



**GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ**
Secretaria do Turismo

PRODETUR CEARÁ

**COMPONENTE I: PRODUTO TURÍSTICO
ANEXO A**

**MODELO DE TERMOS DE REFERÊNCIA PARA A ELABORAÇÃO
DOS PDITS**

16 de dezembro de 2011

1. CONTEXTO

O Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), criado pelo Governo Federal no âmbito do Ministério do Turismo (MTUR), teve por objetivo o financiamento de programas regionais em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). O primeiro desses programas foi o PRODETUR NORDESTE, que já finalizou sua segunda fase.

Recentemente, o PRODETUR tomou caráter nacional, passando a se denominar Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR NACIONAL), estendendo-se a outras regiões brasileiras. Orientados pela Política Nacional de Turismo, espera-se que a execução dos novos programas atenda às especificidades de cada uma das regiões do País. O objetivo principal do PRODETUR NACIONAL é gerar condições que facilitem a consecução das metas do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 os objetivos específicos são: (i) contribuir para aumentar a capacidade de competição dos destinos turísticos brasileiros; e (ii) consolidar a política turística nacional, por meio de gestão pública descentralizada, participativa e em cooperação com os diferentes níveis da Administração Pública (federal, estadual e municipal).

O apoio do BID ao PRODETUR NACIONAL se dá por meio de uma, instrumento idôneo para avançar rumo a um modelo de desenvolvimento turístico, a partir do qual os investimentos dos governos estaduais e municipais respondam tanto às especificidades próprias como a uma visão integral do turismo no Brasil, tal qual preconiza o Plano Nacional de Turismo. Poderão qualificar-se como mutuários os estados, os municípios e as entidades de personalidade jurídica própria que integrem a administração turística pública de âmbito federal, estadual ou municipal.

Para alcançar seus objetivos, o Programa PRODETUR Nacional apoiará o financiamento de projetos de desenvolvimento turístico organizados em cinco componentes descritos a seguir: (i) Estratégia de Produto Turístico: Conceitualmente, o *produto turístico relaciona-se diretamente com a motivação em viajar a um destino*. Tem como base os atrativos (naturais e culturais, tangíveis ou intangíveis) que originam o deslocamento do turista a um espaço geográfico determinado, e inclui os equipamentos e serviços necessários para satisfazer a motivação da viagem e possibilitar o consumo turístico. Os *produtos turísticos definem a distinção e o caráter do destino*. Por isso, é importante desenvolver uma estratégia coerente onde se priorizam os produtos que melhor consolidem com maior eficiência a imagem de cada destino, gerando maior rentabilidade a curto, médio e longo prazo. Nesse contexto, as atividades deste componente se concentrarão nos investimentos relacionados com o planejamento, a recuperação e a valorização dos atrativos turísticos públicos necessários para promover, consolidar ou melhorar a competitividade dos destinos em modalidades ou tipos específicos de turismo. O componente também integrará as ações destinadas a alinhar os investimentos privados em segmentos ou nichos estratégicos, bem como aquelas destinadas a melhorar a competitividade dos empresários turísticos, por meio do aprimoramento da organização setorial, da qualidade dos serviços e do acesso a fatores produtivos; (ii) Estratégia de Comercialização: Este componente contemplará ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos; (iii) Fortalecimento Institucional: Este componente integrará ações orientadas a fortalecer a

institucionalidade turística, por meio de mecanismos de gestão e coordenação em âmbito federal, estadual, local e do setor privado, e do apoio à gestão turística estadual e municipal (reestruturação de processos internos, equipamento, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica). (iv) Infra-estrutura e Serviços Básicos: Este componente integrará todos os investimentos em infra-estrutura e de serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele (infra-estrutura de acesso e transporte) e satisfazer as necessidades básicas do turista durante sua estada, em termos de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança; e (v) Gestão Ambiental: Este componente será dirigido à proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística. No somente assegurará a prevenção e minimização de impactos negativos ambientais, culturais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar, mais realizará ações proativas para valorizar o patrimônio natural e cultural de interesse turístico, e proporá políticas e ações proativas para que o turismo possa contribuir a mitigar a pobreza e melhorar as condições de vida da população local. Dentre as ações previstas, estão incluídas a implantação de sistemas de gestão ambiental, as avaliações ambientais estratégicas, estudos de impacto ambiental, propostas de inclusão social entre outros. Parte destas ações proativas poderão ser inclusas na componente de Produto turístico.

O Estado do Ceará, responsável pela captação de recursos junto ao BID sob o marco do Prodetur Nacional, selecionou as Áreas Turísticas do Litoral Leste, Maciço de Baturité e Chapada da Ibiapaba, aprovadas pela UGP e pelo BID para serem incluídas no Programa PRODETUR CEARÁ, para as quais já foram elaborados os respectivos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS), onde poderá ser solicitada revisão, caso a UGP avalie, para satisfazer as necessidades do Programa.

Realizados os Estudos de Mercado, caso sejam detectadas novas áreas com potencial para o desenvolvimento do Turismo, as quais serão avaliadas pela UGP e pelo BID com vistas a serem incluídas no Programa, e elaboração de seus PDITS.

2. O PDITS – CONCEITUAÇÃO

O PDITS é o instrumento de planejamento do turismo em uma área geográfica selecionada, que tem por objetivo principal orientar o crescimento do setor em bases sustentáveis, em curto, médio e longo prazo, estabelecendo as bases para a definição de ações, as prioridades, e a tomada de decisão. Deve, portanto, constituir o instrumento técnico de gestão, coordenação e condução das decisões da política turística e de apoio ao setor privado, de modo a dirigir seus investimentos e melhorar a capacidade empresarial e o acesso ao mercado turístico. Considerando-se os múltiplos agentes públicos e privados no desenvolvimento das atividades turísticas, e ainda o necessário envolvimento de grupos sociais, os PDITS devem assegurar o alcance de outros objetivos, tais como:

- Orientar as autoridades governamentais quanto aos ajustes no marco legal e institucional necessários para facilitar o pleno desenvolvimento do turismo nas áreas prioritárias e quanto aos investimentos que devem ser efetivados;

- Oferecer informações específicas para promover investimentos da iniciativa privada em empreendimentos e produtos turísticos que aproveitem os atrativos dessas áreas;
- Conscientizar as comunidades locais sobre o papel do turismo como indutor do desenvolvimento econômico e gerador de novas oportunidades de trabalho e emprego e melhoria da qualidade de vida.

A estratégia de formulação do PDITS deve, necessariamente: (i) prever a articulação da autoridade responsável pelo desenvolvimento turístico e representantes dos municípios da área, do setor empresarial turístico, de outras instituições cujas funções e decisões afetem direta ou indiretamente o desenvolvimento do turismo e das comunidades afetadas; (ii) contar com a participação de representantes dessas entidades e da sociedade nas diferentes fases de elaboração do plano; (iii) facilitar a comunicação e a troca de informação, o consenso sobre os objetivos do plano e o estabelecimento dos compromissos entre as partes; e (iv) contar com a validação pelo respectivo Conselho de Turismo e do BID.

