um ponto nodal de atração de eventos técnicos, comerciais ou associativos que articulados com as ofertas de lazer caracterizam o Brasil



Ministério do Turismo

como um país especial em oferecer múltiplas possibilidades de viagens. Os eventos são conquistas onde o dever é de todos. Nesse sentido conclamo os brasileiros a adotarem o lema “ Nosso Próximo Evento é no Brasil ”.

A vocação natural do nosso país deve ser transformada em fonte permanente de riqueza, através do turismo.

O turismo, pela natureza de suas atividades e pela dinâmica de crescimento dos últimos dez anos é o segmento da economia que pode atender de forma mais completa e de maneira mais rápida os desafios colocados. Especialmente se for levada em conta a capacidade que o Turismo tem de interferir nas desigualdades regionais, amenizando-as , visto que, destinos turísticos importantes no Brasil estão localizados em regiões mais pobres, e, pelas vias do Turismo, passam a ser visitadas por cidadãos que vêm dos centros mais ricos do país e do mundo.

O turismo quando bem planejado, dentro de um modelo adequado, onde as comunidades participam do processo, possibilita a inclusão dos mais variados agentes sociais. Os recursos gerados pelo turista circulam a partir dos gastos praticados nos hotéis, nos restaurantes, nos bares, nas áreas de diversões e entretenimento. Todo comércio local é beneficiado.

Jornaleiros, taxistas, camareiras, cozinheiras, artesãos, músicos, barqueiros, pescadores e outros profissionais, passam a ser agentes do processo de desenvolvimento. O envolvimento abrange toda a comunidade receptiva.

Neste modelo, a grande maioria do setor é constituído de pequenas e médias empresas, fazendo com que o desenvolvimento da atividade possa naturalmente contribuir como fator de distribuição de renda.



Ministério do Turismo

A criação de postos de trabalho no setor de turismo exige investimentos de menor vulto se comparados com outros setores da atividade econômica; ao mesmo tempo a agilidade com que se processa a qualificação dos recursos humanos, a impossibilidade da substituição da prestação de serviços por máquina e equipamentos, faz do turismo um setor fundamental para o cumprimento das metas estabelecidas pelo governo.

A geração de novos empregos no Brasil transitará via a promoção de investimentos no setor turístico. Ciente destas necessidades o Governo Federal vem cumprindo o seu papel de buscar maior transversalidade entre o Ministério do Turismo e outros órgãos afim de proporcionar as ferramentas necessárias para cumprir suas metas. Entendendo a importância do turismo como atividade estratégica de auto-sustentabilidade, com efeitos sociais evidentes os ministérios do Turismo, Trabalho e Emprego e da Integração Nacional em parceria com o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal estão colaborando com recursos no montante de R\$ 1,4 bilhão para serem investidos no setor turístico nos próximos doze meses. Estas novas linhas de financiamento objetivam uma maior democratização do crédito no Brasil, induzindo e incentivando investimentos de pequeno e micro empreendedores e ajudando a desonerar o lazer do trabalhador.

Além dessas perspectivas, o turismo pode cumprir um papel importante no equilíbrio da balança comercial, com o ingresso de novas divisas, por meio do aumento no fluxo de turistas estrangeiros e da atração de investimentos para a construção de equipamentos turísticos.

Por todos esses motivos, já em campanha havíamos assumido o compromisso de criarmos o Ministério do Turismo e de profissionalizarmos a EMBRATUR, voltando o seu foco para a promoção, marketing e o apoio a comercialização do produto turístico brasileiro no mundo.



Ministério do Turismo

A concretização deste compromisso coloca o setor como uma das grandes prioridades do governo, estando integrado à macro estratégia do país e cumprindo papel fundamental no desenvolvimento econômico e na redução das desigualdades sociais.

Dentro desta nova realidade estrutural a proposta do Plano Nacional do Turismo vem consolidar o Ministério como articulador do processo de integração dos mais diversos segmentos do setor turístico.

O Plano Nacional deve ser o elo entre os governos federal, estadual e municipal; as entidades não governamentais; a iniciativa privada e a sociedade no seu todo. Deve ser fator de integração de objetivos, otimização de recursos e junção de esforços para incrementar a qualidade e a competitividade, aumentando a oferta de produtos brasileiros nos mercados nacional e internacional.

Estamos apresentando uma proposta de construção coletiva de um plano com uma visão compartilhada. A perseverança na busca da unidade na nossa diversidade será constante. Estamos convencidos de que essa atividade está destinada a constituir-se em fator decisivo para ampliação de oportunidades e para utilização sustentável de nossos recursos naturais e culturais, proporcionando um desenvolvimento consequente e equilibrado em todo território nacional.



Ministério do Turismo

2. MENSAGEM DO SENHOR MINISTRO DO TURISMO

A apresentação à sociedade do Plano Nacional do Turismo reforça o compromisso assumido pelo Sr. Presidente da República quando da criação do Ministério, de priorizar o turismo como elemento propulsor do desenvolvimento sócio-econômico do país.

O Plano Nacional foi concebido de forma coletiva, com uma ampla consulta às mais diversas regiões brasileiras e a todos os setores representativos do turismo e constitui-se em um processo dinâmico de construção permanente. Traduz uma concepção de desenvolvimento que, além do crescimento, busca a desconcentração de renda por meio da regionalização, interiorização e segmentação da atividade turística.

Estamos propondo um novo modelo de gestão descentralizada com a reformulação do Conselho Nacional do Turismo e dos Fóruns Estaduais que estabelecerão permanente comunicação com as necessidades advindas das regiões, municípios e destinos turísticos.

Ressaltamos a importância da inovação na forma e no conteúdo das relações e interações de toda a cadeia produtiva. Entendemos que estas interações devem se pautar em uma visão sistêmica e cooperada entre os diversos atores no que resultará em maior competitividade empresarial e proporcionará maior inclusão social.

