



ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS

Municípios do Estado do Rio de Janeiro

2018

DIAGNÓSTICO DO TURISMO FLUMINENSE

Introdução

O Plano Nacional de Turismo é o instrumento que estabelece as diretrizes e estratégias para a implementação da política nacional do setor, com o objetivo principal de ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo.

Desenvolvido pelo Ministério do Turismo em conjunto com segmentos turísticos do país, o plano se propõe, no período de 2018 a 2022, a modernizar e desburocratizar o setor de turismo, visando à ampliação de investimentos e ao acesso ao crédito, como forma de estimular a competitividade e a inovação, investindo na promoção do destino Brasil interna e internacionalmente e na qualificação profissional e dos serviços, a fim de fortalecer a gestão descentralizada e a regionalização do turismo.

Conforme a categorização adotada pelo Mapa do Turismo, elaborado pelo Ministério do Turismo, o Estado do Rio de Janeiro possui 22% dos seus municípios classificados como tipo A ou B em turismo, em contraposição ao percentual nacional, que é de 7,19%. Tendo em vista que pode estar ocorrendo uma perda da potencialidade turística do estado, em face de possível mau aproveitamento da oferta de atividades turísticas, a equipe técnica dos Estudos Socioeconômicos realizou um mapeamento das práticas adotadas pelos municípios fluminenses.

Um questionário foi enviado por e-mail para os 91 municípios sob a jurisdição do TCE-RJ, dos quais 56 responderam as informações solicitadas. Entre os municípios que não responderam ao questionário no prazo fixado estão alguns apontados como prioritários para o desenvolvimento do turismo nos polos litorâneo e serrano: Mangaratiba e Rio Claro, da Costa Verde; Araruama, situado na Costa do Sol; Teresópolis, que pertence à Serra Verde Imperial; Valença, no Vale do Café; e Resende, que pertence à região das Agulhas Negras.

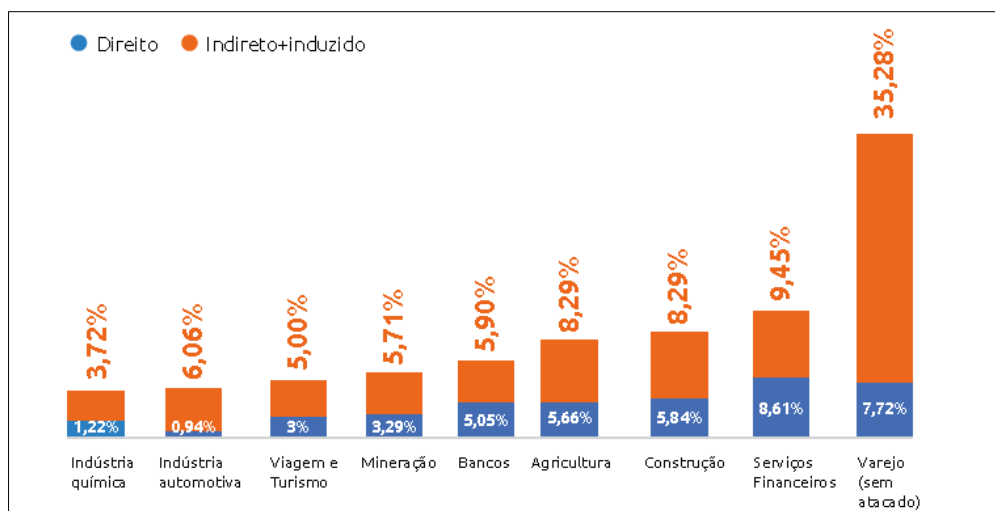
Plano Nacional de Turismo 2018-2022

Em 2017, o turismo mundial superou as expectativas de crescimento, com 1,322 bilhão de viajantes internacionais, o que significa um aumento de 7% com relação a 2016, representando o melhor resultado em sete anos (OMT, 2018)¹. O setor movimentou US\$ 7,6 trilhões em 2017, representando 10% de toda a riqueza gerada na economia mundial, conforme dados do World Travel & Tourism Council – WTTC. Além disso, o turismo é responsável por 292 milhões de empregos, o equivalente a um em cada 10 na economia global.

No Brasil, a participação direta do turismo na economia foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016, o equivalente a 3,2% do PIB. Já a contribuição total do setor foi de US\$ 152,2 bilhões, 8,5% do PIB Nacional. A WTTC estima um crescimento de 3,3% até 2027, chegando à contribuição total do setor na economia a 9,1% do PIB, o equivalente a US\$ 212,1 bilhões.

1 - Plano Nacional de Turismo. Ministério do Turismo, 2018.

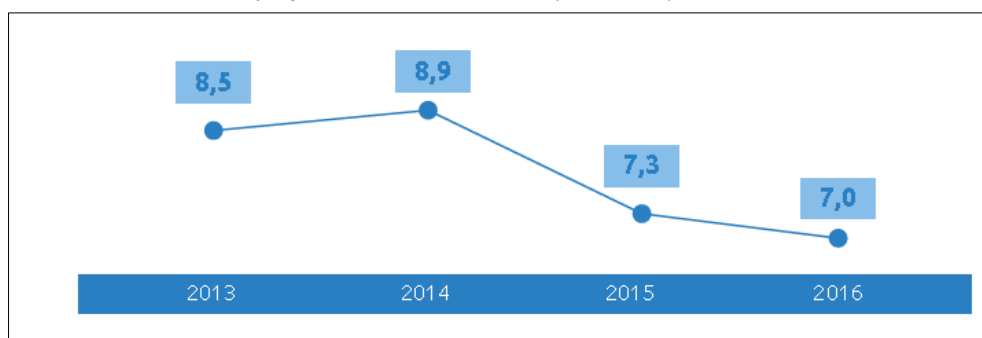
Gráfico 1: Impacto no PIB por setor – Brasil – 2016



Fonte: WTTC, 2017. Extraído do Plano Nacional de Turismo.

Quanto ao nível de emprego no país, segundo dados do WTTC, o setor gerou mais de 7 milhões de empregos em 2016, o que representa 7,8% do emprego total. Devido à crise econômica e ao aumento do desemprego nacional, houve uma redução do nível de empregos nos anos de 2015 e 2016, conforme o demonstrado no gráfico a seguir. Estão incluídas, como geradoras de empregos diretos, as atividades relacionadas a hotelaria, agências de turismo, companhias aéreas, demais tipos de transportes de passageiros e turistas, além de restaurantes e empreendimentos de lazer.

Gráfico 2: Emprego total no setor de turismo (em milhões) – Brasil – 2013/2016



Fonte: WTTC, 2017. Extraído do Plano Nacional de Turismo.

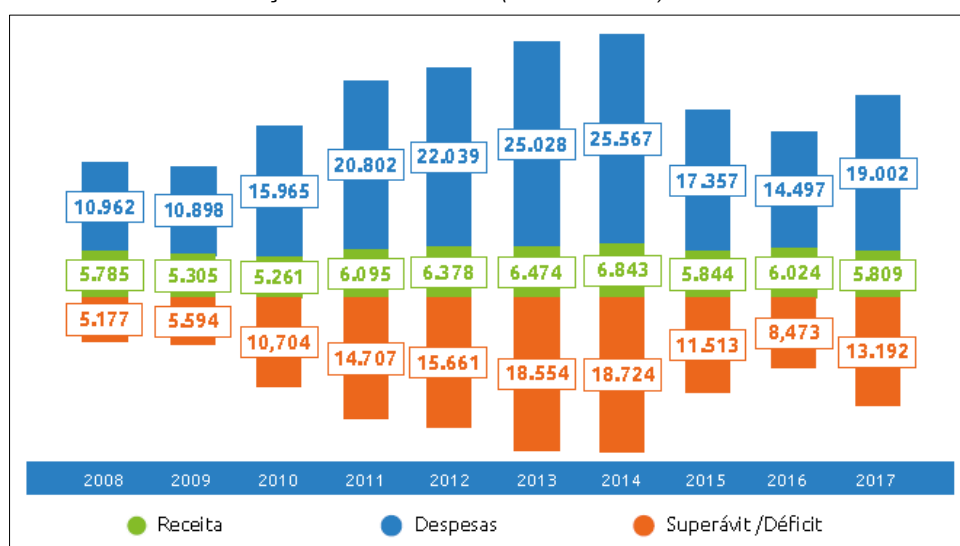
Em relação à demanda internacional, as chegadas de turistas ao país atingiram o maior patamar já registrado – 6,57 milhões de chegadas em 2016. A Argentina é o maior emissor de turistas internacionais para o Brasil, seguida pelos Estados Unidos, o que representou, respectivamente, 34,9% e 8,7% do total de turistas em 2016.

O lazer é a principal motivação de viagem ao Brasil, tendo representado 56,8% do mercado internacional em 2016. Os turistas que viajam ao Brasil a negócios ou para participar de feiras e convenções representam uma parcela importante, mas o número vem diminuindo ao longo dos anos. Em 2016, esse segmento caiu 4% em relação a 2015. Outro dado importante aponta que os turistas que vêm ao Brasil em viagens a lazer não são os que mais gastam no país: em 2016, esses visitantes gastaram, em

média, US\$ 61,41 por dia, enquanto os estrangeiros que vieram a negócios deixaram cerca de US\$ 82,54.

A receita cambial turística, em 2017, registrou US\$ 5,8 bilhões (3,6% menor do que os US\$ 6 bilhões auferidos em 2016), um pouco abaixo da média (US\$ 5.982 milhões) computada dos últimos 10 anos. Por outro lado, a despesa cambial turística totalizou, em 2017, US\$ 19 bilhões, com crescimento de 31,07% em relação ao registrado em 2016 (US\$ 14,5 bilhões). O déficit da balança comercial do turismo é de US\$ 13 bilhões².

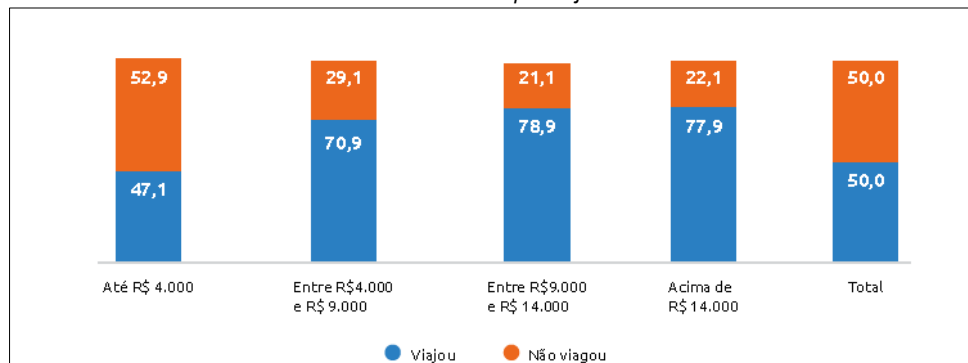
Gráfico 3: Balança comercial do turismo (em US\$ bilhões) – Brasil – 2008/2017



Fonte: Banco Central, 2017. Extraído do Plano Nacional de Turismo.