A elaboração do plano pressupõe, ainda, uma visão integrada da realidade da Área Turística sob os aspectos relacionados à cadeia produtiva do turismo (produto e mercado) e à gestão do turismo, além daqueles relacionados aos âmbitos social, econômico e ambiental, e à infraestrutura e serviços básicos (saneamento básico, energia elétrica, comunicação, acessos e transportes). O PDITS deverá propor objetivos, metas e diretrizes para o desenvolvimento da atividade turística, visando à melhoria da qualidade de vida das populações residentes na área selecionada, que resultem em um documento com informações necessárias à caracterização da situação atual, identificando seus problemas e oportunidades (diagnóstico), definindo com clareza, sobre a base de uma lógica turística, o posicionamento estratégico dos pólos (definindo produtos turísticos atuais, potenciais e elegidos, e demanda meta correspondente) e definindo estratégias e ações.

3. OBJETIVO

O objetivo dos presentes Termos de Referência é orientar a elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) da Área Turística do Estado do Ceará, a ser contratada pela Secretaria de Turismo do Estado. A elaboração dos respectivos PDITS, que pautarão as ações propostas a serem desenvolvidas com a Operação Individual de cada Mutuário, é um requisito incluído no Regulamento Operacional do PRODETUR CEARÁ.

4. PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS

A metodologia a ser desenvolvida para a elaboração do PDITS da Área Turística (nomear), aqui entendida como o conjunto dos fundamentos teóricos, das técnicas e dos métodos empregados no desenvolvimento das atividades listadas nos próximos itens, deve considerar os seguintes princípios:

- Planejamento estratégico voltado ao mercado turístico: Definição de produtos e mercados para concentração de esforços, identificando-se os pontos fracos e fortes, as oportunidades

e as ameaças e analisando-se as medidas necessárias para a correção de rumo e a busca por maior competitividade; os investimentos devem consolidar a posição da área turística no mercado turístico, atendendo aos requerimentos dos segmentos de demanda meta e levando em conta a necessidade de diferenciação de destinos competidores. Os PDITS revisados terão que ter uma lógica turística e a parte de estratégias e propostas de ações terão que ser coerente com o diagnóstico elaborado e as propostas de posicionamento turístico formulado (produtos turísticos e demanda meta).

- Desenvolvimento sustentável: atendimento aos turistas e benefícios dos residentes, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida, mediante a geração de emprego e renda e a proteção dos recursos naturais e culturais; formulação de políticas e ações proativas de participação da população (especialmente as setores mais vulneráveis) e empresas locais na cadeia de valor do turismo; provisão de infra-estrutura e melhoria dos espaços urbanos disponíveis e utilizáveis; prevenção e controle dos impactos estratégicos (oportunidades e riscos ambientais) decorrentes do desenvolvimento turístico.
- Planejamento participativo: com representantes dos setores público e privado, que intervenham ou possam ser afetados pelo turismo, incluindo as organizações sociais;
- Planejamento integrado: definição das ações necessárias para melhorar a competitividade da área como destino turístico num único plano, independentemente dos responsáveis pela execução dessas ações e das fontes de financiamento. Contextualizar estas ações no âmbito de outras atuações (atuais e previstas) nos pólos para melhor entendimento da visão integral de desenvolvimento do pólo.

5. ATIVIDADES A DESENVOLVER

Os trabalhos de elaboração do PDITS deverão contemplar, no mínimo, as etapas e respectivas atividades técnicas apresentadas a seguir:

1. Justificativa da Seleção da Área Turística,
2. Formulação de Objetivos,
3. Análise turística da Área - Diagnóstico Estratégico,
4. Formulação de Estratégias,
5. Plano de ação: Seleção de Procedimentos, Ações e Projetos.
6. *Feedback*: Acompanhamento e Avaliação.

Parte I – Justificativa da Seleção da Área Turística

O turismo não se distribui no território de forma homogênea ou aleatória; ao contrario, sua localização tem caráter zonal e responde claramente a uma série de fatores inter-relacionados, cuja importância individual dependerá do tipo de turismo que se quer desenvolver (de sol e praia, de natureza, cultural, de negócios) e da escala com a qual se trabalhe. Por isto, neste capítulo, a entidade responsável pela elaboração do PDITS deverá: (i) justificar a seleção da Área no contexto da estratégia de desenvolvimento turístico estadual; no caso de pólos emergentes, a seleção deverá estar respaldada por avaliações do seu potencial turístico; (ii)

situação geográfica em relação ao estado e à região, contendo o limite dos municípios integrantes e adjacentes à área; (iii) mapeamento da área selecionada.

A seleção e a delimitação de uma área turística supõem a eleição voluntária, depois de examinar as vantagens, potencialidades e dificuldades do território, levando em conta o caráter que a ele se deseja imprimir no longo prazo. A nomenclatura atribuída à área turística selecionada (destino, pólo, corredor, sitio etc.) dependerá da escala territorial com que se trabalhe e da funcionalidade atribuída ao lugar em referencia; em todo caso, uma vez realizada sua delimitação, o resultado deve ser uma combinação coerente de recursos, equipamentos e serviços, agrupados em função de um ou vários temas unificadores e de características compartilhadas que lhe atribuam determinada identidade ou imagem em face da(s) demanda(s)-meta. A eleição de uma área turística deve permitir que se estabeleça um fio condutor em torno do qual se deverá organizar a evolução da oferta turística no território.

Por tudo isto, e para justificar a seleção da área turística de referencia, a entidade responsável pela elaboração do PDITS deve analisar os principais fatores que tenham uma influência crítica sobre a localização da atividade turística, quer dizer:

a. Importância dos atrativos ou recursos turísticos:

A vocação turística de uma área deriva-se da presença de um ou vários atrativos, naturais ou artificiais, com valor suficiente para motivar os usuários a se deslocarem até a referida área. Os atrativos ou recursos são à base do estímulo para a viagem. Qualquer outro elemento desempenha um papel similar ao da embalagem de um produto que, embora contribua para aumentar seu valor de mercado, não costuma ser suficiente por si só para motivar a compra.

O real valor do potencial turístico de uma área não é medido somente pelo número de atrativos que contém, mas sim, principalmente, pela qualidade dos mesmos. Assim, a hierarquização da importância das zonas turísticas depende tanto da quantidade como da qualidade dos atrativos nela incluídos.

Embora haja múltiplas possibilidades de classificação e hierarquização dos recursos turísticos, há certo consenso sobre os três critérios principais que determinam sua qualidade: (i) as *preferências dos usuários* ou o grau de interesse que o recurso desperta na demanda (local nacional ou internacional); (ii) a *singularidade* do recurso (sua raridade ou originalidade); e (iii) sua *disponibilidade em tempo*, determinada por exemplo pelo grau de tempo favorável para o seu uso (no caso de uma praia, o número de dias por ano de condições meteorológicas adequadas).