Para tanto é necessário inovar na condução das políticas públicas, romper as inéncias e os empecilhos que têm limitado o potencial desta atividade como agente de transformações e como fonte verdadeira de riqueza econômica e desenvolvimento social. Ao colocar o Plano Nacional em execução, permitimo-nos reorientar esforços e eliminar obstáculos de tal forma que se realize o nosso compromisso de fazer do turismo



Ministério do Turismo

uma prioridade nacional. Assim sendo, temos que preparar o futuro, olhar para frente e construir o que deverá ser esta atividade nos anos vindouros, com base em um pensamento estratégico, a partir do reconhecimento do turismo como atividade econômica relevante que requer planejamento, análise, pesquisa e informações consistentes.

Devemos diversificar nossos mercados assim como os produtos e destinos que oferecemos. O governo federal, os governos estaduais e municipais, instituições e associações de classe, universidades, empresários, trabalhadores, organizações não governamentais e todos os demais que compõem o setor devem realizar um esforço para incrementar a qualidade e a competitividade do turismo brasileiro, neste momento em que muitos outros países estão competindo para conquistar mercados turísticos.

Destacamos ainda a atenção que devemos dirigir ao incremento do turismo interno, que deve ser fortalecido pelo consumo da sociedade brasileira, permitindo a todos o acesso ao lazer e às férias, respondendo a uma aspiração legítima dos nossos cidadãos e tendo no turismo um fator de construção da cidadania e de integração social.

Desta forma, estamos apresentando à sociedade brasileira o Plano Nacional do Turismo, cuja construção, consolidação e execução deverão ocorrer ao longo dos próximos anos, tendo presente que o turismo:

- deverá se transformar em fonte geradora de novos empregos e ocupações, proporcionando uma melhor distribuição de renda e melhorando a qualidade de vida das comunidades;
- ao contribuir para multiplicar os postos de trabalho no território nacional, poderá interferir positivamente no âmbito da violência urbana, fortalecendo a segurança da população;



Ministério do Turismo

- deverá transformar-se em um agente da valorização e conservação do patrimônio ambiental (cultural e natural), fortalecendo o princípio da sustentabilidade;
- tornar-se-á um instrumento de organização e valorização da sociedade, articulando seus interesses econômicos, técnicos, científicos e sociais, com o lazer, a realização de eventos, feiras e outras atividades afins;
- poderá, por meio de programas de qualificação profissional, elevar a qualidade da oferta turística nacional, fator essencial para inserir o país competitivamente no mercado internacional;
- atuará como mecanismo instigador de processos criativos, resultando na geração de novos produtos turísticos apoiados na regionalidade, genuinidade e identidade cultural do povo brasileiro, fortalecendo a auto-estima nacional e a de nossas comunidades;
- a partir das novas políticas sociais, poderá configurar-se como uma das mais eficazes expressões do uso do tempo liberado do trabalhador, contribuindo para a sua saúde física e mental;
- ao ser fortalecido internamente pelo exercício contínuo e sistêmico de consumo pela sociedade brasileira, deverá criar as condições desejáveis para a estruturação de uma oferta turística qualificada capaz de atender melhor o mercado internacional;



Ministério do Turismo

- para alcançar as metas desejáveis no balanço de pagamentos, exigirá normatização e legislação adequadas com vistas à facilitação e o aumento da entrada de turistas estrangeiros;
- por sua dinâmica, necessita de uma constante troca de informações entre os destinos turísticos, a oferta, e os mercados consumidores, o que requer investimentos constantes em marketing.

Por fim, é importante salientar que as metas desafiadoras para o período 2003-2007 requerem entusiasmo e determinação, cujo atingimento somente será possível por meio de um esforço conjunto entre agentes públicos e privados para solidificar uma estrutura turística integrada e duradoura, baseada na força das ***Parcerias e na Gestão Descentralizada.***



Ministério do Turismo

3. GESTÃO DO TURISMO

A criação do Ministério do Turismo atende diretamente a uma antiga reivindicação do setor turístico. O Ministério, como órgão da administração direta, terá as condições necessárias para articular com os demais Ministérios, com os governos estaduais e municipais, com o poder legislativo, com o setor empresarial e a sociedade organizada, integrando as políticas públicas e o setor privado. Desta forma o Ministério cumprirá com determinação um papel aglutinador, maximizando resultados e racionalizando gastos.

A estrutura do Ministério é composta por órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro, além dos seguintes órgãos finalísticos:

- a) Secretaria de Políticas de Turismo: compete precípuamente “ a formulação, elaboração avaliação e monitoramento da Política Nacional do Turismo, de acordo com as diretrizes propostas pelo Conselho Nacional do Turismo”, bem como articular as relações institucionais e internacionais necessárias para a condução desta Política.
- b) Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo: compete realizar ações de estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivos, de fomento, de promoção de investimentos em articulação com os Programas Regionais de Desenvolvimento, bem como apoiar e promover a produção e comercialização de produtos associados ao turismo e a qualificação dos serviços.
- c) Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR: Autarquia que tem como área de competência a promoção, divulgação e o apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos do país no exterior.



Ministério do Turismo

d) Conselho Nacional do Turismo: órgão colegiado de assessoramento, diretamente vinculado ao Ministro do Turismo que tem como atribuições “ propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo”. Esse Conselho é formado por representantes de outros Ministérios e Instituições Públicas que se relacionam com o turismo e das entidades de caráter nacional , representativas dos segmentos turísticos.

O Ministério tem como desafio conceber um novo modelo de gestão pública, descentralizada e participativa, atingindo em última instância o município, onde efetivamente o turismo acontece.