De acordo com as análises da Organização Mundial do Turismo, o turismo interno é dez vezes maior que o volume do turismo internacional. Cerca de 50% dos domicílios com telefones fixos no Brasil possuíam ao menos um morador que viajou pelo Brasil durante o ano de 2017. Verifica-se, também, que quanto maior a classe de renda, maior a proporção de domicílios que indicaram ter ao menos um morador que consumiu viagens de turismo em 2017.

Gráfico 4: Percentual de domicílios com moradores que viajaram em 2017 – Brasil – Classe de renda



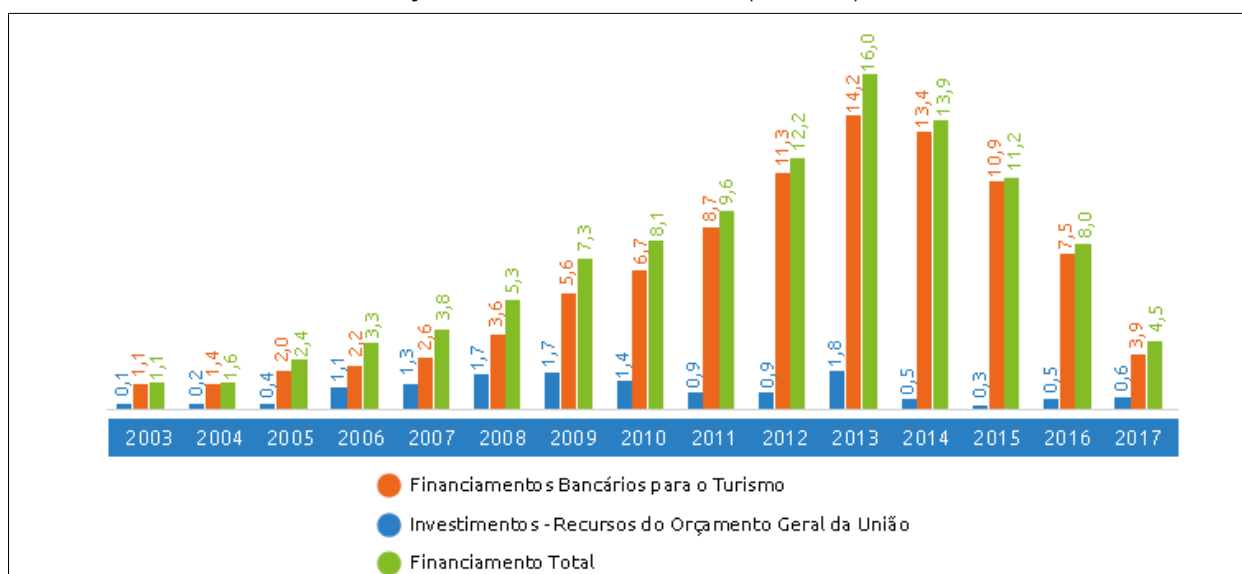
Fonte: Ministério do Turismo. Extraído do Plano Nacional de Turismo.

2 - Em janeiro de 2019, o Ministério do Turismo divulgou resultados referentes a 2018: a receita cambial de turismo fechou com aumento de 1,86%, representando os gastos de estrangeiros que visitaram o Brasil; já a despesa cambial, que retrata os gastos de brasileiros no exterior, caiu 3,89%, reduzindo o déficit da balança comercial para US\$ 12,3 bilhões.

Outro indicador da expansão do turismo nacional é o volume de empréstimos concedidos pelos bancos oficiais (Caixa, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia e BNDES) às empresas do setor de turismo. As linhas de crédito destinam-se a construção e reformas de hotéis, bares, restaurantes, agências de turismo, parques temáticos e outras atividades relacionadas. De 2003 – ano de criação do Ministério do Turismo – até setembro de 2017, os investimentos no setor totalizaram R\$ 94,8 bilhões. O maior volume de empréstimos foi concedido no período preparatório para a realização da Copa do Mundo de Futebol Fifa 2014 e dos Jogos Olímpicos Rio 2016.

Desde a sua criação, o Ministério do Turismo destinou R\$ 13,47 bilhões para investimentos em estruturação de destinos. Os investimentos possibilitaram a implantação de infraestrutura turística pública, a elaboração de planos para desenvolvimento territorial do turismo e projetos de estruturação e ordenamento, por meio do Programa de Apoio a Projetos de Infraestrutura Turística e do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Nacional do Turismo – Prodetur, mediante contratos de repasse e convênios com entes federativos, envolvendo mais de 18,8 mil empreendimentos, dos quais cerca de 13 mil estão concluídos.

Gráfico 5: Recursos orçamentários destinados ao turismo (R\$ bilhões) – Brasil – 2003/2017



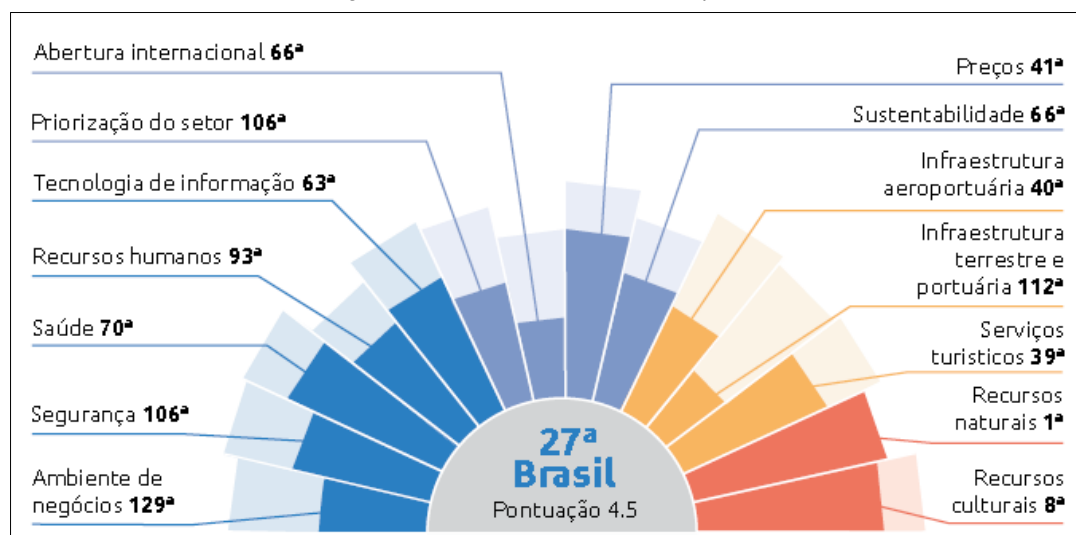
Fonte: Ministério do Turismo, 2018. Extraído do Plano Nacional de Turismo.

A oferta de meios de hospedagem, por exemplo, cresceu 15% nas capitais brasileiras, no período de 2011 a 2016. O número de leitos nessas cidades passou de 554.227 para 639.352. Segundo os resultados da Pesquisa de Serviços de Hospedagem – PSH 2016, do IBGE, o Brasil tem uma oferta de 31.299 meios de hospedagem. O Estado de São Paulo é o que concentra o maior número, sendo responsável por 21% de toda a oferta nacional. Considerando as regiões brasileiras, a grande concentração da rede hoteleira encontra-se na Região Sudeste, com 41,8% dos estabelecimentos.

O último relatório do Fórum Econômico Mundial – WEF, intitulado The Travel & Tourism Competitiveness Report – TTCR, realizado em 2017, colocou o Brasil na 27ª colocação num *ranking* de 136 países analisados. Desde 2007, o Brasil avançou 32

posições. O Brasil é considerado o número 1 no quesito diversidade de recursos naturais, além de se destacar como 8º classificado no item recursos culturais. No entanto, no quesito “priorização do setor”, fica na 106ª posição e no item “ambiente de negócios”, em 129º, devido à ineficiência do arcabouço legal, burocracia e impostos elevados.

Gráfico 6: Classificação do Brasil nos indicadores de competitividade internacional



Fonte: Fórum Econômico Mundial, 2017. Extraído do Plano Nacional de Turismo.

O Ministério do Turismo, em 2017, lançou o pacote de medidas “Brasil + Turismo”, com o objetivo de fortalecer e tornar o turismo um importante vetor de desenvolvimento econômico, por meio da apresentação de soluções técnicas emergenciais para gargalos históricos do setor. A partir da definição das metas a serem alcançadas até o ano de 2022, já estabelecidas a partir do Brasil + Turismo, foram estabelecidas as estratégias e iniciativas do Plano Nacional de Turismo, cujo êxito depende da coordenação de esforços no âmbito do governo federal, das esferas estaduais e municipais e do *trade* turístico.

Tabela 1: Metas globais para o turismo no Brasil – 2018/2022

Aumentar a entrada anual de turistas estrangeiros de 6,5 para 12 milhões
Aumentar a receita gerada pelos visitantes internacionais de US\$ 6,5 para US\$ 19 bilhões
Ampliar de 60 para 100 milhões o número de brasileiros viajando pelo país
Ampliar de 7 para 9 milhões o número de empregos no turismo

Tabela 2: Diretrizes para o desenvolvimento do turismo nacional – 2018/2022

Fortalecimento da regionalização
Melhoria da qualidade e competitividade
Incentivo à inovação
Promoção da sustentabilidade

Tabela 3: Linhas de atuação e suas iniciativas – 2018/2022

<i>Ordenamento, gestão e monitoramento:</i> fortalecer e aperfeiçoar o monitoramento da atividade turística no país; ampliar e aprimorar os estudos e as pesquisas; aperfeiçoar o ambiente legal e o normativo do setor; apoiar o planejamento integrado ao setor de segurança pública; fortalecer a gestão descentralizada.
<i>Estruturação do turismo brasileiro:</i> aprimorar a oferta turística nacional; promover e facilitar a atração de investimentos e a oferta de crédito; melhorar a infraestrutura nos destinos e nas regiões turísticas.
<i>Formalização e qualificação no turismo:</i> intensificar a qualificação; ampliar a formalização dos prestadores de serviços.
<i>Incentivo ao turismo responsável:</i> intensificar o combate à violação dos direitos das crianças e dos adolescentes; possibilitar o acesso democrático de públicos prioritários de demanda à atividade turística; promover a integração da produção local à cadeia produtiva e desenvolver o turismo de base local; estimular a adoção de práticas sustentáveis no setor.
<i>Marketing e apoio à comercialização:</i> intensificar ações para facilitação de vistos; definir o posicionamento estratégico do Brasil como produtor turístico; incrementar a produção nacional e internacional dos destinos e produtos turísticos brasileiros.