A entidade responsável pela elaboração do PDITS deve explicitar a metodologia usada para a classificação e a hierarquização dos atrativos na área selecionada, analisando os três critérios acima mencionados, de maneira que fique claro o nível de atratividade destes recursos, utilizando metodologias internacionalmente reconhecidas. As conclusões de tal análise devem ser claras e explícitas em relação ao grau de potencialidade turística da área, em função de tipos de turismo e mercados-meta.

b. Acessibilidade e conectividade:

Outro dos aspectos essenciais para a localização das atividades turísticas é o grau de acessibilidade do lugar onde se situam, considerado em termos tanto de *acessibilidade física e possibilidade de integração* da zona no desenvolvimento mais amplo da região ou do país, como de acessibilidade ao mercado, quer dizer, sua proximidade dos centros emissores da demanda. Assim, deve-se considerar não somente a presença de infraestrutura de transporte, mas também, a possibilidade de se conectar uma área com outra, por meio de itinerários, circuitos, marcas conjuntas etc. (quanto maiores as possibilidades de integração com outras áreas, maior o potencial de desenvolvimento turístico), e a distância medida em termos absolutos, o custo econômico ou o tempo de deslocamento dos mercados de origem do visitante.

c. Nível de uso atual ou potencial:

A capacidade de a zona suportar aumentos sucessivos de pressão turística, sem por isto sofrer deterioração notável de suas características naturais ou de seus valores culturais, é outro dos fatores que devem influenciar a localização da atividade. Isto se concretiza no conceito de capacidade de carga, que se refere aos limites de atividade turística para além do qual se produz a saturação dos equipamentos, a degradação do meio ambiente ou a redução de qualidade da experiência turística. Caso a intensidade de uso atual seja muito elevada e a zona constitua um dos principais destinos da região ou do país, a escolha da área deve considerar, em sua justificativa, a necessidade de introdução de padrões de uso. Caso a zona ainda não tenha consolidado o turismo, a fragilidade dos ecossistemas, seus valores culturais ou, ainda, a economia local devem ser considerados na decisão de nela se desenvolver esta atividade. Neste contexto, o modelo de estrutura fundiária e uso do solo e a competição do turismo com outras atividades econômicas podem fomentar o surgimento de especulação imobiliária na zona em referência, razão pela qual estes elementos devem ser considerados na avaliação da capacidade de carga e na decisão de se escolher, ou não, uma determinada área. Deve-se notar que, uma boa gestão turística pode aumentar a capacidade de carga de um sítio turístico, por tanto, os planos de gestão turística vinculados a atrativos turísticos e as áreas turísticas são essenciais no planejamento turístico para evitar um desenvolvimento turístico no adequado.

d. Condições físicas e serviços básicos:

Elementos como o *clima, a natureza do solo, a topografia, a estabilidade das encostas, a tendência de ocorrerem desastres naturais, a drenagem, o abastecimento de água ou de energia, os serviços sanitários ou a segurança* condicionam a construção e os custos dos equipamentos turísticos. Às vezes, são estas condições físicas e de serviços básicos que aconselham a não escolher uma determinada área para o desenvolvimento turístico.

e. Quadro institucional e aspectos legais:

Finalmente, é importante considerar os *aspectos legais e institucionais que podem incidir sobre a atividade turística na área de referência*, limitando ou fomentando seu desenvolvimento frente a outras áreas alternativas, por exemplo: as políticas vigentes de

incentivo ou apoio ao investimento privado, a disponibilidade e o custo da mão de obra qualificada, as prioridades de desenvolvimento regionais ou nacionais, os critérios de planejamento econômico regional ou a presença de unidades de gestão turística no âmbito local coordenadas com outros níveis administrativos e o setor privado.

f. Aspetos socioambientais:

Considerar aqueles aspectos que limitem o apóiem o desenvolvimento do turismo e que possam ajudar a definir a coerência do pólo.

Uma vez analisados estes fatores na área selecionada, o PDITS deve refletir claramente as vantagens que tal escolha poderá trazer em termos de gestão e comercialização turística, em relação:

- Ao ponto de vista do visitante: a seleção da área deve ajudá-lo a perceber a heterogeneidade do território e do que se está ofertando;
- Ao ponto de vista dos gestores públicos e privados do turismo: a seleção da área deve gerar vantagens competitivas ligadas a uma posição diferenciada comparada a outras áreas turísticas competidoras e facilitar: (i) a escolha de determinadas atividades e recursos culturais ou naturais existentes, para incorporar ou excluir da oferta turística principal; (ii) a geração de vínculos entre elementos e iniciativas turísticas existentes, previamente dispersas e não relacionados entre si; e (iii) o fomento da cooperação entre os diferentes agentes públicos e privados presentes no território, em busca de sinergias e complementaridades (circuitos, marcas conjuntas, etc.),

Parte II - Formulação dos Objetivos do PDITS

Definição dos objetivos gerais e específicos do PDITS e sua relação com as políticas de desenvolvimento turísticos do País e do estado em que se localiza a área objeto do plano. Para serem operacionais, os objetivos devem ser precisos, hierarquizados em função de sua importância (finalísticos e instrumentais), definidos em função do tempo (curto, médio e longo prazo), coerentes com as condições do mercado e das disponibilidades de orçamento, controláveis e assumidos pelo conjunto dos agentes envolvidos. Obviamente, os objetivos *específicos* do PDITS não podem ser formulados com precisão até que se complete a fase de coleta de informação e diagnóstico, durante a qual serão enumerados os problemas prioritários a resolver, os instrumentos disponíveis etc. Se for necessário, entretanto, deve-se visualizar de algum modo a situação futura desejada, ou que se pretenda alcançar com o plano, com a finalidade de estabelecer limites e direcionar a coleta da informação requerida para o diagnóstico. Por isto, a equipe responsável pela elaboração do PDITS deve estabelecer alguns objetivos *globais iniciais que orientem a fase de análise*, afinando-os melhor de acordo com o resultado do diagnóstico.

Para que os objetivos possam ser definidos na parte de formulação estratégica, estes os objetivos globais devem definir a informação necessária na parte de diagnóstico, para que possa ser detalhada na parte de objetivos estratégicos a evolução projetada do

turismo na Área Turística a curto, médio e longo prazo, consubstanciada, trabalhada e avaliada a partir de indicações, tais como:

- Crescimento do turismo interno ou externo, a partir de indicadores, como: ocupação hoteleira, estada média, participação da clientela no total de turistas esperados;
- Descrição do tipo de turista desejado no futuro e que será motivado por meio das ações que se prevêm no PDITS;
- Tipos de turismo desejado
- Comportamento futuro do turista quanto ao gasto e à estada média;
- Previsões do comportamento futuro da demanda, o que, junto com as séries históricas, permitirão estabelecer metas para esta variável a curto, médio e longo prazo;
- Incremento das unidades habitacionais e dos investimentos derivados;
- Incremento esperado dos investimentos por empresas e serviços turísticos privados e públicos;
- Incremento esperado da receita do turismo;
- Comportamento do Valor Agregado do turismo na Área Turística;
- Renda derivada pela receita turística e pelos investimentos;
- Impacto fiscal dos impostos gerados;
- Incremento dos empregos gerados pelo PDITS.
- Linhas base e previsões para os indicadores antes mencionados, base para o seguimento e avaliação dos objetivos e metas marcados.

Parte III – Análise turístico da Área - Diagnóstico Estratégico

Nesta seção, propõe-se realizar uma coleta de informação exaustiva, que permita obter: (i) a avaliação da situação estrutural da atividade turística na Área Turística; e (ii) a posição competitiva relativa da Área no mercado turístico, frente a consumidores e competidores. Para isto, a coleta e a análise da informação deverão cobrir desde a oferta e a demanda turística do Pólo até o estado da infra-estrutura e dos serviços básicos, o quadro institucional e os aspectos socioambientais relacionados com as atividades turísticas.