Desta forma estamos propondo um sistema de gestão composto no seu nível estratégico (união), o Ministério, o Conselho Nacional de Turismo e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo.

O Fórum Nacional de Secretários é um órgão informal, consultivo, constituído pelos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, que auxiliará no apontamento de problemas e soluções, concentrando as demandas oriundas dos Estados e Municípios.

Desta forma o núcleo estratégico estabelecerá canais de interlocução com os Estados da Federação, que por sua vez estarão conectados às necessidades advindas dos Municípios e regiões turísticas, tendo como atribuições :

- contribuir para construção das políticas e do Plano Nacional do Turismo, atuando como fórum facilitador e articulador para a formação das parcerias necessárias;
- elaborar os programas, projetos e ações estratégicas, aportando recursos e capacidade gerencial, co-responsabilizando-se para a construção de uma nova realidade;



Ministério do Turismo

- criar as parcerias e articular com os diversos atores, para executar e avaliar os programas e projetos concebidos;

Outro instrumento do processo de descentralização será a constituição de 27 fóruns estaduais com a finalidade de integrar a cadeia produtiva nos Estados e Distrito Federal, facilitando a implantação do Plano Nacional do Turismo.

O Fórum Estadual será composto pelo Secretário ou Dirigente Estadual, de um representante designado pelo Ministério do Turismo, pelas entidades públicas e privadas participantes do Conselho Nacional, por intermédio de suas representações regionais, pela representação dos Municípios, pelas Instituições de Ensino Superior/Turismo, e demais entidades de relevância estadual vinculadas ao turismo.

O Fórum estadual terá como atribuição o cumprimento de um papel fundamental para a operacionalização das políticas formuladas pelo núcleo estratégico, constituindo-se em um canal de ligação entre o Governo Federal e os destinos turísticos.

Ainda como parte da política de descentralização, os Municípios serão incentivados a criar os Conselhos Municipais de Turismo e organizarem-se em consórcios para formar Roteiros Integrados, ofertando um conjunto de produtos turísticos, completando-se assim o sistema de gestão do turismo brasileiro.

Apresentando a seguir o diagrama das relações entre os diversos atores que compõe o sistema de Gestão:



**FÓRUM DOS
SECRETÁRIOS
ESTADUAIS**

**MINISTÉRIO
DO
TURISMO**

**CONSELHO
NACIONAL
DO
TURISMO**

- ELABORA:**
- Políticas
 - Programas
 - Ações
 - Parcerias

- DISPONIBILIZA:**
- Recursos da Informação
 - Recursos de capital
 - Recursos de gestão e orientações estratégicas

MONITORA



FÓRUNS ESTADUAIS DE TURISMO

Ações

- otimiza e ordena as demandas
- propõe soluções dos problemas e “obstáculos”

- prioriza as ações emanadas da política
- apoio a atuação dos extensionistas

MONITORA



REGIÕES/ROTEIROS INTEGRADOS E MUNICÍPIOS



Ministério do Turismo

4. ESTRUTURAÇÃO DO PLANO NACIONAL DO TURISMO

a) Apresentação

O Plano Nacional do Turismo é o instrumento de planejamento do Ministério do Turismo que tem como finalidade explicitar o pensamento do governo e do setor produtivo e orientar as ações necessárias para consolidar o desenvolvimento do setor do Turismo.

Este documento está sendo elaborado de forma participativa dentro de um processo permanente de discussão e atualização, de acordo com as necessidades inerentes à dinâmica do setor.

Iniciamos o processo de construção do Plano com duas reuniões coordenadas pelo Ministro do Turismo, onde explicitamos nossas idéias iniciais e solicitamos o envio das sugestões e apontamento dos principais problemas, buscando obter um amplo espectro de opiniões sobre as dificuldades do turismo no Brasil e as alternativas de solução destes problemas.

A primeira reunião contou com a participação de todas as entidades, instituições e empresas de porte nacional e representativas no segmento turístico. A segunda reunião contou com a presença dos secretários e dirigentes estaduais de turismo e presidentes de empresas públicas de turismo. Após ouvirmos todas as entidades individualmente ou em grupos afins.

Esta ação inicial resultou num enorme volume de contribuições que foram sistematizadas e agrupadas em eixos temáticos de interesse, sobre os quais assentamos inicialmente o Plano Nacional do Turismo.



Ministério do Turismo

A análise destas sugestões nos permitiu ampliar o entendimento dos grandes desafios a enfrentar e a consolidar uma proposta inicial para o turismo brasileiro contendo:

- Sistema de Gestão.
- Visão de futuro.
- Os objetivos que devemos perseguir.
- As metas que necessitamos alcançar.
- Os eixos estruturantes do turismo.

Apresentamos a proposta inicial do Plano nas diferentes regiões brasileiras. As reuniões ocorreram em Belém, com representantes da região norte; em João Pessoa, com representantes dos estados nordestinos; em São Paulo, com representantes do sudeste; em Curitiba, com os estados do sul, e em Brasília com o centro-oeste.

A presença e participação maciça de dirigentes estaduais de turismo, de entidades não governamentais e representantes do setor privado referendou a proposta inicial do Plano.

O Plano foi ainda apresentado nesta fase ao conjunto de dirigentes de turismo, reunidos em Natal, no Fórum Nacional de Secretários Estaduais de Turismo. A partir destas reuniões organizamos o Plano em 7 macro-programas estratégicos que serão desdobrados em programas.

Iniciamos uma segunda rodada de reuniões com 34 instituições representativas do turismo, no âmbito nacional, para apresentar os macro-programas e a dinâmica de construção dos programas. Esses programas serão concebidos em parceria com o Conselho Nacional do Turismo por intermédio de suas Câmaras Temáticas, que por sua vez, se constituem em um espaço de debates e contribuições que conduzirá à solução dos problemas apontados.