Programa de Regionalização do Turismo

A Política Nacional de Turismo, estabelecida pela Lei 11.771/2008, tem dentre os seus princípios a regionalização do turismo. Esta trabalha sob a perspectiva de que mesmo um município que não possui uma clara vocação para o turismo – ou seja, que não recebe o turista em seu território – pode dele se beneficiar, se esse município desempenhar um papel de provedor ou fornecedor de mão-de-obra ou de produtos destinados a atender o turista. O trabalho regionalizado permite, assim, ganhos não só para o município que recebe o visitante, mas para toda a região.

O Programa de Regionalização do Turismo trabalha a convergência e a interação de todas as ações desempenhadas pelo Ministério do Turismo com estados, regiões e municípios brasileiros. Seu objetivo principal é o de apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no país. Esse programa de enfoque territorial foi reformulado em 2013, quando foram definidos seus oito eixos de atuação, que orientam as ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo nas regiões e municípios.

Tabela 4: Estratégias do Programa de Regionalização do Turismo

MAPEAMENTO: define o território a ser trabalhado; o Mapa do Turismo Brasileiro é a base territorial de atuação dessa política para o desenvolvimento do turismo.
CATEGORIZAÇÃO: divide os municípios constantes no Mapa do Turismo Brasileiro, de acordo com o desempenho de suas economias do turismo.
FORMAÇÃO: prevê a capacitação de gestores públicos e a publicação de cartilhas de orientação para o desenvolvimento do turismo.
FOMENTO À REGIONALIZAÇÃO: prevê o apoio financeiro do Ministério do Turismo aos estados, regiões e municípios na implantação de seus projetos.
COMUNICAÇÃO: engloba a constituição de uma rede nacional de interlocutores do programa, facilitando a interação em prol do desenvolvimento do turismo.
MONITORAMENTO: avalia a evolução do programa e garante eventuais correções de rumo.

Os interlocutores têm papel fundamental na implementação do Programa de Regionalização do Turismo. São eles que recebem as orientações do Ministério do Turismo para o planejamento, implementação, acompanhamento e avaliação das ações em âmbitos estadual, regional e municipal. Eles atuam de forma articulada, formando a Rede Nacional de Regionalização, fonte de troca de experiências, intercâmbio e inovação.

Tabela 5: Atribuições dos interlocutores regionais

Planejar e coordenar as ações do programa, em âmbito regional.
Articular, negociar e estabelecer parcerias, em âmbito regional.
Monitorar e avaliar as ações do programa, em âmbito regional.
Produzir e disseminar informações e conhecimentos, assim como validar o conjunto de dados e informações produzidos pelos municípios.
Dar suporte a interlocutores estaduais e municipais nas ações e atividades do programa.
Participar dos encontros dos interlocutores quando solicitado, e dos encontros nacionais de turismo.

Tabela 6: Atribuições dos interlocutores municipais

Mobilizar os segmentos organizados para o debate e a indicação de propostas locais para o município.
Integrar os diversos setores locais em torno da proposta de regionalização.
Participar de debates da formulação das estratégias locais para o desenvolvimento do município.
Planejar e executar ações locais, integradas às regionais.
Produzir e coletar dados e informações que permitam a identificação do nível de desenvolvimento dos destinos.
Dar suporte a interlocutores regionais e estaduais nas ações e atividades do programa.
Participar dos encontros dos interlocutores quando solicitado, e dos encontros nacionais de turismo.

Programa de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur

Os investimentos do Prodetur são operacionalizados pelo Ministério do Turismo, que orienta tecnicamente as propostas estaduais e municipais em parceria com organismos multilaterais, em especial o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e com a Corporação Andina de Fomento, que atuam como financiadores internacionais. O programa é voltado para os estados, o Distrito Federal, as capitais e os municípios com mais de 1 milhão de habitantes.

Para acesso à linha de crédito do Prodetur, entre outros requisitos, cada estado ou município deverá selecionar as áreas prioritárias para receber os investimentos e deverá ser elaborado um Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável – PDITS que orientará a execução do financiamento. Os projetos podem ser de vários tipos:

Estratégia de Produto Turístico – exemplos: urbanização e qualificação de espaços urbanos destinados ao turismo, estudos de viabilidade e construção de equipamentos.

Estratégia de Comercialização – exemplos: planos de marketing, ações inovadoras de promoção e comercialização.

Fortalecimento Institucional – exemplo: elaboração de planos e projetos para melhoria da gestão dos destinos turísticos.

Infraestrutura e Serviços Básicos – exemplos: edificações, equipamentos, materiais e utensílios que ampliem ou possibilitem o acesso ao atrativo turístico, implantação de centros de atendimento ao turista.

Gestão Ambiental – exemplos: recuperação de patrimônio histórico, estudos de impacto ambiental, planos de manejo.

Plano Diretor de Turismo

O Estado do Rio de Janeiro dispõe, desde 2001, do seu Plano Diretor de Turismo. É um instrumento básico para intervenções no setor que estabelece, com base no inventário do potencial turístico das regiões que compõem o estado, as ações de planejamento, promoção e execução da política estadual de turismo. O principal objetivo do Plano Diretor é consolidar o turismo como um dos principais setores econômicos do Estado do Rio de Janeiro buscando a geração de renda, a elevação na qualidade de vida das populações locais e o incremento na captação de recursos.

Em sua introdução, o plano³ destaca que a Constituição estadual, em seu artigo 227, determina como uma das funções do Estado “a promoção e o incentivo ao turismo como fator de desenvolvimento econômico e social, bem como de divulgação, valorização e preservação do patrimônio cultural e natural, cuidando para que sejam respeitadas as peculiaridades locais, não permitindo efeitos desagregadores sobre a vida das comunidades envolvidas, assegurando sempre o respeito ao meio ambiente e à cultura das localidades onde vier a ser explorado”.

A Constituição diz ainda que o Plano Diretor “deverá estabelecer, com base no inventário do potencial turístico das diversas regiões, e com a participação dos municípios envolvidos, as ações de planejamento, promoção e execução da sua política”.

O Plano Diretor traz um diagnóstico do turismo, incluindo oferta e demanda, a imagem turística e a capacidade competitiva do estado. Um conjunto de proposições vai desde os marcos conceituais até um programa de acompanhamento e monitoramento das etapas de implantação do plano. Com base no plano, o Estado do Rio de Janeiro apresenta hoje 12 regiões turísticas, ajustadas conforme processos de negociação e validação em instâncias e oportunidades diversas.

Costa Verde: Angra dos Reis, Itaguaí, Mangaratiba, Paraty, Rio Claro.

Agulhas Negras: Itatiaia, Porto Real, Quatis, Resende.

Vale do Café: Barra do Piraí, Barra Mansa, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes, Miguel Pereira, Paracambi, Paty do Alferes, Pinheiral, Piraí, Rio das Flores, Valença, Vassouras, Volta Redonda.

3 - Disponível em <http://www.prodetur.rj.gov.br/planoturismo.asp>.

Baixada Fluminense (Baixada Verde): Belford Roxo, Duque de Caxias, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Queimados, São João de Meriti, Seropédica.

Metropolitana: Rio de Janeiro, Niterói.

Costa do Sol: Araruama, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Carapebus, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, Macaé, Maricá, Quissamã, Rio das Ostras, São Pedro da Aldeia, Saquarema.

Caminhos da Mata: Itaboraí, Rio Bonito, São Gonçalo, Silva Jardim, Tanguá.

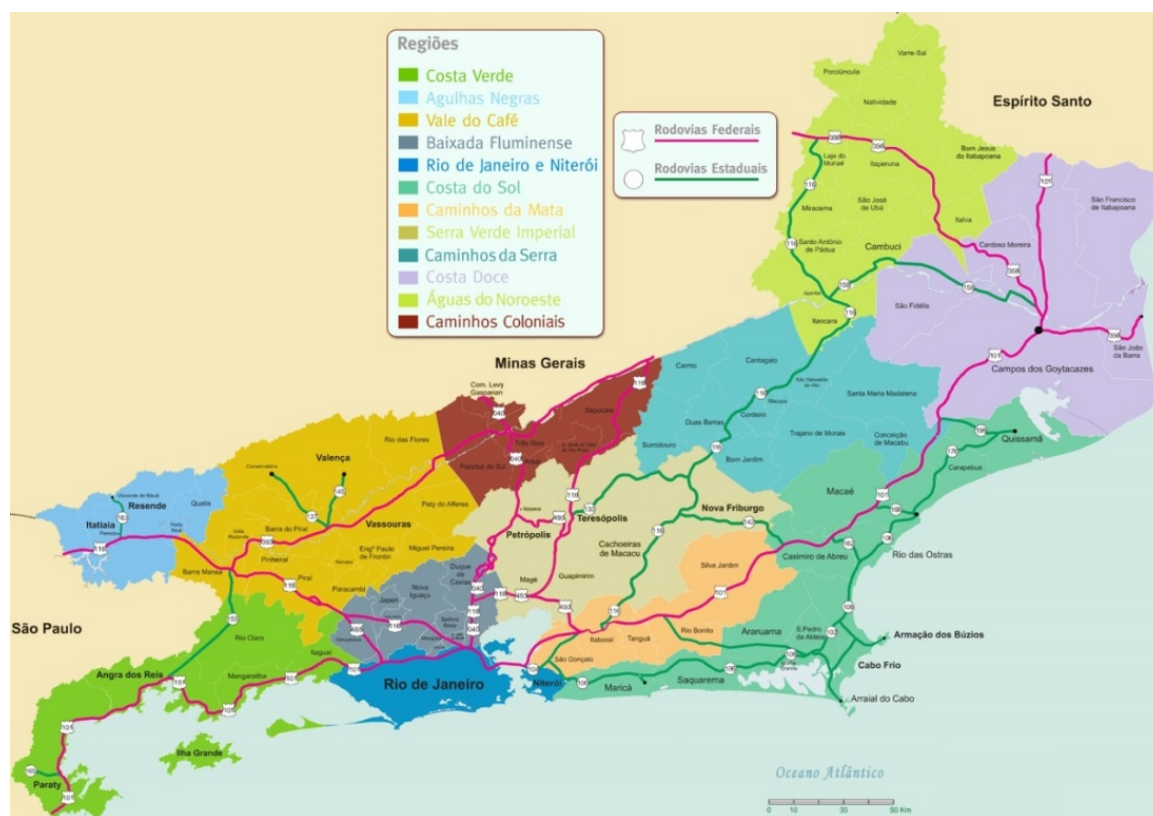
Serra Verde Imperial: Cachoeiras de Macacu, Guapimirim, Nova Friburgo, Petrópolis, Teresópolis.

Caminhos da Serra: Bom Jardim, Cantagalo, Carmo, Conceição de Macabu, Cordeiro, Duas Barras, Macuco, Santa Maria Madalena, São Sebastião do Alto, Sumidouro, Trajano de Moraes.