1. **Análise do mercado turístico (demanda e oferta) da Área Turística**: Para efeito prático e de sistematização da informação, recomenda-se realizar a análise do mercado turístico em função da vocação principal da Área Turística (atual ou potencial), traduzida nos tipos de turismo ou linhas de produto (de sol e praia, náutico, de aventura, cultural etc.) nos quais a Área queira apostar. A motivação principal da viagem ajuda a delimitar os diferentes tipos de turismo quando se está realizando a análise da demanda. Por este motivo é recomendável iniciar o processo de análise pela oferta, para depois poder se focalizar na demanda (embora todo o processo de análise e diagnóstico deve ser um processo iterativo comparando as informações de oferta, demanda e demais aspectos de análise). A apresentação no documento dos PDITS também é recomendável que seja iniciado pela oferta para facilitar o entendimento da área ao leitor. A análise do mercado turístico deverá integrar os seguintes elementos:

a) Análise da oferta turística da Área, em função dos tipos de turismo, linhas de produto com maior potencial de crescimento e desenvolvimento, identificando-se os principais gargalos existentes. A oferta turística refere-se tanto ao suporte natural ou patrimonial de uma área geográfica, como aos equipamentos e instalações turísticas necessários para o aproveitamento do referido suporte, por meio do consumo turístico. No âmbito de um PDITS, deve-se analisar o estado da oferta, incluindo, especificamente:

- É importante ter uma visão muito clara da potencialidade turística de cada zona, portanto precisa-se de uma boa catalogação dos recursos turísticos que permita ver o nível de atratividade dos mesmos, aspecto essencial para discernir a vocação turística do território e passo prévio para identificar produtos turísticos potenciais. Assim, a tarefa de avaliação dos recursos ou atrativos turísticos, de base natural ou patrimonial, muito importante. Neste documento não se trata de inventariar todos os recursos turísticos existentes, mas de identificar e **avaliar os recursos ou atrativos mais relevantes que é necessário priorizar no PDITS para a consecução dos objetivos propostos**, à luz do desenvolvimento de novos atrativos potenciais ou da melhoria dos existentes. Após uma visão e avaliação geral dos atrativos existentes para evitar dispersões na análise, trata-se, portanto de selecionar os recursos que incidem na capacidade de crescimento das linhas de produto concretas, avaliando-se seus pontos fortes e suas debilidades. Com o propósito de evitar problemas de dispersão e escala ao se desenvolver a atividade turística na área é conveniente selecionar e priorizar a análise daqueles recursos que permitem concentrar os investimentos no contexto do PDITS. Uma vez priorizados, é necessário realizar a avaliação das condições sob as quais os recursos possam ser incorporados à oferta turística ou melhorados em termos de sua comercialização atual. Isto implica que a entidade responsável pela elaboração ou atualização do PDITS analise, utilizando metodologias internacionalmente reconhecidas para o análise de recursos turísticos, as atuais condições de visita versus as condições potenciais, o nível de atratividade, os sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos, a sinalização informativa e interpretativa que será conveniente implementar ou melhorar, a necessária adequação dos recursos humanos, o nível de segurança e o tipo de gestão requerida, para cada tipo de recurso ou atrativo turístico, a existência o não de planes e gestão turística do recurso, etc.
- Junto com o estudo dos recursos ou atrativos turísticos, é preciso também proceder à avaliação dos equipamentos e serviços turísticos existentes, com o propósito de determinar se a oferta concorrente é capaz de satisfazer à demanda atual e potencial, tanto em termos quantitativos como qualitativos. A análise deve ser realizada segundo a ótica das diferentes linhas de produto ou tipos de turismo, além de considerar os tipos presentes de empresa dos diferentes sub-setores de atividade (alojamento, alimentação, animação e lazer, congressos e convenções, operadores receptivos, informação turística). A entidade responsável pela elaboração do PDITS deve analisar os seguintes elementos:

Número de estabelecimentos,

Capacidade, número de quartos - número de leitos,
Número de empregos gerados,
Graus de ocupação,
Níveis de investimento, ritmo histórico e previsões de crescimento¹,
Níveis de faturamento
Valor agregado da atividade,

Em função de:

Segundo categorias,
Segundo dimensão média,
Segundo idade média do estabelecimento/empresa,
Segundo a temporalidade de funcionamento,
Segundo a localização geográfica.

Esta análise quantitativa dos equipamentos e serviços turísticos deve ser completada do ponto de vista qualitativo, detalhando-se os seguintes aspectos:

Principais mercados geográficos e segmentos-meta, atendidos por cada tipologia de estabelecimento ou serviço turístico, segundo categorias, localização geográfica, etc.

Tipos e níveis de serviço prestado: grau de diversificação dos serviços, possibilidade ou não de melhorá-los com novas instalações, níveis de qualidade, nível de obsolescência da planta hoteleira e outros serviços, etc.

Níveis de preços: é importante conhecer os preços dos diferentes serviços (alojamento, alimentação, diversão) em comparação com os destinos competidores, o quanto variam ao longo do ano, as tarifas promocionais e outros aspectos que possam influir sobre os mesmos e a rentabilidade final das empresas.

Sistemas de promoção e comercialização: análise do posicionamento do Pólo na WEB e em outros suportes, identificação dos agentes de divulgação turística mais importantes nos principais mercados emissores, análise das formas mais usuais de comercialização no Pólo e identificação das limitações existentes. Em cada caso, análise dos tipos de pacotes (mono-destino o multi-destino) em que aparece o Pólo, determinando quem opera esses pacotes e qual é a experiência com que contribuem tanto os agendes principais externos como seus associados locais, bem como qual o regime de comissões vigente nos acordos feitos entre os provedores.

¹ O grau de ocupação incorpora à análise a intensidade de uso dos estabelecimentos existentes, trazendo uma informação valiosa quanto às possibilidades que a oferta ainda tem de satisfazer o incremento da demanda na área em referência. A previsão do crescimento da oferta é uma variável que a equipe responsável pelo PDITS deverá quantificar em função da carteira de investimentos existentes, das tendências históricas de crescimento e das previsões da demanda potencial que se tenham realizado.

Grau de integração da oferta e da cadeia de valor turística no Pólo: identificação dos estabelecimentos que operam em rede (mediante os distintos e possíveis sistemas de gestão) e quantas empresas de turismo operam de maneira “integrada” nas várias frentes da atividade: transporte, gastronomia, operação terrestre, hotéis etc.; quantos e quais são as associações empresariais turísticas e como se articulam na estrutura financeira e produtiva do Pólo; análise do grau de fragmentação da cadeia empresarial por conflitos entre linhas aéreas e agentes de viagem, linhas aéreas e operadores, operadores e hoteleiros, estabelecimentos de todas as classes e cartões de crédito etc.; determinação do volume e do tipo de cadeias hoteleiras nacionais com marca própria atualmente reconhecida, volume de franquias internacionais presentes no Pólo, suas origens e sua penetração nos mercados emissores

Tipos de investimento turístico: quem são os investidores mais importantes, nível de capital estrangeiro vinculado, de que origem e em que proporção, efeitos na economia local.