Ministério do Turismo

b) Diagnóstico

O Brasil, apesar dos avanços obtidos nos últimos anos, está longe de ocupar um lugar no cenário turístico mundial compatível com suas potencialidades e vocações. A falta de articulações entre os setores governamentais tem gerado políticas desencontradas, fazendo com que os parcos recursos destinados ao setor se percam em ações que se sobrepõem ou que não estão direcionados para objetivos comuns. A falta de articulação também se faz presente entre os setores público e privado, agravando os problemas descritos a seguir:

- ausência de um processo de avaliação de resultados das políticas e planos destinados ao setor,
- insuficiência de dados, informações e pesquisas sobre o turismo brasileiro,
- qualificação profissional deficiente dos recursos humanos do setor, tanto no âmbito gerencial quanto nas habilidades específicas operacionais,
- inexistência de um processo de estruturação da cadeia produtiva impactando a qualidade e a competitividade do produto turístico brasileiro,
- regulamentação inadequada da atividade e baixo controle de qualidade na prestação de serviços com foco na defesa do consumidor,
- superposição dos dispositivos legais nas várias esferas públicas, requerendo uma revisão de toda legislação pertinente ao setor,
- oferta de crédito insuficiente e inadequada para o setor turístico,



Ministério do Turismo

- deficiência crônica na gestão e operacionalização de toda infra-estrutura básica (saneamento, água, energia, transportes) e turística,
- baixa qualidade e pouca diversidade de produtos turísticos ofertados nos mercados nacional e internacional,
- insuficiência de recursos e falta de estratégia e articulação na promoção e comercialização do produto turístico brasileiro.

A criação do Ministério do Turismo, o direcionamento da Embratur para a promoção e apoio à comercialização, a elaboração do Plano Nacional do Turismo com ampla participação da sociedade, são sinais claros de que o turismo é uma das grandes prioridades desse governo e que os problemas acima apontados serão verdadeiramente enfrentados.



Ministério do Turismo

c) Princípios orientadores para o Desenvolvimento do Turismo

A importância do Turismo no processo de desenvolvimento de um país não depende somente da existência dos recursos naturais e culturais transformados em Produtos Turísticos.

Devemos incorporar um conjunto de fatores estruturantes que elevem o nível de atratividade e competitividade dos nossos Produtos de maneira a garantir o crescimento dos fluxos turísticos.

A multidisciplinariedade do setor, os impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais gerados pelo Turismo exigem um processo de Planejamento e Gestão que orientem, discipline e se constitua em um poderoso instrumento de aceleração do desenvolvimento nos níveis municipal, regional e nacional.

Buscamos, por intermédio do Turismo, contribuir para o desenvolvimento do país gerando um amplo processo de mudanças que envolvem o cidadão, o estado e o setor produtivo.

Desejamos um novo modelo para o Turismo que conteemple e harmonize a força e o crescimento do mercado com a distribuição da riqueza.

Isto pressupõe a integração de soluções nos campos econômico-social, político e ambiental.

O aumento da competitividade do setor, o seu impacto na melhoria das condições de vida da população, a descentralização das decisões e o respeito ao meio ambiente, são pilares para a construção de um novo padrão de desenvolvimento, no qual todas as regiões possam crescer de forma integrada.



Ministério do Turismo

Com o Turismo poderemos desconcentrar o crescimento econômico, reduzir desigualdades e criar novas oportunidades para a construção de um Brasil melhor, guiados por princípios universais da ética.

Uma vez que estes princípios se aplicam a todos os indivíduos, comunidades e sociedades, eles devem transparecer durante o desempenho específico das atividades de todos os agentes do turismo.

O comportamento e a prática do turismo devem ser pautados por padrões éticos concretos e obedecer os princípios gerais contidos no Código Mundial da Ética no Turismo – Organização Mundial do Turismo – 2000.

Desta forma podemos afirmar que todos os Programas, Projetos e Ações do Plano Nacional do Turismo terão como pressupostos básicos a ética e a sustentabilidade e como princípios orientadores os seguintes vetores de governo:

Vetores de Governo

REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES REGIONAIS E SOCIAIS

GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE RENDA

GERAÇÃO DE EMPREGO E OCUPAÇÃO

EQUILÍBRIO DO BALANÇO DE PAGAMENTOS



Ministério do Turismo

d) Visão

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



Ministério do Turismo

e) Objetivos Gerais e Objetivos Específicos

O Plano Nacional do Turismo está estruturado a partir dos seus objetivos à partir dos quais derivam os Macro Programas, Programas e Ações.

Cada um desses objetivos que perseguimos, representa uma área específica que sugere na sua essência os resultados que desejamos atingir, a saber :

e.1) Objetivos Gerais

- Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidade regionais, culturais e naturais.
- Estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.

e.2) Objetivos Específicos

- 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



Ministério do Turismo

5. METAS PARA O TURISMO – 2003 – 2007

5.1 - Criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações

5.2 - Aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil

5.3 - Gerar 8 bilhões de dólares em divisas

5.4 - Aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos

5.5 – Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada Estado da Federação e Distrito Federal



Ministério do Turismo

5.1 - Criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações no turismo

O problema do desemprego é um dos maiores desafios a serem enfrentados pelo Governo Federal. O baixo desempenho da economia brasileira dos últimos anos, agravou este problema em nosso país.

Observamos, ao longo dos últimos anos, que o turismo foi um dos setores que mais colaborou com a geração de novos empregos e para o reaproveitamento da mão-de-obra de outros setores.

Segundo a Organização Mundial de Turismo, o turismo é responsável por 1 em cada 9 empregos gerados no mundo.