Costa Doce: Campos dos Goytacazes, Cardoso Moreira, São Fidélis, São Francisco do Itabapoana, São João da Barra.

Águas do Noroeste: Aperibé, Bom Jesus do Itabapoana, Cambuci, Italva, Itaocara, Itaperuna, Laje do Muriaé, Miracema, Natividade, Porciúncula, Santo Antônio de Pádua, São José de Ubá, Varre-Sai.

Caminhos Coloniais: Areal, Comendador Levy Gasparian, Paraíba do Sul, São José do Vale do Rio Preto, Sapucaia, Três Rios.



Fonte: Turismo

Obs: na atual regionalização adotada pelo Ministério do Turismo, Magé faz parte da Baixada Verde

Em 2010, o Estado do Rio de Janeiro lançou seu Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável, atendendo a dois polos turísticos do estado, estrategicamente relacionados para a aplicação de investimentos prioritários: Polo Litoral e Polo Serra. O PDITS tem como objetivo principal o desenvolvimento do turismo de forma integrada e sustentável, associado à valorização cultural, à preservação ambiental e a participação comunitária, tendo como resultado final a geração de emprego e renda.

Com base no Plano Diretor de Turismo, foram destacadas seis regiões estratégicas, em especial no que se refere ao incremento do fluxo de turistas internacionais, em espaços de tempo mais curtos. Essas regiões são compostas de 42 municípios, dentre os quais se destacam os 23 destinos que foram agrupados nos dois polos de desenvolvimento (litoral e serra). Essa análise considerou o grau de atratividade dos destinos, a similaridade dos segmentos turísticos, a variedade de equipamentos e serviços e as distâncias e tempos de deslocamento da capital.

Tabela 7: Municípios agrupados nos Polos Litoral e Serra

POLO	SUBPOLO	MUNICÍPIOS
LITORAL	Metropolitano	Rio de Janeiro
		Niterói
	Costa Verde	Angra dos Reis
		Mangaratiba
		Rio Claro
		Paraty
	Costa do Sol	Armação dos Búzios
		Araruama
		Arraial do Cabo
		Iguaba Grande
		São Pedro da Aldeia
		Casimiro de Abreu
		Cabo Frio
SERRA	Serra Verde Imperial	Petrópolis
		Teresópolis
		Cachoeiras de Macacu
		Nova Friburgo
	Vale do Café	Vassouras
		Valença
		Barra do Piraí
		Rio das Flores
	Agulhas Negras	Resende
		Itatiaia

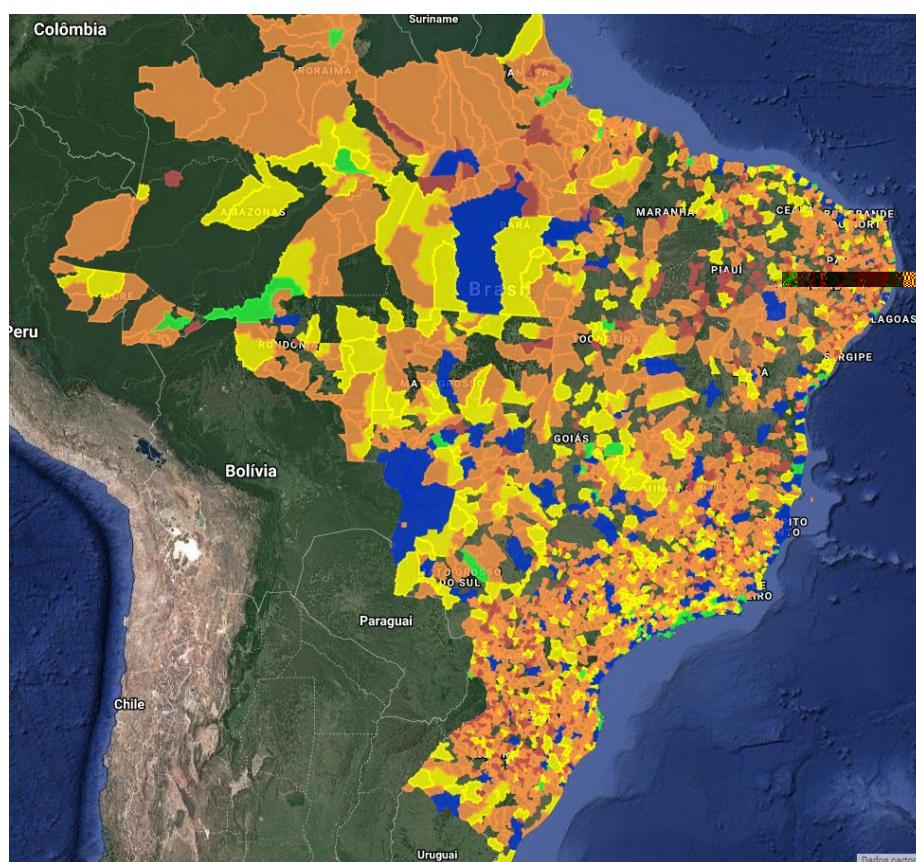
Fonte: Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável

Mapa do Turismo Brasileiro

O Ministério do Turismo, objetivando apoiar governos estaduais e municipais, disponibiliza na internet um Mapa do Turismo Brasileiro⁴, dinâmico e georreferenciado. Em sua última versão, de 2017, o mapa inclui 3.285 municípios em todo território nacional, divididos em 328 regiões turísticas. A ferramenta pode ser utilizada para aprimorar a gestão do turismo, otimizar a distribuição de recursos e promover o desenvolvimento do setor.

Para a confecção do mapa, são consideradas quatro variáveis que refletem o desempenho da economia do turismo em cada localidade: número de empregos e de estabelecimentos formais no setor de hospedagem, com base em informações do IBGE e do Ministério do Trabalho, e as estimativas de fluxo de turistas domésticos e internacionais, a partir de pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe e do Ministério do Turismo.

As variáveis selecionadas são cruzadas em uma análise de *cluster* (agrupamento) e dão origem a cinco categorias de municípios. Assim, os municípios que possuem médias semelhantes nas quatro variáveis analisadas estão reunidos em uma mesma categoria (A, B, C, D ou E). Logo, o desempenho da economia do turismo de cada município brasileiro foi medido a partir das médias de dados sobre fluxo e hospedagem. Na categoria A, estão incluídos os municípios com maior desempenho da economia do turismo, e em E, os municípios com menor desempenho.



Fonte: Ministério do Turismo

4 - <http://mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em 11/6/2018.

A categoria A, de cor verde no mapa, tem 57 municípios distribuídos pelo território nacional. O grupo B, de cor azul, é integrado por 179 municípios brasileiros. O grupo C, de cor amarela, inclui 539 municípios. A maior concentração, de 1.961 municípios, refere-se ao grupo D. A categoria E reúne 549 municípios de menor fluxo de turistas e menos empregos formais no setor.

Entre os 89 municípios fluminenses categorizados, destacam-se oito municípios incluídos na categoria A e 12 municípios na categoria B. Juntos, esses 20 destinos representam 22% dos 92 municípios fluminenses, uma alta concentração, considerando-se que, na média nacional, esse índice não ultrapassa 7,19%. A maior concentração em território fluminense se apresenta na categoria D, que reúne pouco menos da metade do total mapeado, como se evidencia na tabela a seguir.

Tabela 8: Distribuição dos municípios fluminenses por categoria turística

Resumo da Seleção			X
Categoria	Nº de Casos	% de Casos	
A	8	8.99%	
B	12	13.5%	
C	27	30.3%	
D	41	46.1%	
E	1	1.12%	
Total	89	100%	

Fonte: Ministério do Turismo

Nesta última edição do mapa, restaram sem categorização turística somente os municípios de Conceição de Macabu, São José de Ubá e São Sebastião do Alto.

Instâncias de Governança Regional

Em janeiro de 2019, o Ministério do Turismo divulgou um documento intitulado Regionalização/Institucionalização da Instância de Governança Regional, com a finalidade de orientar os gestores locais para aspectos relevantes do processo de institucionalização e fortalecimento das organizações envolvidas no processo de desenvolvimento da atividade turística. Faz parte do esforço de criar instrumentos de gestão compartilhada, uma vez que os maiores obstáculos à consolidação da IGR, ainda que haja governança, são a falta de diálogo, de controle e de avaliação de processos e resultados.

O desenvolvimento turístico de uma região necessita da cooperação e integração de todo o seu *trade*, incluindo agentes institucionais, atores sociais da iniciativa privada e do terceiro setor. A interdependência precisa ser compreendida para que os gestores possam orientar as políticas e ações locais e regionais para a consolidação do pensamento e esforço comum.

O processo de integração turística resulta da criação de parcerias estratégicas e da gestão integrada e descentralizada de programas e projetos que possibilitem a cada

região e municípios compartilhar alternativas de desenvolvimento, respeitando suas realidades e especificidades. As disputas e bairrismos regionais devem ser substituídos por alianças voltadas ao interesse comum.

Tendo como foco as regiões turísticas estabelecidas pelo Mapa do Turismo Brasileiro, a IGR deve estabelecer e estruturar plataformas de ação planejadas, coordenadas e reconhecidas pelos diferentes atores que a integram. Pode assumir diferentes estruturas e caráter jurídico, sendo recomendadas algumas alternativas: fórum, conselho, comitê, associação, consórcio ou agência de desenvolvimento.

Conforme o estudo do Ministério do Turismo, uma IGR com 20 a 30 integrantes pode ser considerada de um tamanho adequado e gerenciável. Para produzir resultados positivos, deve agir conforme o quadro a seguir.

Fundamentar-se nos interesses e propostas estabelecidas em âmbito municipal e que possam ser de interesse regional.
Focar-se nos projetos estruturantes, não devendo envolver-se em questões locais, que deverão ficar a cargo do Conselho Municipal de Turismo ou do órgão municipal de turismo.
Estabelecer projetos executáveis que estejam mais no domínio da região e não dependentes do ambiente externo.
Estar atento para fortalecer a harmonia entre os envolvidos.
Fortalecer o sentido regional e evitar as disputas locais de quem é mais importante, ou de quem deverá receber certo investimento.
Fortalecer os mecanismos de comunicação entre os municípios componentes da região turística, representados por seus diferentes segmentos.

Fonte: Ministério do Turismo – Regionalização/Institucionalização da Instância de Governança Regional

Deve-se atentar para a questão da funcionalidade, seja financeira ou técnica, optando-se por um modelo que viabilize processos simplificados de movimentação financeira, sejam eles convênios, repasses ou contratações. Do mesmo modo, deverá ser buscado um modelo gerencial que permita autonomia e integração dos seus atores, de forma ágil e eficiente.