Análise da necessidade de capacitação de mão de obra para o turismo, em função dos sub-setores de atividade turística (alojamento, alimentação etc.), por meio da verificação de oferta, nível de capacitação e demanda atual e futura. Indicar a necessidade da promoção de cursos de capacitação na área de turismo, considerando: total de empregados, por tipo de empresa, tipo de contrato, salários médios, relação dos salários com o mínimo regional e evolução, comentando a existência de bolsas de trabalho setorial;

- Participação dos empresários em sistema de qualidade turística ou em outros sistemas de certificação.

b) Análise da **demanda atual** da Área, que permita aprofundar o conhecimento do comportamento da demanda, uma vez no destino. Recomenda-se que a análise inclua:

- Tendências no perfil quantitativo dos visitantes atuais do Pólo: volume registrado nos últimos anos, por mercados geográficos de procedência, grau de permanência, tendências históricas e projeções futuras (cinco anos);
- Caracterização do perfil qualitativo dos segmentos atuais do Pólo e sua área de influência, incluindo: identificação e motivação da viagem, atitudes e preferências de cada segmento uma vez no destino, em termos dos atrativos mais valorizados/visitados, nível de elasticidade frente a preços e outros fatores que incidem na decisão de viajar, época de realização da viagem, permanência média, gasto médio, equipamento e serviços turísticos preferidos (hotel, apart-hotel etc.), meios de transporte escolhidos, modo de viajar (em família, com amigos etc.);
- Tendências de comportamento e hábitos de informação e compra da viagem, por parte da demanda atual, em função da motivação principal da viagem: canais de informação e distribuição empregados pelos visitantes atuais, tipo de informação

requerida, destinos competidores contra os quais se compara o Pólo, tempo médio de planejamento previamente à viagem etc.;

- Tendências da estrutura (composição) do gasto turístico de cada um dos segmentos atuais, em função da motivação principal da viagem: atividades nas quais se gasta o orçamento da viagem, antes de se chegar e uma vez que se chegue ao destino;
 - Qualidade da oferta atual e determinação da imagem percebida da Área Turística: principais falhas de qualidade dos serviços, esperada e percebida, grau de fidelidade, porcentagem de recomendações positivas ou negativas a potenciais visitantes etc.;
 - Balanco das campanhas de promoção da Área realizadas nos últimos três anos, nos principais mercados emissores atuais: medição do grau de eficácia das mensagens emitidas (número de visitantes que conhecem e respondem à campanha de promoção realizada).
 - Identificação do portfólio estratégico de produtos turísticos/segmentos atuais de demanda, em função da rentabilidade esperada e dos investimentos requeridos. Neste *portfólio*, devem-se discriminar os produtos turísticos preferidos atuais do Pólo, frente à possibilidade de se desenvolverem novos produtos para ofertá-los à demanda atual.
- c) Análise da **demanda turística potencial** do Pólo, que permita conhecer os turistas que ainda não tenham chegado, mas que poderiam chegar. A análise deve permitir que se quantifique o volume de visitantes potenciais, identificando-se suas motivações e características principais, para efeito de segmentação posterior:
- Estimativa quantitativa aproximada e caracterização do perfil qualitativo dos segmentos potenciais (em função da motivação principal de viagens-tipos de turismo e de mercados geográficos de origem): atrativos e produtos mais valorizados/consumidos, nível de elasticidade frente a preços e outros fatores que incidem na decisão de viajar, época de realização da viagem, permanência média, gasto médio, equipamentos e serviços turísticos requeridos, meios de transporte preferidos etc.;
 - Identificação de elementos críticos que influem no processo de tomada de decisões de compra da viagem dos segmentos potenciais: distância a percorrer, custos, nível de serviço, nível de segurança e salubridade, atrativos existentes, material informativo ou promocional disponível, etc.
 - Nível de expectativas dos diferentes segmentos potenciais: padrões de qualidade mínimos que devem ser respeitados durante a experiência turística, nos serviços turísticos, na infra-estrutura básica, nos recursos humanos, no entorno geográfico do destino, etc.

- Hábitos de informação e compra dos diferentes segmentos potenciais: meios de comunicação e informação mais consultados, tipos mais empregados de distribuição turística, etc.
- Grau de conhecimento e interesse da demanda potencial pelo Pólo, incluindo as imagens associadas ao mesmo e a comparação com os atributos básicos de deveria reunir, para alcançar a captação dos diferentes segmentos potenciais.
- Identificação de destinos competidores, em função dos diferentes segmentos potenciais, e determinação da tipologia de produtos-estrela (preferidos) atualmente consumidos nos referidos destinos competidores.

2. **Análise das infra-estruturas básicas e dos serviços gerais encontrados na Área.** A este componente corresponde um dos condicionantes mais evidentes do desenvolvimento turístico, já que inclui os elementos que sustentam a atividade social e produtiva: traçado das redes de comunicação, saneamento, energia, rede bancária, comércio etc. Nesta seção, pretende-se diagnosticar os aspectos relacionados com a atividade turística em **termos de capacidade atual dos serviços e suas principais carências, frente ao incremento futuro e à pressão do consumo**, em função dos objetivos propostos no PDITS. O objetivo fundamental da análise desses elementos é *comparar a capacidade atual do conjunto infraestruturas e serviços básicos com as necessidades futuras da Área em face dos incrementos da visitação turística*, considerando:

- a) Rede viária de acesso à Área e principais atrativos, contendo informações sobre: condições de tráfego das rodovias e da sinalização; indicadores de tráfego; vinculação com os atrativos turísticos; condições adversas e problemas socioambientais associados (invasão de faixas de domínio, deficiências de drenagem, pontos de erosão); níveis de segurança na travessia de áreas habitadas; informações relevantes sobre portos, aeroportos e ferrovias e sua vinculação com o turismo na área;
- b) Sistema de abastecimento de água: população atendida e economias (residencial, comercial, industrial e público), indicando as áreas urbanas carentes de atendimento; sistemas de controle e qualidade da água distribuída.
- c) Nível de cobertura do sistema de esgotamento sanitário, população atendida, áreas urbanas não atendidas, grau de tratamento e pontos de lançamento dos efluentes.
- d) Nível de atendimento do sistema de limpeza urbana, população atendida; áreas urbanas não atendidas; frequência de coleta e de limpeza de vias e locais públicos; sítios e práticas de disposição final dos resíduos sólidos.

- e) Situação da rede de drenagem pluvial, áreas urbanas atendidas; eventual ocorrência de inundação, população atingida e danos decorrentes;
- f) Sistema de transporte urbano e interurbano, frequência e qualidade dos serviços; outras opções de locomoção nas zonas urbanas;
- g) Condições dos sistemas de comunicação, cobertura dos serviços de telefonia fixa e móvel, de acesso a jornais, revistas, rádio, televisão comercial, Internet.
- h) Cobertura da iluminação pública, áreas urbanas atendidas; eventuais interrupções de fornecimento de energia.
- i) Atendimento dos serviços de saúde, distribuição de postos, serviços ambulatoriais e capacidade de internação em hospitais ou clínicas especializadas e outros serviços correlatos
- j) Situação de segurança referente ao aparato policial, corpo de bombeiros, salvavidas, equipes de resgate e salvamento; nível de segurança oferecido à população e aos turistas; zonas de risco ou áreas com alta incidência de criminalidade.