Para atingir a meta desejada, implementaremos ações prioritárias dentro do plano, quais sejam: a oferta de crédito aos empreendedores do turismo e ações de captação de investimentos, no Brasil e no Exterior, para novos empreendimentos turísticos. O resultado deste trabalho deve gerar investimentos na economia de aproximadamente 12 bilhões de reais até 2007.



Ministério do Turismo

5.2 – Aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil

Após 7 anos de crescimento contínuo, o número de turistas estrangeiros no Brasil caiu consideravelmente nos 2 últimos anos.

A crise econômica mundial, em especial a crise Argentina, o baixo crescimento do Brasil e os atentados de 11 de setembro, contribuíram para que tivéssemos em 2002 apenas 3,8 milhões de turistas visitando o Brasil, o pior resultado dos últimos 5 anos.

Atingir a meta desejada é um enorme desafio, que vai exigir uma promoção diferenciada para o mercado internacional, de maneira contínua, difundindo uma nova imagem de país moderno, com credibilidade e com produtos de qualidade, que, além de propiciar o turismo de lazer aos visitantes, deve oferecer oportunidades de negócios, eventos e incentivo.

Temos que integrar à esta imagem a essência brasileira, sua cultura, sua diversidade étnica, social e as diferentes regiões do país.

Vamos definir com clareza nossos mercados alvos, priorizando os mercados sul americanos de curta distância e os de longa distância com afinidade cultural com o Brasil.

Para podermos crescer significativamente é necessário dispormos de algumas condições fundamentais.



Ministério do Turismo

Devemos estimular as articulações entre agentes públicos e privados para realizar ações consistentes de promoção, disponibilizarmos recursos e ainda desenvolver os canais de comercialização.

Desta forma alcançaremos taxas de crescimento acima de 15 % ao ano, atingindo 9 milhões de turistas em 2007.

Ressaltamos que esta meta parte de condições ótimas de mercado e de infra-estrutura necessária de receptivo. Em uma conjuntura que chamaríamos de boa nossos estudos indicam, aplicado este Plano, a possibilidade de chegada de 7,5 milhões de turistas estrangeiros em 2007.



Ministério do Turismo

5.3 - Gerar 8 bilhões de dólares em divisas

Após 7 anos de crescimento na receita cambial gerada pelo turismo no Brasil, registramos nos 2 últimos anos uma curva de decréscimo, acompanhando a queda no fluxo de turistas estrangeiros.

A crise econômica mundial, fez com que encerrássemos o ano de 2002, com 3,8 milhões de turistas, gerando uma receita de 3,12 bilhões de dólares.

Atingir a meta desejada vai depender não só do aumento do fluxo de turistas, estimado em 9 milhões até 2007, mas de outras variáveis, como o tempo de permanência e o aumento do gasto médio per capita do turista.

Precisamos aumentar, ainda os 12,2 dias de permanência média e os US\$ 81,21 de gasto médio per capita registrado em 2001.

A mudança do foco da promoção, contemplando a diversidade cultural e regional brasileira, o incremento à comercialização de novos produtos de lazer, negócios, eventos e incentivos; vão proporcionar ao visitante estrangeiro um leque ampliado de opções. O fortalecimento destes segmentos cria as condições para o aumento do tempo de permanência do turista no Brasil.

A disponibilização para o consumo de um número maior de serviços turísticos qualificados, o incremento da produção artesanal, o produto típico com a marca brasileira



Ministério do Turismo

e a integração destes produtos com o turismo, são ações que se somam para atingirmos os 8 bilhões de divisas desejados.

Ressaltamos que esta meta está relacionada com as condições ótimas de entrada de 9 milhões de turistas estrangeiros. Para uma conjuntura boa estamos projetando gerar US\$ 7,1 bilhões em divisas até o ano de 2007.



Ministério do Turismo

5.4 - Aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos

O número de desembarques nacionais de passageiros vem crescendo continuamente nos últimos 7 anos.

Este crescimento se acentuou nos últimos 2 anos em função da alta do dólar, que fez com que uma maior quantidade de brasileiros, optasse por viajar pelo Brasil em detrimento de outros destinos internacionais.

Ao final de 2001 atingimos 32,6 milhões de desembarques, com incremento de 14,3% em relação ao ano anterior.

Mesmo que se mantenha a atual relação cambial, dólar / real, novas ações se fazem necessárias para atingirmos a meta desejada.

Destacamos abaixo os principais eixos de intervenção:

- oferta de novos produtos, contemplando nossa diversidade cultural e regional;
- fortalecimento dos segmentos, em especial os segmentos de negócios e eventos;
- melhoria nos aeroportos de menor porte, facilitando os vôos regionais;
- normatização da atividade e capacitação profissional, aumentando a oferta de produtos de qualidade.



Ministério do Turismo

O fortalecimento do mercado interno vai impactar também positivamente os números do deslocamento rodoviário, que só não foram quantificados em metas, em função da confiabilidade dos registros existentes.



Ministério do Turismo

5.5 - Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada estado da Federação e Distrito Federal

A oferta turística do Brasil, tem se configurado pela promoção de poucos destinos em áreas pontuais, gerando produtos de apelo repetitivo.

Os produtos atualmente ofertados não contemplam a pluralidade cultural e a diversidade regional brasileira. Existe um potencial a ser revelado e trabalhado no interior do país, e uma urgente necessidade de encontrar alternativas de desenvolvimento local e regional.

Desejamos desenvolver o turismo com base no princípio da sustentabilidade, trabalhando de forma participativa, descentralizada e sistêmica, estimulando a integração e a consequente organização e ampliação da oferta.

O efetivo envolvimento dos governos estaduais, dos parceiros estratégicos, do setor privado, dos municípios e da comunidade é fundamental neste processo. Dessa forma cria-se o ambiente para alcançar a qualidade, a diversidade e competitividade do produto turístico brasileiro.