Administração municipal e desenvolvimento do turismo

A seguir, serão apresentados os principais elementos de análise do questionário enviado pelo TCE-RJ, através da equipe técnica dos Estudos Socioeconômicos, aos 91 municípios fluminenses sob sua jurisdição (exclui a Capital).

Políticas públicas municipais em turismo

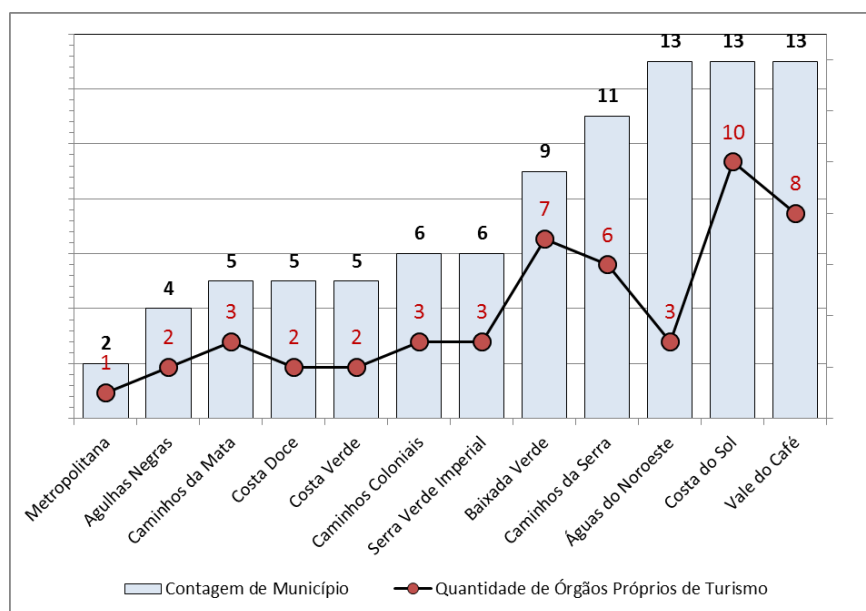
Considerando a jurisdição do TCE-RJ sobre os municípios que compõem o Estado do Rio de Janeiro, 61,54% dos entes (56 municípios) responderam ao questionário enviado com o intuito de mapear as ações municipais de turismo.

Dos 56 municípios respondentes, 50 possuem um órgão próprio de turismo, o que representa um total de 89,29% dos entes participantes da pesquisa.

A região turística da Costa do Sol é aquela com maior percentual de municípios com órgãos próprios (77%), enquanto as Águas do Noroeste possuem apenas 23% dos municípios com alguma condução dos assuntos relacionados ao fomento do turismo local.

Dos respondentes, não possuem nenhum organismo que trate da política pública de turismo local São José de Ubá, das Águas do Noroeste, São João de Meriti, da Baixada Verde, Itaguaí, da Costa Verde, Cachoeiras de Macacu⁵, da Serra Verde Imperial, e Mendes, do Vale do Café.

Gráfico 7: Órgãos para desempenho da função turismo por região



Fonte: Elaboração própria

Quanto às motivações para não existir um órgão especializado no município, as principais apontam a ausência de plano de trabalho próprio ou a inexistência de demanda de turismo (ausência de agências especializadas na localidade).

Cabe ainda destacar que, dos respondentes, somente o município de Niterói possui regulamentação para atuação de agências de turismo na localidade.

No que concerne à existência de recursos para desenvolvimento da política de turismo, 82,14% dos

Quem e quantos responderam ao questionário de turismo?

56 RESPONDERAM AO QUESTIONÁRIO sobre a situação do turismo fluminense.

Dos 23 municípios prioritários apontados pelo MTUR, **seis NÃO RESPONDERAM**: Araruama, Mangaratiba, Resende, Rio Claro, Teresópolis e Valença.

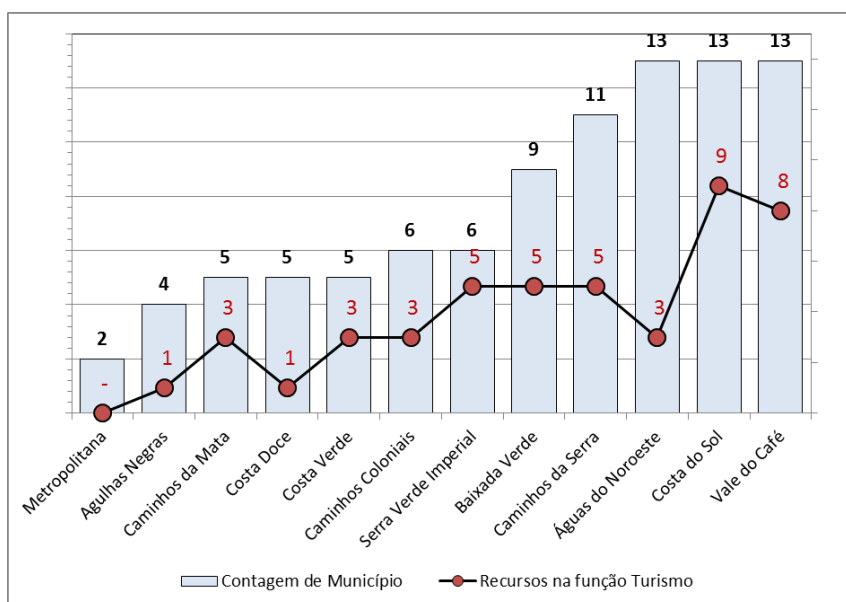
50 municípios possuem órgão municipal de turismo.

49 municípios possuem calendário oficial de datas comemorativas e eventos.

5 - O município de Cachoeiras de Macacu informou não ter órgão responsável pela política de turismo; entretanto, ofertou informações sobre o responsável pela política na localidade.

respondentes, isto é, 46 municípios, informaram que possuem recursos em fonte própria.

Gráfico 8: Recursos disponibilizados na função turismo por região

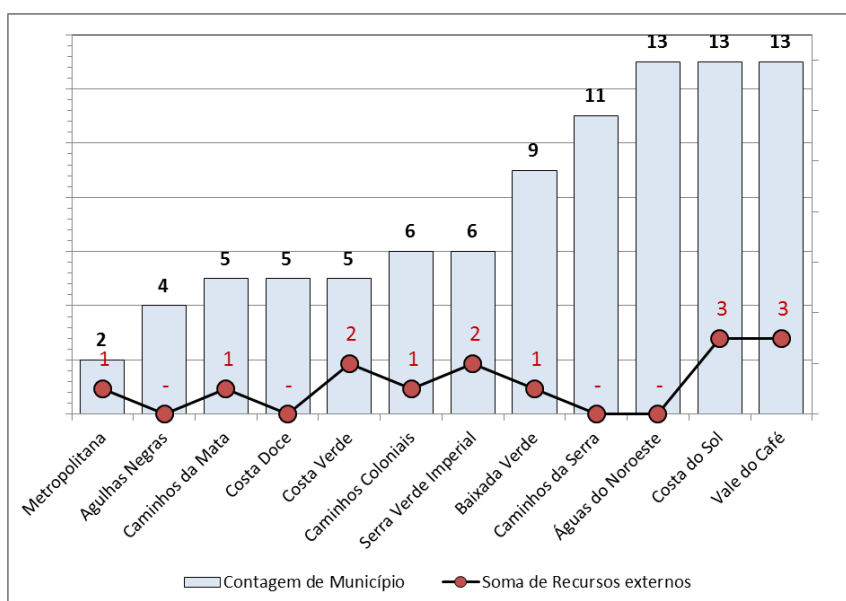


Fonte: Elaboração própria

Com referência à obtenção de recursos junto a fontes externas, 25% dos respondentes, ou seja 14 municípios, alegaram possuir algum tipo de financiamento.

Cachoeiras de Macacu recebeu R\$ 25 mil do Consulado Geral da República Federal da Alemanha, e Paraty recebeu R\$ 160 mil do Centro Cultural SESC. Os demais municípios receberam recursos de convênio do governo federal.

Gráfico 9: Recursos externos para uso em políticas de turismo por região



Fonte: Elaboração própria

A principal motivação alegada para não buscar recursos externos é a inclusão do município no cadastro de inadimplentes (Serviço Auxiliar de Informações para Transferências Voluntárias – Cauc), o que impede a liberação de transferências voluntárias (convênios/cooperação) para o ente em projetos do governo federal.

O insucesso também pode ser resultado de falta de conhecimento, por parte dos responsáveis técnicos nas municipalidades, das nuances do Sistema de Gestão de Convênios e Contratos de Repasse – Siconv.

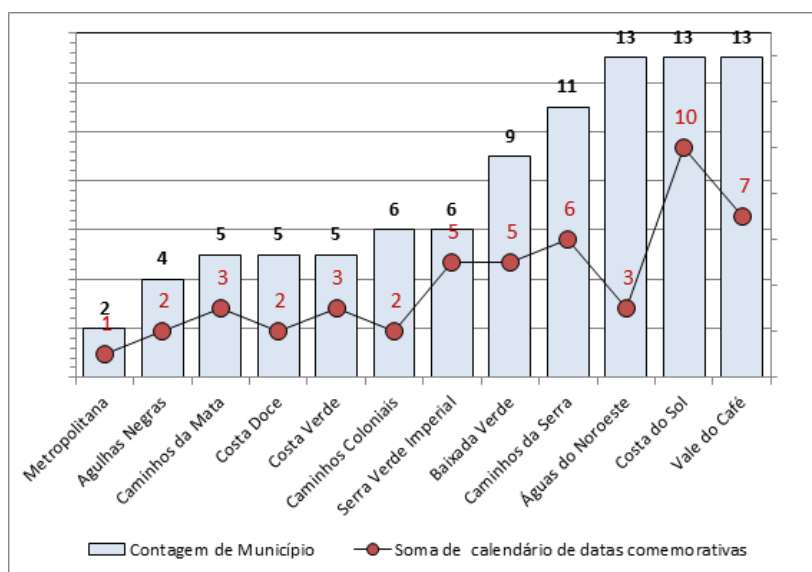
Vale destacar que, para que a atividade turismo se desenvolva adequadamente, é fundamental a existência de ações que garantam a sustentabilidade econômica, social, cultural e ambiental, motivo pelo qual ações coordenadas promovidas pelos governos federal, estadual e municipal visando ao fomento de atividades turísticas tornam-se cruciais num ambiente onde os recursos são escassos⁶.

A coordenação tripartite (União, estados e municípios) é igualmente relevante para incentivar a institucionalização de políticas públicas em turismo, tais como a determinação de prioridades, a criação de normas e a administração de recursos e estímulos⁷.

O questionário abordou questões quanto à existência de calendário de datas comemorativas, inventário de oferta turística, plano municipal de turismo, centro de informações turísticas, Prodetur + Turismo e consórcios regionais.