Estes aspectos devem ser analisados em mais profundidade nas áreas chave para o turismo e nas zonas que se indiquem que possuem potencialidade para o desenvolvimento do turismo.

Note, que a proposta de redes viárias de acesso a novas áreas de interesse turístico deve ir ligada sempre a um processo prévio de planificação e ordenamento da zona, em caso contrário os impactos do desenvolvimento desordenado serão irreparáveis.

3. Análise do quadro institucional da área turística, com o propósito de identificar as áreas críticas de intervenção:

- a) Impactos e limitações das políticas públicas e da capacidade de gestão pública sobre o desenvolvimento do turismo no nível local e no conjunto da área turística, incluindo debilidade orçamentária para gerar o turismo.
- b) Organização e coordenação do processo de planejamento turístico, indicando instrumentos específicos (planos, legislação, instâncias e outros) e sua relação com demais instrumentos de planejamento territorial e setorial.
- c) Legislação urbanística, legislação ambiental, legislação turística, indicando, caso aplicável, necessidades específicas e aspectos críticos para o desenvolvimento turístico.
- d) Quadro dos incentivos para o investimento turístico: vantagens ou desvantagens que a Área oferece para a constituição de empresas, o acesso a financiamento de curto e longo prazo, as taxas de interesse favoráveis, a obtenção de descontos tributários, a dotação de tecnologia de última geração ou facilitação de trâmites

burocráticos de todo tipo; existência ou não de política clara sobre os tipos de investimento preferencial na Área.

- e) Instancias de coordenação e representação do turismo no Estado, pólo e municípios, tais como conselhos de turismo, associações profissionais, foros, etc., e valorar o seu funcionamento atual.

4. Análise dos aspectos socioambientais na Área Turística

- a) Análise das condições ambientais da Área Turística, orientada para identificar antecipadamente as características e fragilidades socioambientais mais relevantes, os principais riscos e salvaguardas a considerar nas etapas de planejamento e ordenamento da atividade turística, os requisitos especiais a considerar nos estudos ambientais e sociais especificamente referentes às obras; indicadores socioambientais cujo desempenho será necessário melhorar ou implementar.
- b) Identificação e avaliação dos impactos no meio ambiente que já tenham sido causados por atividades turísticas. Identificação e descrição de áreas degradadas, suscetíveis de ocupação ou em risco de deterioração, contemplando: fatores de degradação (desmatamento clandestino, incêndios, usos inadequados); situação de qualidade dos recursos físicos e bióticos; usos potenciais; necessidades de reabilitação;
- c) Gestão ambiental pública: políticas públicas e programas de gestão ambiental desenvolvidos na área; metas de qualidade; medidas de proteção ambiental que afetam o desenvolvimento do turismo; capacidade institucional dos municípios e das entidades estaduais para a gestão ambiental, indicando os escritórios e equipes instalados na área; eficiência da fiscalização nas unidades de conservação;
- d) Gestão ambiental nas empresas privadas: programas de certificação ambiental de empresas turísticas em implementação;
- e) Instrumentos de planejamento e controle territorial: Zoneamento Econômico-Ecológico, planos diretores municipais; vigência de planos, programas e projetos de outros setores de interface com o turismo, notadamente os referentes à gestão ambiental e ao desenvolvimento social; informações sobre os recursos disponíveis as principais ações e os estágios de desenvolvimento e implementação de cada um deles; avaliação dos projetos ambientais programados ou em implantação relacionados à conservação de UC (Unidade de Conservação) e outras áreas protegidas, estágio de implementação e respectivas fontes de recursos;
- f) Grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento turístico da Área, tanto nas fases de planejamento como nas fases posteriores de execução das ações e acompanhamento.

- g) Aportar informação relevante dos aspetos sociais das áreas do pólo com atividade turística ou de aquelas áreas com potencial para o desenvolvimento do setor. Analisar o índice de desenvolvimento humano, coletivos vulneráveis, sectores de atividade tradicionais susceptível de apoiar ao setor do turismo, e todas aquelas informações que possam identificar oportunidades e riscos sociais derivados do desenvolvimento atual e potencial do turismo.
- h) Grau de participação e inclusão da população local na cadeia de valor do turismo, e como o turismo está contribuindo a mitigar a pobreza e melhorar as condições de vida desta população local (especialmente dos coletivos mais vulneráveis). Analisar e descrever os impactos sociais negativos do modelo turístico atual e as medidas de prevenção e correção que existem.

Resulta muito importante que nos apartados anteriores de análise do pólo se aporrem tabelas, gráficos e diagramas que permitam sintetizar a informação recopilada e facilitar o análise de cara a elaboração do diagnóstico estratégico

5. Diagnóstico estratégico

Este apartado, junto com o apartado de estratégias de desenvolvimento turístico, é fundamental para a lógica turística e a coerência estratégica do documento. Portanto, tem que ser um capítulo breve, claro sintético que através de tabelas, gráficos, diagramas e metodologias de análise (SWOT, Matriz Ansoff, etc.), mostrem as conclusões que se demandam neste apartado.

A compilação de dados indicadas nas seções anteriores deve permitir a realização da atividade de diagnóstico, em termos estratégicos, da Área turística selecionada e de sua área de influencia. Este diagnóstico deve cobrir, pelo menos, os seguintes elementos:

- Valoração ponderada das linhas de produtos ou tipos de turismo atuais e potenciais, em relação aos mercados-meta. Esta valoração deve determinar claramente: (i) as linhas de produtos atualmente consolidadas na Área que são as mais rentáveis e as que ainda têm possibilidade de maior crescimento sob o enfoque da sustentabilidade e que, portanto, é conveniente sustentar e reafirmar; (ii) as linhas de produtos ainda emergentes ou não exploradas que têm maior potencial ou possibilidade de crescimento na Área, nas quais se devem concentrar esforços.
- Identificação de áreas críticas de intervenção, em cada linha de produto, e dos atores locais que é necessário mobilizar. As áreas críticas de intervenção devem se referir, por linha de produto, pelo menos, à seleção e ao ordenamento das áreas geográficas mais importantes, à valorização dos atrativos e à geração das condições adequadas de visita, à cadeia de valor empresarial, às infra-estruturas e aos serviços básicos necessários, ao quadro institucional (incluindo a adequação do quadro de incentivos ao investimento) e

à gestão socioambiental. A identificação das áreas críticas de intervenção deverá considerar a atuação dos principais competidores, por linha de produto.

- Posição atual da Área no mercado turístico versus seu posicionamento potencial. O diagnóstico deve avaliar se a posição e a imagem atual da Área são suficientes para competir em longo prazo, ou se é necessário introduzir modificações para que ele alcance seu máximo potencial.

A equipe responsável pela elaboração do PDITS poderá recorrer à metodologia que considere relevante para apresentar um diagnóstico claro e fundamentado em informação confiáveis sobre os três aspectos imediatamente acima. Uma vez realizado o diagnóstico, a equipe deve propor mecanismos para difundir os resultados e, à luz dos mesmos, revisar e alcançar o consenso com os grupos de interesse sobre os objetivos do PDITS.