Com a meta estipulada teremos no mínimo 81 produtos ofertados proporcionando condições para o aumento do fluxo doméstico e internacional de turistas e melhorando as condições socio-econômicas dos municípios e regiões.



Ministério do Turismo

6. MACRO PROGRAMAS

Os Macro Programas são desdobramentos temáticos que foram escolhidos pelo seu potencial de contribuição para atingir os compromissos estabelecidos nos OBJETIVOS e METAS para o turismo no período 2003 – 2007, bem como, resultado das contribuições de todas as entidades do setor ouvidas e manifestas.

Os Macro Programas são construídos por um conjunto de programas que visam por seu intermédio, resolver os problemas e obstáculos que impedem o crescimento do Turismo no Brasil, identificados por um processo de consulta ao setor.

Esses Programas serão detalhados em conjunto com as Câmaras Temáticas cujos Projetos e Ações serão posteriormente executados, utilizando-se de um planejamento, da definição de prioridades, do orçamento e da avaliação de resultados.



Ministério do Turismo

6.1 -

MACRO PROGRAMA 1 : GESTÃO E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS



a) *Descrição*

As várias interfaces para o desenvolvimento do turismo necessitam de uma permanente articulação entre os diversos setores públicos e privados, no sentido de agilizar soluções, eliminar entraves burocráticos, compartilhar decisões e facilitar a participação de todos os envolvidos no processo de crescimento do setor.

Cabe ao Ministério do Turismo estabelecer as diversas interfaces com os distintos Ministérios e órgãos governamentais dos quais o turismo depende, direta e indiretamente.

Por outro lado é necessário fortalecer os canais representativos da iniciativa privada para solidificar a interlocução com o poder público.

A necessidade de existência de instrumentos de Gestão e Articulação com base nas relações de interesses institucionais levou-nos a criação do Conselho Nacional



Ministério do Turismo

do Turismo cuja finalidade é auxiliar a elaboração e implantar o Plano Nacional do Turismo.

Serão criados também os Fóruns Estaduais, com o objetivo de agrupar os interesses, apresentar diagnósticos e propor soluções para as questões que afetam o desenvolvimento do turismo.

Além das questões de natureza de articulação interna entre os setores públicos e privado é fundamental e necessário a participação efetiva do Brasil junto aos organismos internacionais do turismo.

Por meio desta ação devemos ampliar a cooperação técnica internacional e a implementação de acordos e tratados bilaterais e multilaterais que permitem a adequação das legislações e normas que afetam o incremento do turismo e visam um melhor aproveitamento da capacidade negociadora entre países e blocos econômicos.

No âmbito deste Macro Programa será estruturado um processo de avaliação e monitoramento de resultados dos projetos e ações a serem implementadas pelo Plano Nacional de Turismo.

b) Objetivos

- Integrar os governos federal, estadual e municipal, descentralizando o processo de decisão no Turismo Brasileiro;
- integrar os setores público e privado e demais instituições otimizando recursos e dando eficiência às ações;
- monitorar e avaliar o resultados do plano nacional do turismo;
- participar dos fóruns internacionais de interesse do turismo.



6.2 -

MACRO PROGRAMA 2 – FOMENTO

PROGRAMA DE
ATRAÇÃO DE
INVESTIMENTOS

PROGRAMA DE
FINANCIAMENTO
PARA O TURISMO

a) Descrição

A atividade turística é executada fundamentalmente pela iniciativa privada e envolve um amplo leque de oportunidades para a realização de empreendimentos e oferta de serviços. Para o crescimento do setor é necessário rever a ampliar a disponibilidade de linhas de crédito e financiamentos adequados à realidade de cada segmento, atendendo principalmente a pequena e média empresa que não tem tido facilidade de acesso ao crédito.

O financiamento ao consumidor final será o outro instrumento utilizado para fortalecer o mercado interno, facilitando as viagens no território brasileiro. Outra necessidade é a ampliação da infra estrutura turística. O incentivo para construção de equipamentos turísticos dar-se-á, não só por meio da oferta de novas linhas de crédito, mas também pela identificação e cadastramento de projetos atrativos nos roteiros e destinos turísticos, para divulgação a potenciais investidores no Brasil e no exterior.

a) Objetivos

- Ampliar e melhorar a infra-estrutura turística em todo país;
- aquecer o mercado interno através do financiamento ao consumidor final;
- gerar divisas promovendo captação de investidores para o Brasil;
- incentivar a pequena e média empresa facilitando o acesso ao crédito;
- captar investidores para projetos localizados em regiões potenciais remotas, ainda não desenvolvidas;
- gerar novos postos de trabalho por meio do aquecimento da atividade e da construção de novos equipamentos turísticos.



6.3 -

MACRO PROGRAMA 3 – INFRA - ESTRUTURA



a) *Descrição*

A expansão do Parque Hoteleiro, dos equipamentos de lazer e entretenimento e a diversificação dos produtos turísticos, só podem ocorrer em um cenário onde a infra estrutura básica esteja disponível, garantindo não só a viabilidade dos investimentos, como a sua sustentabilidade ao longo do tempo.

As cidades, onde efetivamente o turismo acontece, necessitam de água, energia, transporte público, segurança, coleta e destino do lixo, tratamento de esgoto, comunicação, vias públicas e facilidade nos acessos.