O calendário de datas comemorativas e eventos traz um rol de informações tais como aniversários, congressos e afins, desfiles, feiras, exposições, mostras, festas, festivais, movimentos, campeonatos, torneios, concursos e outros que o município considera importante divulgar. Esses eventos podem ser classificados nas seguintes categorias: artístico, folclórico e cultural; científico ou técnico; comercial ou promocional; ecoturismo; esportivo; gastronômico; moda; religioso; rural; social, cívico ou histórico; outras modalidades.

Gráfico 10: Existência de calendário de festas e eventos comemorativos por região



Fonte: Elaboração própria

6 - BENI, M.C. Análise estrutural do turismo. São Paulo: SENAC, 2001.

7 - Idem anterior.

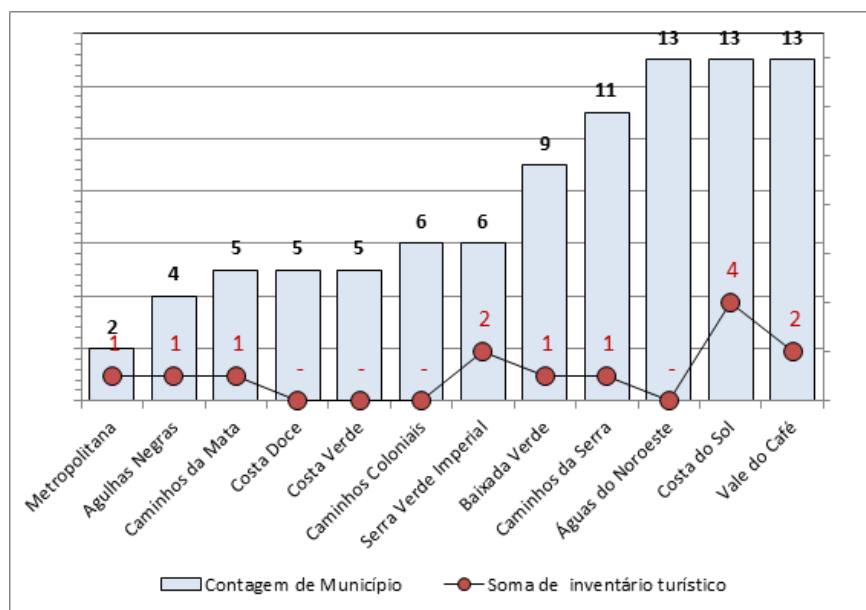
O inventário da oferta turística consiste no levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística, possibilitando a definição de prioridades para os recursos disponíveis e o incentivo ao turismo sustentável.

Vale destacar que 87,5%, isto é, 49 entre 56 municípios respondentes, registraram possuir alguma informação sobre as datas comemorativas e afins em suas municipalidades.

No que concerne à realização de inventário de oferta turística, apenas 23% dos respondentes, ou seja, 13 municípios relataram a existência de tal procedimento nas respectivas localidades.

A identificação dos atrativos turísticos é uma das tarefas essenciais na fase de diagnóstico do processo de planejamento e consiste na elaboração de uma lista de recursos e lugares com potencialidade ou possibilidade de exploração na localidade⁸.

Gráfico 11: Inventário de oferta turística por região



Fonte: Elaboração própria

Vale destacar que, dos municípios de consagrada vocação turística que fazem parte da lista prioritária (no caso do Estado do Rio de Janeiro são 23 cidades), 23% das localidades não possuem inventário de oferta turística, isto é, municípios como Angra dos

Política Pública Municipal de Turismo

46 municípios possuem recursos na Função turismo.

14 municípios possuem financiamento externo para turismo.

13 municípios possuem inventário de oferta turística e Plano Municipal de Turismo.

Municípios como Angra dos Reis, Cabo Frio, Rio das Ostras e Vassouras NÃO possuem inventário e Plano Municipal de Turismo.

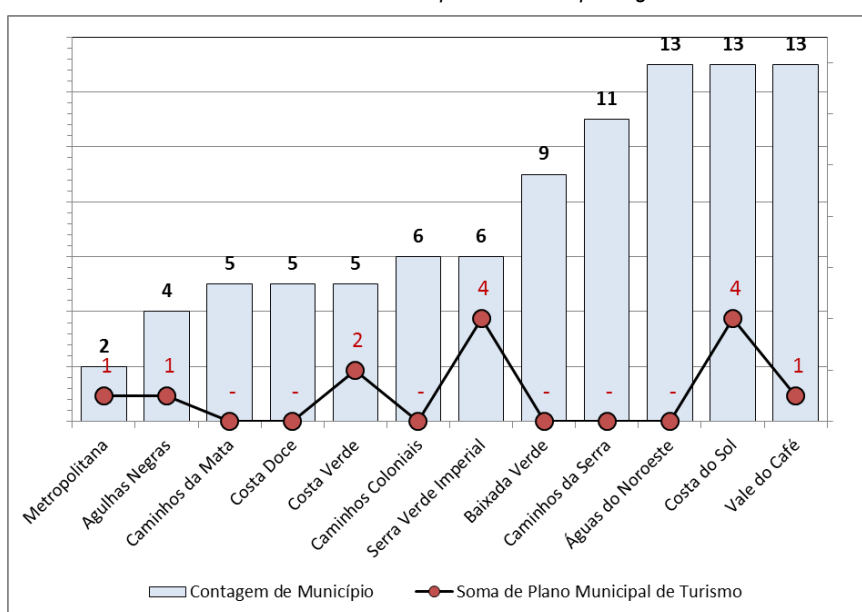
Somente o município de Niterói possui regulamentação para atuação das agências de turismo na cidade.

8 - CERRO, Francisco Leno. Los recursos turísticos en un proceso de planificación: Inventario y evaluación. Papers de turisme, n. 7, p. 7-23, 2015 (livre tradução p. 10).

Reis, da Costa Verde, Cabo Frio, Rio das Ostras e São Pedro da Aldeia, da Costa do Sol, Campos dos Goytacazes, da Costa Doce, e Vassouras, do Vale do Café, relataram não possuir tal instrumento. A principal alegação para a inexistência de inventário de oferta turística está associada à falta de estrutura física e de pessoal para sua execução.

A questão seguinte refere-se ao plano municipal de turismo, o documento que reúne os princípios norteadores para o desenvolvimento da atividade turística no município, com o objetivo de estabelecer diretrizes, respeitando a competência de cada órgão e entidade para a qualificação da respectiva cidade como destino turístico de eventos e negócios e incremento ao turismo de lazer.

Gráfico 12: Plano municipal de turismo por região



Fonte: Elaboração própria

Cumpra realçar que as pontencialidades de desenvolvimento turístico de uma localidade ocorrem em função dos recursos disponíveis para alocação. Entretanto, o seu crescimento depende da capacidade de valorizar essas pontencialidades, bem como da criação de novos fatores de atração⁹.

Cada municipalidade ou cada tipo de recurso turístico dispõe de um potencial que difere de outro em vários aspectos que precisam ser avaliados; motivo pelo qual torna-se necessário proceder à inventariação dos recursos disponíveis e sua classificação, com o objetivo de estabelecer medidas de valor que permitam fundamentar as decisões relativas ao aproveitamento do território ou dos recursos¹⁰.

O resultado da pesquisa do TCE-RJ evidencia que 23,22% dos municípios, isto é, 13 localidades dentre 56 respondentes, possuem o referido plano. Ao exemplo da questão anterior, localidades como Angra dos Reis, Cabo Frio, São Pedro da Aldeia, Campos dos Goytacazes e Vassouras relataram não possuir um plano municipal de turismo. No que

9 - CUNHA, Licínio. Avaliação do Potencial Turístico. Cogitur, Journal of Tourism Studies, [S.l.], v. 1, n. 1, jan. 2009. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/jts/article/view/22>>. Acesso em: 31 jan. 2019.

10 - Idem ao anterior.

concerne à ausência de elaboração desse plano, as principais alegações estão associadas à falta de recursos financeiros, estrutura física e de pessoal para sua execução, bem como à inexistência de Conselho Municipal de Turismo na localidade.

O Planejamento é algo que remete ao futuro, já que não se pode planejar o passado ou o presente; motivo pelo qual planejar significa, sempre, projetar o futuro que se deseja. Entretanto, para olhar para o futuro é preciso revisitar o presente e o passado, para que se possa aprender tanto com os erros quanto com os acertos, diagnosticando a realidade atual e, a partir disso, pensar sobre os cenários futuros que se almeja construir¹¹.

O processo de planejamento envolve, também, a elaboração de políticas públicas; e nesse sentido a política pública de turismo deve ser um documento que reúna o entendimento do(s) poder(es) público(s) (local, estadual, regional ou nacional) com vistas à organização do turismo em um dado território. A definição de objetivos, metas, diretrizes e estratégias deve estar claramente descrita num plano, seja ele numa escala regional ou local, para que se possa definir as ações de desenvolvimento turístico num processo construído coletivamente entre o estado e a sociedade, sem privilegiar grupos sociais específicos¹².

Assim, um Plano Municipal de Turismo como um instrumento de desenvolvimento da localidade deve requerer ações como: a) participação da sociedade local, visto que as populações residentes dos lugares receptores de turistas devem buscar se inserir nas decisões que dizem respeito ao turismo na sua cidade e na sua região; b) a compreensão de que o turismo é apenas uma pequena parte do complexo de relações que é a vida em sociedade, ou seja, a política de turismo vai se interrelacionar com outras questões como saúde, educação, transporte, etc. (esquecer-se de tudo para cuidar do turismo é o pior caminho; relacionar o turismo com todas as coisas é um bom começo); c) um olhar atento sobre o território, sua história, sua gente, suas demandas e a busca permanente pelo encontro de um equilíbrio entre os diferentes interesses envolvidos no desenvolvimento do turismo: os interesses dos turistas, dos comerciantes, dos governos, da população em geral¹³.

Os centros de informações turísticas representam, nos municípios, um espaço para atendimento ao turista, pois permitem o primeiro contato com a cidade e têm como finalidade orientar e prestar informações para causar uma boa impressão do destino logo na chegada, bem como permitir que o visitante conheça seus principais atrativos. O questionário revelou que 44,64% dos respondentes, isto é 25 municípios, possuem algum centro de informação dessa natureza.

Vale destacar que o turismo é uma atividade econômica extremamente dependente da informação; portanto, o produto é adquirido com base em informação recolhida de múltiplos canais, o que aporta à necessidade de estabelecer diversos canais para a comunicação¹⁴ (Werthner e Ricci, 2004).