Parte IV - Estratégias de Desenvolvimento Turístico

Definir o objetivo geral e os objetivos específicos da atuação turística no pólo que se está propondo, derivado do diagnóstico estratégico anterior, e que marcarão as estratégias, linhas de atuação e ações que serão propostas neste apartado e nos apartados posteriores (ver o apartado de formulação de objetivos dos PDITS). Estes objetivos têm que estar vinculados á indicadores de maneira que possa mostrar o alcance da proposta e avaliar a consecução dos mesmos. Por tanto, estes indicadores devem vincula-se a linhas base, metas e fonte de verificação para poder fazer esta avaliação.

As estratégias determinam as grandes linhas de ação necessárias para a consecução dos objetivos propostos durante o período de vigência do PDITS. Em função do diagnóstico realizado e das áreas críticas de intervenção identificadas, as estratégias devem determinar as prioridades de desenvolvimento da atividade turística na Área, levando em conta, pelo menos, os seguintes âmbitos de atuação: (i) o posicionamento turístico desejável para a Área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação; (ii) as linhas de produto e os tipos de turismo nos quais é necessário concentrar esforços, o que implica gerar diretrizes para a seleção e o ordenamento das áreas geográficas preferenciais, a seleção do *portfólio* estratégico de produtos-segmentos de demanda-meta, a valorização e a exploração dos atrativos turísticos principais, a geração de mecanismos de apoio para que os investimentos do setor privado possam se alinhar com os investimentos públicos; (iii) as infra-estruturas e os serviços básicos requeridos; (iv) o quadro institucional, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública do turismo no nível local; e (v) as diretrizes socioambientais requeridas para preservar e valorizar os ativos naturais e patrimoniais da Área durante o desenvolvimento da atividade turística e possibilitar a formulação de políticas e ações proativas de participação da população (especialmente as setores mais vulneráveis) e empresas locais na cadeia de valor do turismo, buscando a melhora social e a redução da pobreza;

Parte V- Plano de Ação: Seleção de Procedimentos, Ações e Projetos.

1. Visão Geral e Ações Previstas

O Plano de Ação deve apresentar uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimento a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável, independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis. Deve estabelecer a relação de cada ação com as estratégias, vinculando-as a objetivos, tais como, o aumento do emprego e da renda proveniente dos turistas, o aumento dos benefícios para a população envolvida etc. Cada ação tem que ter também uma clara vinculação com os aspectos analisados e destacados no apartado de diagnóstico.

As ações propostas devem ser agrupadas por área de atuação, preparando-se uma descrição do seu conjunto, com as seguintes indicações:

- a. Objetivo;
- b. Justificativa;
- c. Descrição da ação;
- d. Produtos e Resultados

2. Dimensionamento do Investimento Total

Após a identificação das ações por área de atuação (componentes do Prodetur Nacional) e por município, e o correspondente dimensionamento dos investimentos, deverá ser estruturado um quadro que indique os investimentos totais a serem realizados, nas moedas Real e Dólar, identificando-se a cotação de câmbio utilizada. Deverá especifica-se o valor para cada ação proposta, componente e total do programa de atuação.

3. Seleção e Priorização das Ações

As ações a serem financiadas no âmbito do PRODETUR CEARÁ devem ser objeto de priorização, seja em decorrência da lógica da relação entre as mesmas, ou por necessidade de prévia capacitação institucional do seu executor, especialmente no caso dos municípios.

As ações deverão ser apresentadas por município, componente do Programa e ano de execução, em ordem de prioridade, de modo a ilustrar o cumprimento dos objetivos do PDITS e do Programa. As ações do PRODETUR CEARÁ deverão ser priorizadas para os cinco primeiros anos.

As ações de fortalecimento da gestão municipal para o turismo devem necessariamente incluir metas de desempenho da capacidade institucional como parte do Plano de Ação.

Essas metas devem ser cumpridas pelo respectivo município, antes de iniciar as obras de infra-estrutura planejadas em seu território.

Estas ações prioritizadas terão que ser detalhadas em tabelas similares as especificadas nos dos apartados anteriores.

4. Descrição das Ações a serem realizadas durante os dezoito primeiros meses de financiamento do PRODETUR CEARÁ

As ações elegíveis para realização durante os dezoito primeiros meses de financiamento pelo PRODETUR CEARÁ devem ser caracterizadas, sendo acrescentadas às descrições contidas no Plano de Ação da Parte IV os seguintes itens:

- a. Objetivo;
- b. Justificativa;
- c. Efeito esperado no desenvolvimento turístico;
- d. Benefícios e beneficiários;
- e. Descrição da ação;
- f. Responsáveis pela execução;
- g. Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço (se procede) e custo estimado;
- h. Custo estimado e fonte de financiamento;
- i. Gastos estimados de operação
- j. Mecanismos previstos de recuperação de custos
- k. Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei;
- l. Indicadores de seguimento e fonte de verificação;
- m. Relação com outras ações quanto ao cronograma;
- n. Nível de avanço: indicar se existe projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou se solicita reconhecimento retroativo.

O Plano de Ação deverá ser estruturado e apresentado por município, componente do Programa e ano de execução, indicando o modo de atingir os objetivos do Programa. No caso dos projetos de infraestrutura, deve-se incluir, em cada caso, um anexo que contenha dados sobre o alcance do problema, a solução técnica adequada e os executores.

Para os investimentos previstos nos primeiros dezoito meses de financiamento do PRODETUR CEARÁ, se prevê, adicionalmente, a elaboração do Marco de Resultados Individual, contendo para cada projeto a respectiva justificativa, o levantamento da problemática relacionada e as possíveis soluções.

5. Avaliação dos Impactos Socioambientais

- a) Para cada ação ou projeto, apresentação da avaliação preliminar de seus impactos socioambientais, positivos e negativos, indicando, caso aplicável, as ações gerenciais de mitigação dos aspectos negativos e de potenciação dos impactos positivos;

- b) Em áreas onde o turismo não esteja muito desenvolvido, justificativa do interesse de apoiar seu desenvolvimento, como por exemplo: outros setores produtivos em decadência, recursos com grande potencial, proximidade com mercados emissores ou com zonas mais desenvolvidas das quais podem ser um complemento, perspectivas promissoras no curto prazo, etc.;
- c) Avaliação dos impactos socioambientais cumulativos do conjunto de atividades e projetos a serem desenvolvidos, principalmente aqueles possíveis de causar degradação da base de recursos naturais ou ameaçar a sustentabilidade ambiental das atividades turísticas do aumento de turismo planejado;
- d) Avaliação dos efeitos da implementação do plano sobre a qualidade de vida e as características culturais da população da Área Turística e dos benefícios sociais que possam ser aferidos com o desenvolvimento do turismo;
- e) Identificação de outros impactos estratégicos da implementação do plano, em termos da atração que os investimentos possam exercer sobre outras atividades econômicas e a imigração de pessoas em busca de oportunidades, assinalando potenciais conflitos do uso turístico com outros usos dos recursos naturais na mesma área;
- f) Seleção de alguns parâmetros a serem usados como indicadores dos impactos e efeitos avaliados nos itens anteriores e, a partir deles, definição das ações de acompanhamento e monitoramento dos impactos da implementação do PDITS;
- g) Elaboração de programa de gestão ambiental para o plano, identificando e integrando as medidas de mitigação e controle dos impactos, as ações de acompanhamento e monitoramento dos impactos, as medidas institucionais (novas normas, regulamentos) e de reforço institucional das entidades de meio ambiente e prefeituras municipais, as ações de recuperação de áreas degradadas e conservação de recursos naturais de base para o turismo; estimativa dos custos de implementação dessas medidas e ações.