Estas necessidades atingem os moradores e os turistas que visitam a localidade. A implementação do Prodetur Nordeste II , Sul, Centro , Proecotur Amazônia, Programa Pantanal; projetos financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento irão suprir em parte estas necessidades.

b) *Objetivos*

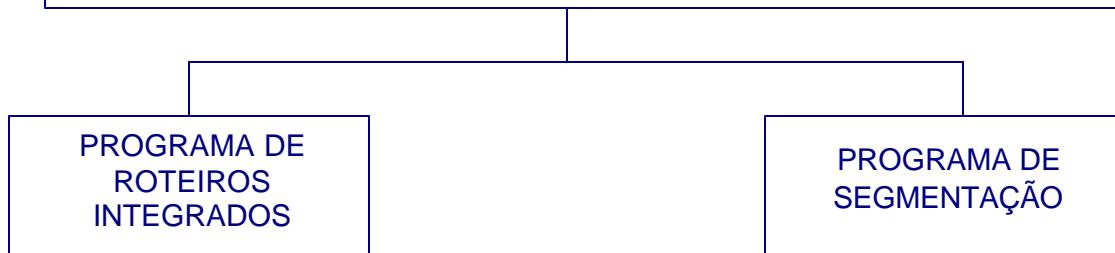
- melhorar a qualidade de vida nas cidades turísticas;
- criar condições para implantação de equipamentos turísticos;
- facilitar o acesso do fluxo de turistas;
- equilibrar o desenvolvimento das regiões brasileiras.



Ministério do Turismo

6.4 –

MACRO PROGRAMA 4 : ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA



a) *Descrição*

A oferta do produto turístico Brasileiro tem se caracterizado pela pouca diversidade. Muito do que se tem hoje, colocado para comercialização é dentro de um número restrito de segmentos e em algumas regiões brasileiras.

Estruturar e aumentar esta oferta, colocando no mercado, novos produtos de qualidade, compatíveis com diversidade cultural e contemplando as diferentes regiões brasileiras se constituem um grande desafio.

Tendo como fundamental a participação dos governos estaduais e de parceiros estratégicos do setor privado, realizaremos um consistente planejamento e executaremos as ações necessárias para estruturar e qualificar os roteiros Turísticos Integrados que serão constituídos pelos municípios organizados em consórcios.

O fortalecimento dos segmentos turísticos dar-se-á à partir da normatização e ordenamento destas práticas, objetivando torná-las competitivas no mercado internacional, principalmente no que tange aos aspectos de qualidade e segurança.



Ministério do Turismo

A organização destes segmentos vêm no sentido de atender as demandas específicas de mercado, maximizando o aproveitamento das potencialidades e as diferenças de cada região brasileira.

b) Objetivos

- Aumentar o número de produtos turísticos de qualidade colocados para comercialização;
- diversificar os produtos turísticos contemplando nossa pluralidade cultural e diferença regional;
- diminuir as desigualdade regionais, estruturando produtos em todos os estados brasileiros e Distrito Federal;
- aumentar o fluxo de turistas nacional e internacional;
- aumentar o tempo de permanência do turista internacional com um leque maior de serviços ofertados.



6.5 –

MACRO PROGRAMA 5 : QUALIDADE DO PRODUTO TURÍSTICO



a) *Descrição*

A qualidade do produto turístico, mais do que uma vantagem competitiva é pressuposto fundamental para o sucesso dos destinos.

Num mundo onde centenas de destinos turísticos competem pela preferência dos turistas, se tornam fundamental a proposição de ações que levem à qualidade.

O estado tem papel importante a cumprir na regulamentação do setor, normatizando e fiscalizando segmentos e a atividade turística e orientando a formação profissional. É necessário aperfeiçoar os mecanismos para o aprimoramento dos serviços como também aplicar métodos para qualificar e difundir os níveis atingidos por meios de processos de certificação.

O grande número de empregos que gera o turismo e a alta rotatividade nos postos de trabalho, requerem um enorme esforço para a qualificação dos recursos humanos.

Da mesma forma, a incorporação de novas tecnologias em cada uma das áreas de negócios turísticos exigem atualizações e adaptações às novas condições.

Na formação dos recursos humanos há de se considerar também uma dinâmica social e cultural do destino turístico bem como suas diferenciações regionais.



Ministério do Turismo

O setor turístico se beneficiará ao contar com quadros melhores preparados, no que redunda um melhor serviço para o turista.

Atenção particular merecem as instituições educativos, porque sobre elas recai o enorme compromisso de formar profissionais em todos os níveis para o setor.

Para garantir a confiabilidade nas relações entre os prestadores de serviços turísticos e os consumidores faz-se necessários o estabelecimento de normas e padrões que sirvam de parâmetros para harmonizar as práticas relativas à comercialização dos produtos.

É necessário fornecer ao consumidor nacional e estrangeiros um referencial de qualidade, de modo a garantir os seus direitos quando da aquisição de um produto ou serviço turístico.

Neste sentido, este macro- programa busca desempenhar um papel de indutor da qualificação dos serviços prestados e a estimular os mecanismos de Fiscalização para evitar a prática de abusos, tanto nas relações internas do setor quanto na venda ao consumidor.

b) Objetivos

- Promover a qualidade dos produtos turísticos no Brasil;
- apoiar programação de certificação da qualidade para as empresas setor;
- estabelecer em cooperação com as entidades representativas dos segmentos turísticos, normas padrões e regulamentos relativos aos serviços prestados para referenciar os programas de qualificação profissional e orientar a melhoria da qualidade e segurança dos serviços prestados ao turista;
- descentralizar e fortalecer o sistema de fiscalização delegada dos serviços turísticos;



Ministério do Turismo

- intensificar esforços voltados para o cumprimento das normas e regulamentos para os serviços facilitando a garantia da defesa do consumidor turista;
- promover a capacitação, qualificação e a re-qualificação dos agentes atuantes em toda cadeia produtiva do turismo, nos diversos níveis hierárquicos, tanto do setor público quanto do setor privado visando ocupar os novos postos de trabalho gerados.