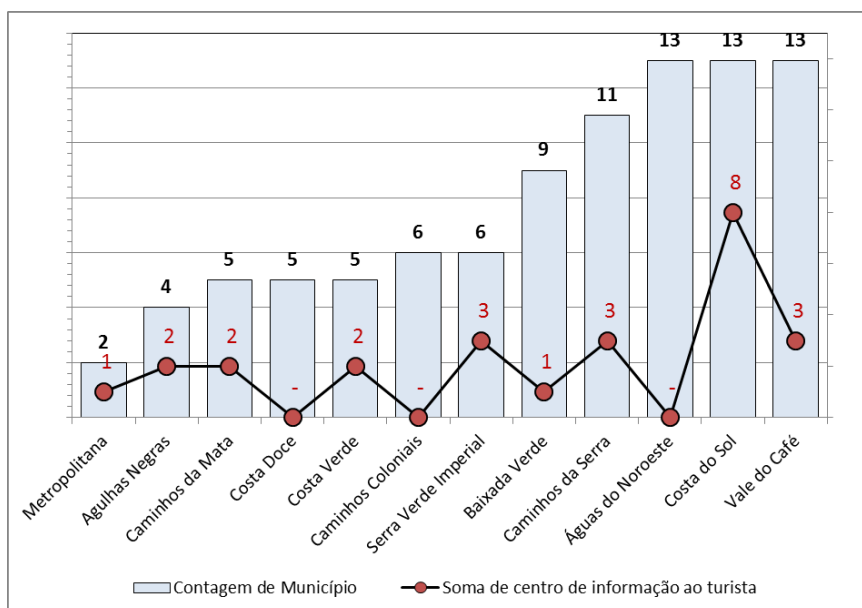
Gráfico 13: Centro de informações turísticas por região

11 - DA CRUZ, Rita de Cássia Ariza. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. 2006. Disponível em <https://core.ac.uk/download/pdf/35163839.pdf> Acesso em 31 de janeiro de 2019.

12 - Idem 10.

13 - Idem 10.

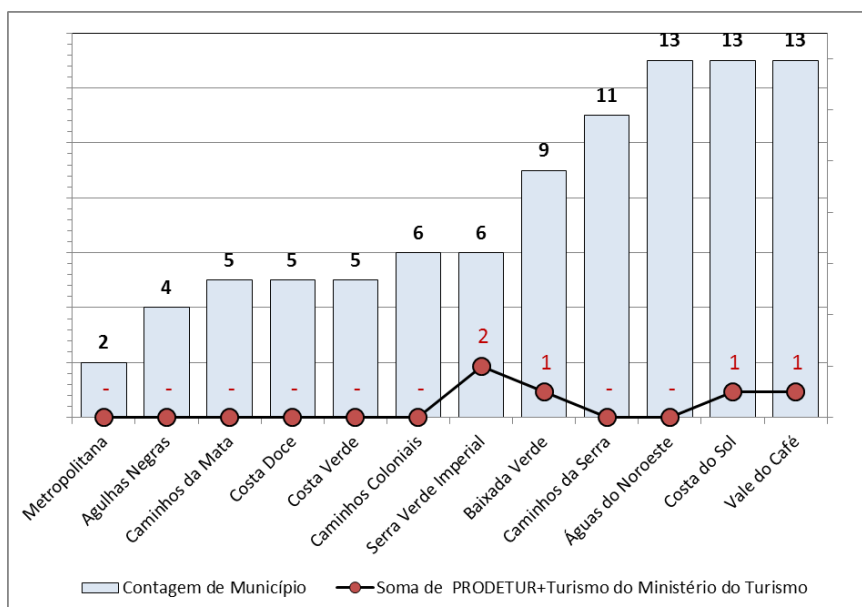
14 - WERTHNER, Hannes; RICCI, Francesco. E-commerce and tourism. **Communications of the ACM**, v. 47, n. 12, p. 101-105, 2004. (livre tradução).



Fonte: Elaboração própria

Considerando que os produtos e serviços turísticos são intangíveis e esta intangibilidade está, sobretudo, presente no momento da compra, isto é, o que o comprador adquire no momento da compra é o direito ao usufruto do serviço, sem que o mesmo possua uma amostra do produto que vai comprar; os mecanismos de informação turística desempenham um papel crucial no fomento do serviço de turismo no território¹⁵.

Gráfico 14: Adesão ao Prodetur + Turismo por região



Fonte: Elaboração própria

15 - Fontes: SALGADO, Manuel; GODINHO, Adélia; MILHEIRO, Eva. Informação Turística: DMC Turismo Serra da Estrela. Tourism & Management Studies, n. 8, p. 88-98, 2012

O Prodetur é um programa do Ministério do Turismo que visa contribuir para a estruturação dos destinos turísticos brasileiros, pelo fomento ao desenvolvimento local e regional, valendo-se de parcerias com estados e municípios. A ideia é incorporar elementos de planejamento e gestão para qualificar as propostas locais, alinhando tais iniciativas às políticas nacionais de turismo.

O programa possui, como diferencial, o apoio aos entes públicos e setor privado do turismo no acesso a recursos provenientes de financiamentos nacionais e internacionais, cujos projetos estejam pautados por prévios processos de planejamento dos territórios priorizados, que objetivem diagnosticar os fatores relacionados à competitividade das áreas turísticas no mercado nacional e internacional e ao impacto econômico e social para a população local.

Ao nome Prodetur foi incorporado o selo + Turismo, originando a marca Prodetur + Turismo que identifica as ações priorizadas. Para participar é preciso que o município proponente reúna as seguintes condições:

- a) Compôr o Mapa do Turismo Brasileiro, disponível no endereço eletrônico www.mapa.turismo.gov.br;
- b) Possuir um conselho ou fórum municipal de turismo;
- c) Participar da instância de governança regional da região turística da qual faz parte, caso já esteja instituída;
- d) Possuir plano de desenvolvimento, estudo ou planejamento estratégico para o setor de turismo;
- e) Estar alinhado com os eixos de atuação e as propostas de ações do programa.

Os resultados mostram que apenas cinco municípios respondentes aderiram ao Prodetur + Turismo, a saber: Armação de Búzios, da Costa do Sol; Japeri, da Baixada Verde; Nova Friburgo e Petrópolis, da Serra Verde Imperial; e Vassouras, do Vale do Café.

Municípios de consagrada vocação turística como Angra dos Reis, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Rio das Ostras, São Pedro da Aldeia e Campos dos Goytacazes não aderiram ao Prodetur. Alegaram, como motivações principais, o desconhecimento do programa e o fato do município não reunir as condições mínimas para adesão.

Quanto à existência de algum processo de consórcio ou aliança visando ao desenvolvimento regional de turismo, 19,64% dos municípios, isto é 11 localidades, informaram

Controle Social e Qualificação em Turismo

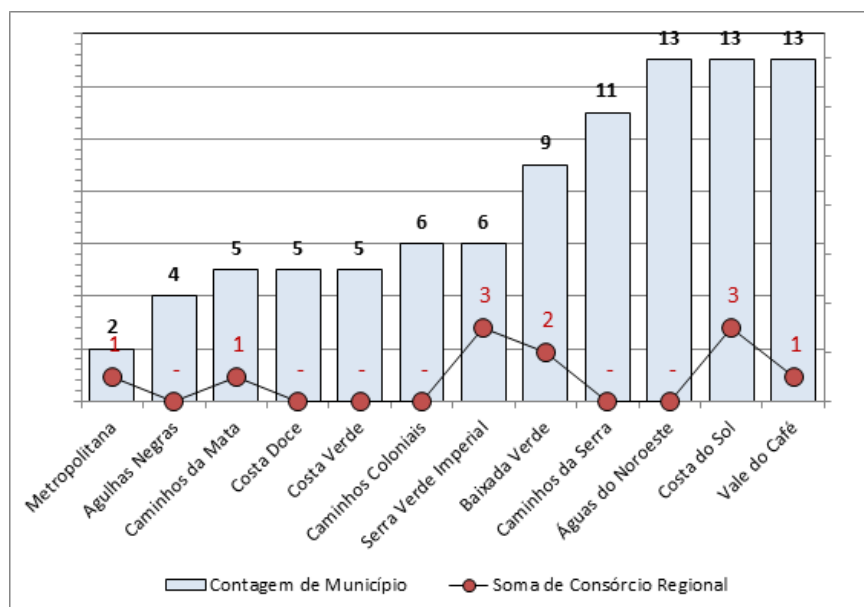
26 municípios possuem Conselho Municipal de Turismo.

10 municípios já realizaram conferência de turismo e seis realizaram audiências públicas sobre o tema.

22 municípios possuem algum curso profissionalizante na área. As principais modalidades são em nível médio (**guia turístico, camareiras, recepcionista, mensageiro, hospedaria, empreendedorismo e eventos**) e em nível superior (**tecnólogo ou graduação plena nos cursos de Tecnologia em Gestão de Turismo e Bacharelado em Turismo**).

fazer parte de algum tipo de consorciamento, com destaque para Nova Friburgo, da região da Serra Imperial, Rio das Ostras, da Costa do Sol, e Vassouras, do Vale do Café.

Gráfico 15: Consórcio regional de turismo por região



Fonte: Elaboração própria

Apesar da vocação turística, não apresentam nenhum tipo de associação municípios como Angra dos Reis e Paraty, da Costa Verde, Armação de Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio e São Pedro da Aldeia, da Costa do Sol, Campos dos Goytacazes, da Costa Doce, e Itatiaia, das Agulhas Negras.

Controle social sobre políticas públicas municipais em turismo

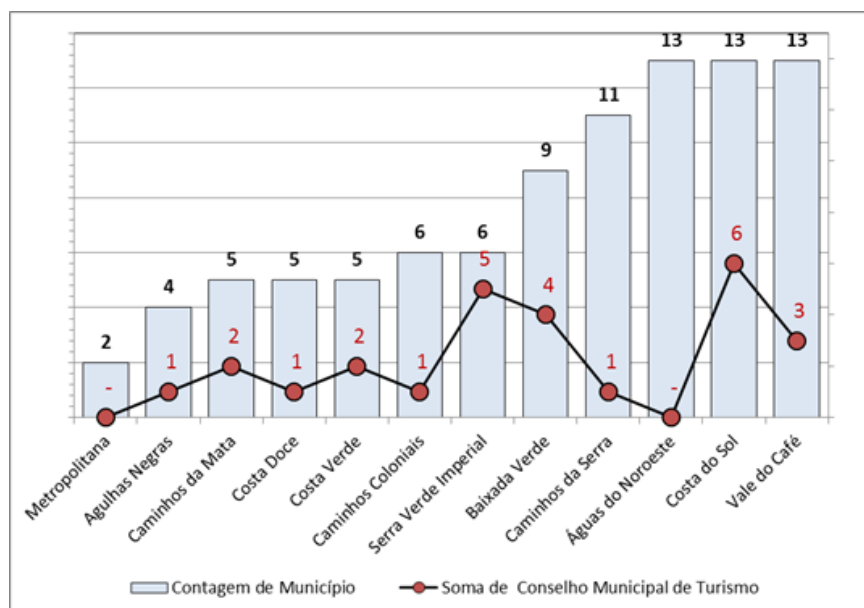
O desenvolvimento de uma política pública visa ao interesse da coletividade; para tanto, pressupõe que o seu desenho e a sua implementação sejam frutos de uma interface entre governo e sociedade. Os cidadãos deveriam explicitar suas expectativas, encaminhar suas demandas, bem como participar do processo decisório afeto a diretrizes, programas e ações sociais.