Parte VI. Feedback: Acompanhamento e Avaliação

Deverão ser indicados os atores e os mecanismos propostos necessários para promover o monitoramento da evolução da situação do Turismo na área, a avaliação dos resultados bem como da revisão do Plano.

A entidade responsável pela elaboração do PDITS deve estabelecer a linha de base ou de partida dos indicadores propostos para o acompanhamento da atividade turística na área selecionada. Caso o estabelecimento de tal linha de base não se possa realizar nos prazos ou com os recursos orçamentários de elaboração do PDITS, a entidade deve estimar e propor o montante necessário para avançar em sua implantação, em função de indicadores concretos e explícitos.

6. PRODUTOS E PRAZOS

Neste item, devem ser discriminados os produtos relacionados com os respectivos prazos e formas de apresentação pela empresa contratada. O texto e o quadro que seguem são uma sugestão, devendo ser adaptados às dimensões das atividades técnicas e às características da área turística.

A duração dos trabalhos de elaboração do PDITS não deve exceder a **XXX** dias, contados a partir da data de assinatura do contrato de prestação de serviços de consultoria. Os produtos intermediários, as formas e os percentuais de pagamento e os respectivos prazos de entrega estão discriminados no Quadro1: **Cronograma Físico-financeiro**. O produto final corresponderá ao Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) da Área (**nomear**), sob a forma de relatório completo, conciso e tecnicamente embasado, em linguagem que permita leitura ágil e fácil identificação da linha argumentativa que está foi seguida.

Todos os produtos intermediários e o produto final devem ser escritos em língua portuguesa e apresentados em meio digital (CD-ROM), linguagem Word, e em forma de relatório em quatro vias originais, impressas em qualidade "Laserprint" ou similar, em papel formato A4, de acordo com as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Os mapas, desenhos e gráficos deverão ser apresentados de modo adequado para sua perfeita compreensão, em CD-ROM, formatados para ARCINFO, ARCVIEW ou ERDAS, e em quatro vias originais.

7. QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA

A equipe que realizará os trabalhos de formulação do PDITS deverá ser formada de profissionais que combinem o conhecimento das condições da área turística com experiência em gestão de destinos turísticos, mercado nacional e internacional e gestão ambiental, contando com um coordenador técnico de experiência comprovada de mais de cinco anos na condução de trabalhos semelhantes. Deverá incluir, no mínimo, profissionais de experiência comprovada em planejamento da atividade turística, economia e mercado do turismo e planejamento urbano e planejamento ambiental, além de especialistas qualificados (**discriminar as disciplinas e especialidades profissionais necessárias e específicas para o desenvolvimento das atividades de diagnóstico da área turística e à concepção e ao desenho das ações e projetos contemplados no plano**).

QUADRO 1: CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

PRODUTOS	DESCRIÇÃO	Prazo	Desembolso
Produto 1	Relatório: contendo o Plano de Trabalho,	XX dias a partir da assinatura do contrato.	10 %
Produto 2	Relatório e material cartográfico, contendo os resultados das atividades descritas acima sob o item Parte III – Diagnóstico da área e das Atividades Turística	XX dias a partir da assinatura do contrato	30 %
Produto 3	Relatório e material cartográfico, contendo os resultados das atividades descritas acima sob os itens Parte contendo os resultados das atividades descritas acima sob os itens Parte IV – Estratégias de Desenvolvimento Turístico Parte V – Plano de Ação	XX dias a partir da assinatura do contrato	30 %
Produto 4	Relatório e material cartográfico, contendo a versão preliminar do PDITS, contendo os resultados das atividades descritas acima sob os itens Parte VI - Feedback	XX dias a partir da assinatura do contrato	20 %
Produto Final	Versão Final do PDITS contendo a consolidação dos relatórios anteriores, o Resumo Executivo e o registro dos processos de participação pública e validação do PDITS	XX dias a partir da assinatura do contrato	10 %

8. DOCUMENTOS DISPONÍVEIS PARA CONSULTA

Indicação dos subsídios técnicos e listagem das informações que estarão disponíveis para empresa a ser contratada, em apoio à execução dos serviços: bibliografia, documentos e relatórios técnicos, mapas, fotografias aéreas, sistemas de informação geográfica, dados de qualidade ambiental (verificar com as entidades de meio ambiente), estatísticas demográficas, sociais e econômicas e demais informações sobre a área e as atividades turísticas.

9. PARTICIPAÇÃO PÚBLICA E VALIDAÇÃO DO PDITS

Como parte dos serviços de consultoria, previsão no orçamento da organização e da realização de eventos de participação e validação do PDITS (reuniões técnicas, oficinas, audiências públicas), com a participação de representantes da contratante, dos órgãos governamentais envolvidos, do *trade* turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da Área Turística.

Deverá ser explicitado se o Conselho Regional de Turismo já está instalado ou se está em vias de instalação indicando sua composição e funcionamento.

Serão realizados e amplamente divulgados, no mínimo, três desses eventos, com o objetivo divulgar os resultados dos trabalhos, discutir as propostas e receber sugestões dos participantes, preferencialmente nos seguintes momentos: após a entrega do produto referente ao diagnóstico da Área Turística (Produto 2); após a entrega do produto referente às propostas de Plano de Ação (Produto 3); e após o relatório referente ao relatório a entrega do Produto 4I. Os principais resultados do processo de consultas assim como a indicação sobre as recomendações e sugestões que puderam ser aceitas devem fazer parte do Produto Final.

10. ORÇAMENTO DOS SERVIÇOS

Deverá ser apresentada planilha de discriminação dos custos, conforme modelo que segue.

QUADRO 2: PLANILHA DE CUSTOS (ORÇAMENTO)

ITEM	ESPECIFICAÇÃO/ DISCRIMINAÇÃO	UNID.	QTD.	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO TOTAL
A	EQUIPE TÉCNICA				
1.0	Coordenador	h/t			
1.0	Pessoal de Nível Superior	h/t			
	SUBTOTAL 1.0				
2.0	Pessoal Auxiliar	h/t			
		h/t			
B	ENCARGOS SOCIAIS (% do item A)	%			
C	OUTRAS DESPESAS	Diversos			
	Deslocamento e hospedagem	diária			
	Serviços Gráficos	impressão			
	Reprodução de material audiovisual para divulgação	Unid.			
	Aluguel de equipamentos digitais e audiovisuais	diária			
	SUBTOTAL A, B, C.....				
D	REMUNERAÇÃO DE ESCRITORIO (% subtotal a,b,c)	%			
	SUBTOTAL A, B, C, D				
E	DESPESAS FISCAIS (% a, b, c, d)	%			
	TOTAL GERAL				