Ministério do Turismo

6.6 –

MACRO PROGRAMA 6: PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO



a) *Descrição*

A promoção do turismo brasileiro no mercado internacional terá como conceito estratégico a diversificação de imagem do país. As ações de promoção e marketing irão orientar a construção do Brasil como destino turístico de um país moderno, com credibilidade, alegre, jovem, hospitalero, capaz de proporcionar lazer de qualidade, novas experiências aos visitantes, realizar negócios, eventos e incentivos e ser competitivo internacionalmente. Os programas de promoção e marketing terão como essência a qualidade e a diversidade da produção cultural brasileira, além de nossa diversidade étnica, social e natural.

No mercado interno, o turismo deverá possibilitar o aumento das viagens por diversas motivações, preços e produtos acessíveis, de qualidade e que proporcionem experiências positivas de conhecimento, integração e valorização das riquezas culturais do país. Da mesma forma, o acesso ao turismo deverá ser democratizado, possibilitando que novas camadas sociais se integrem à realização de viagens.

Com profissionalismo, as ações terão planejamento, continuidade e, sobretudo, se traduzirão em formas criativas e inovadoras de comunicação e distribuição nos principais países emissores do mercado internacional e doméstico. Os mecanismos de apoio à comercialização dos produtos turísticos irão fortalecer os mercados já existentes



Ministério do Turismo

e, a médio e longo prazos, incorporar novos mercados. Internamente, o turismo deverá possibilitar as viagens às diversas camadas sócio-econômicos, informando e incentivando o conhecimento da diversidade dos produtos nacionais.

b) Objetivos

- Aumentar o fluxo de turistas estrangeiros no Brasil realizando intensa promoção nos grandes mercados emissores internacionais e no mercado sul-americano;
- aquecer o mercado interno, promovendo um número maior de produtos de qualidade;
- promover a diversidade cultural e regional brasileira;
- promover as diferentes regiões brasileiras diminuindo as suas desigualdades;
- fortalecer o segmento de negócios, captando uma quantidade maior de eventos para o Brasil.



6.7 –

MACRO PROGRAMA 7: INFORMAÇÕES TURÍSTICAS



a) *Descrição*

A atividade turística depende intensamente de informações que facilitem o seu desenvolvimento.

É necessário um programa contínuo, que não só pesquise a oferta, mas também a demanda. Um sistema que avalie o impacto da atividade na economia, criando condições para o fortalecimento do setor junto à sociedade.

Os dirigentes públicos e privados necessitam de informações essenciais para a tomada de decisão gerencial e para a captação e implementação de novos empreendimentos turísticos.

A produção e disseminação das informações vão proporcionar o aparecimento de uma nova cultura, referencial no setor, baseado em números e pesquisas contínuos e confiáveis, facilitando a profissionalização e otimizando a aplicação dos recursos públicos e privados.

b) *Objetivos*

- Conhecer a oferta turística do mercado nacional;
- avaliar o impacto da atividade turística na economia;
- dar suporte as ações de promoção, marketing e apoio à comercialização do produto Brasil;



Ministério do Turismo

- dar suporte à tomada de decisão de dirigentes públicos e privados do turismo;
- conhecer a demanda do mercado internacional;
- dar suporte a decisão de potenciais investidores no setor de turismo.



Ministério do Turismo

7. ENTIDADES QUE CONTRIBUÍRAM COM PROPOSTAS PARA ELABORAÇÃO DO PLANO NACIONAL DO TURISMO

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagem.
ABBTUR - Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo.
ABCMI - Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade.
ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos.
ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira.
ABLA – Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis.
ABRACCEF – Associação Brasileira dos Centros de Convenções e Feiras.
ABRASEL – Associação Brasileira de Restaurantes e Empresas de Entretenimento.
ABRATURR – Associação Brasileira de Turismo Rural.
ABRESI – Associação Brasileira das Entidades de Hospedagem, Alimentação e Turismo.
ADIBRA – Associação das Empresas de Diversão do Brasil.
AMPRO – Associação de Marketing Promocional.
ANTTUR – Associação Nacional de Transportadores de Turismo.
Banco do Brasil
BITO – Brazilian Incoming Tour Operator.
BRAZTOA – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo.
Caixa Econômica Federal
CBTS – Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável.
CNC – Confederação Nacional do Comércio.
CONTRATUH – Confederação Nacional dos Trabalhadores em Turismo e Hotelaria.
Dunas Off–Road Expedições.
FBAJ – Federação Brasileira dos Albergues da Juventude.
FBC & VB – Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux.
FENACTUR – Federação Nacional do Turismo.
FENAGTUR – Federação Nacional dos Guias de Turismo.



Ministério do Turismo

FHBRS – Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares.

FORNATUR – Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo.

IH - Instituto de Hospitalidade.

Ministério da Integração Nacional.

Ministério do Trabalho e Emprego.

PARLATUR - Frente Parlamentar do Turismo.

São Paulo Convention & Visitors Bureaux.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Pequenas e Médias Empresas.

SECOM - Secretaria de Comunicação da Presidência da República Federal.

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural.

SESC – Serviço Social do Comércio.

SNEA – Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias.

Sub-Comissão de Turismo da Câmara dos Deputados.

UBRAFE – União Brasileira de Promotores de Feiras.

Urlaub Viagens e Turismo Ltda.



Ministério do Turismo

8. DOCUMENTOS CONSULTADOS

- Evolução do Turismo no Brasil – 1992/2001 – EMBRATUR.
- Subsídios a Formulação da Política Nacional de Turismo (Carta de Turismo ANHEMBI – MORUMBI).
- Carta de Goiás – Agenda Única do Turismo Nacional – Ano 2000 – Frente Parlamentar de Turismo.
- EMBRATUR – Plano de Trabalho – 2003 – 2007.
- Programa Brasileiro da Atividade Turística – 2002.
- CNC – Sub- Comissão Permanente de Turismo da Câmara dos Deputados.
- Programa Nacional de Turismo – 2001 - 2006 – México.
- Política Nacional de Turismo - 2002 – França.