O exercício do controle social nas políticas públicas municipais de turismo, então, contemplaria a criação de redes, de mecanismos de acesso, acompanhamento e transparência dos processos de realização da política por meio de indicadores e sistemas de gestão compartilhados, reforçando para a sociedade local a importância de sistemas consultivos e deliberativos dotados de representatividade e participação social.

Para efeito desse trabalho, foram considerados três formas de participação social em seus aspectos deliberativos: controle social, conferência municipal e audiência pública em turismo.

O controle social é um dos pressupostos estabelecidos pela Constituição Federal de 1988 e implica a participação de grupos organizados da sociedade e de outros ainda não organizados, mas que se interessam pelo turismo e têm o direito de discutir e acompanhar o que está sendo feito na área. Neste sentido, a organização do Conselho Municipal de Turismo é o destaque do próximo gráfico, conforme os dados extraídos do questionário encaminhado pelo TCE-RJ.

Gráfico 16: Conselho Municipal de Turismo por região



Fonte: Elaboração própria

Os conselhos municipais de turismo são instâncias de controle social ligadas às organizações que desenvolvem ações do turismo na municipalidade; são órgãos colegiados deliberativos de caráter permanente, com funções de formular estratégias, controlar e fiscalizar a execução da política, incluindo os aspectos econômicos e financeiros, com composição, organização e competências estabelecidas na legislação que lhe der origem.

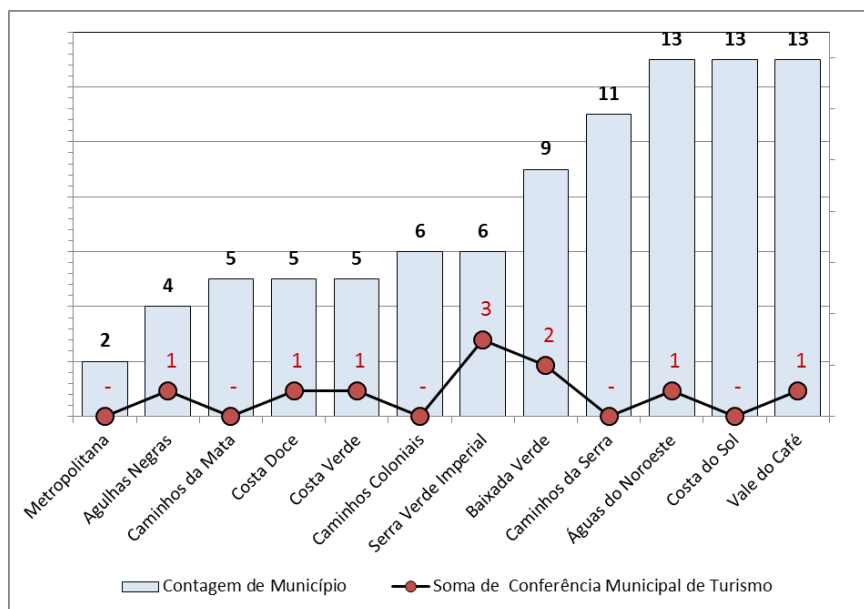
Das 56 localidades avaliadas, 46,42%, ou seja, 26 municípios implantaram seus conselhos de turismo, com destaque para Armação de Búzios, Arraial do Cabo e Cabo Frio, situadas na Costa do Sol, Campos dos Goytacazes, da Costa Doce, e Petrópolis, localizada na Serra Verde Imperial.

Outra forma de exercício de participação da sociedade em deliberação de políticas públicas é a realização de conferências e audiências públicas, cujo objetivo é mobilizar os atores públicos e privados da região para discutir o cenário atual da atividade na localidade, as perspectivas para os próximos anos, estratégias de longo prazo e apresentar contribuições para o próximo ciclo das políticas públicas de turismo local.

No que concerne à realização de conferências, 10 municípios fluminenses informaram já ter realizado pelo menos uma conferência de turismo. Essas localidades

representam sete das 12 regiões turísticas do estado, como evidencia o gráfico a seguir.

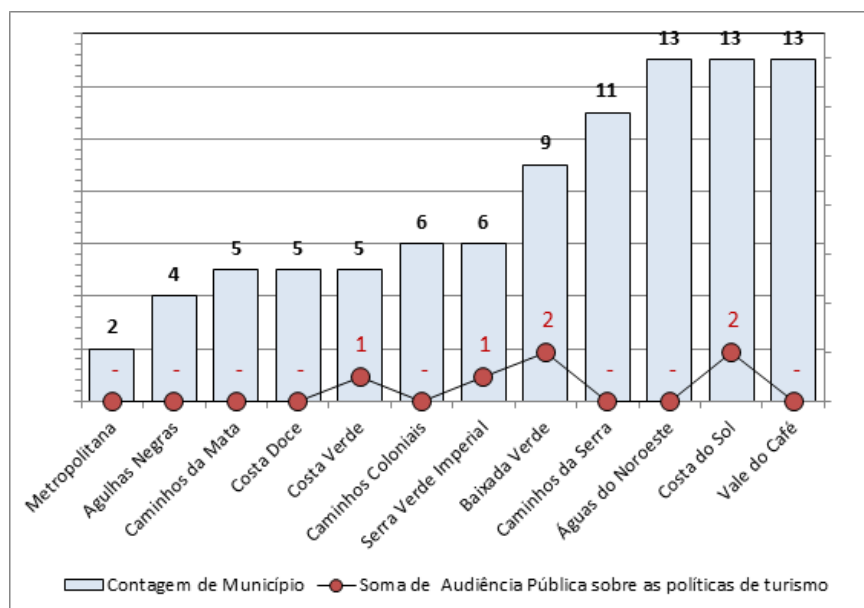
Gráfico 17: Conferência municipal de turismo realizada por região



Fonte: Elaboração própria

No que concerne à ocorrência de audiências públicas, 10,71% dos municípios, ou seja, seis localidades no Estado do Rio de Janeiro destacaram a ocorrência de audiências públicas sobre o tema.

Gráfico 18: Audiência pública sobre turismo realizada por região

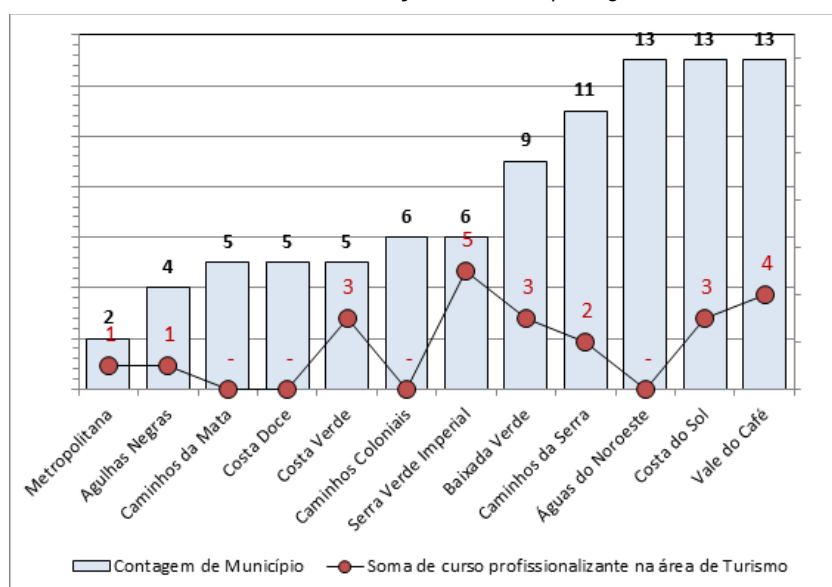


Fonte: Elaboração própria

Qualificação em turismo

O mercado de turismo e hotelaria, de acordo com estudos do Ministério do Turismo, tem se apresentado crescente, o que demanda profissionais qualificados com formação de excelência. Nesse sentido, a oferta para qualificação de profissionais ocorre por indução da iniciativa privada e do setor público. De acordo com nossa pesquisa, 39,28% das localidades, isto é, 22 municípios possuem algum curso profissionalizante na área. As principais modalidades são em nível médio (guia turístico, camareiras, recepcionista, mensageiro, hospedaria, empreendedorismo e eventos) e em nível superior (tecnólogo ou graduação plena nos cursos de Tecnologia em Gestão de Turismo e Bacharelado em Turismo).

Gráfico 19: Qualificação em turismo por região



Fonte: Elaboração própria

O Centro de Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro – Cederj, o Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca – Cefet-RJ e a Fundação de Apoio à Escola Técnica – Faetec aparecem como os principais organismos públicos que ofertam cursos, tanto em nível médio quanto em nível de graduação. Entre os organismos privados, a Universidade Estácio de Sá abriga o curso de Tecnólogo em Gestão do Turismo, e o Centro Integrado de Estudos em Turismo e Hotelaria – CIETH oferece curso técnico com ênfase em turismo rural.

Quanto à qualificação ofertada pela parceria Ministério do Turismo e Ministério da Educação, o Pronatec Turismo visa à qualificação de trabalhadores para atuar no ramo. Dos respondentes, 11 municípios apresentam adesão a esta parceria.

Considerações finais

O turismo é uma atividade fundamental para o desenvolvimento econômico, social, político e cultural do Rio de Janeiro.

Em âmbito nacional, as políticas públicas de turismo são pensadas com base nas estratégias de descentralização, de planejamento integrado e participativo e de gestão coordenada.

A estratégia de descentralização é baseada no conceito de Regionalização do Turismo, que possui como princípio a ação centrada nas unidades municipais, visando 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.

A análise dos dados obtidos na pesquisa aponta para a necessidade de fortalecimento da cultura de planejamento das políticas públicas de turismo no âmbito municipal para que a estratégia estabelecida em âmbito nacional produza os resultados necessários.

A elaboração dos Planos Municipais de Turismo, a realização de Inventário de Oferta Turística e a promoção de ações integradas entre as diversas unidades municipais, o Estado e a União são desafios para o desenvolvimento do turismo no Estado do Rio de Janeiro.

O TCE-RJ, com base na sua missão de aprimorar a gestão pública, pode atuar como parceiro no processo de institucionalização da governança em turismo, promovendo o encontro e o diálogo entre os diferentes atores regionais envolvidos, em consonância com o Ministério do Turismo e os órgãos estaduais. A Escola de Contas e Gestão – ECG tem condições de abrigar ações de cooperação técnica, por meio de palestras e encontros temáticos com especialistas da área, a fim de promover a qualificação de profissionais envolvidos na política de turismo.