

**PRODETUR NACIONAL PE
COMPONENTE I: PRODUTO TURÍSTICO**

**ANEXO 2A
CRITÉRIOS PARA ELABORAÇÃO DE PLANO DE
DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO
SUSTENTÁVEL – PDTIS**

NOVEMBRO 2015

| | | |
|-------------------------------|------------------|------------------------------------|
| ELABORADO POR: UCP/PRODETUR | DATA: 02/12/2010 | CÓDIGO DO DOCUMENTO: A2AMOP |
| REVISADO POR: LA/CPE + PF/UCP | DATA: 18/11/2015 | REVISÃO Nº: 02.2015 |

1. INTRODUÇÃO

Este Anexo tem a finalidade de estabelecer as diretrizes para a elaboração de Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDTIS).

2. O PDITS – CONCEITUAÇÃO

O PDTIS é o instrumento de planejamento do turismo em uma área geográfica selecionada que tem por objetivo principal orientar o crescimento do setor de modo sustentável em curto, médio e longo prazo, estabelecendo as bases para a definição de ações, as prioridades e 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 turística, 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 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 no âmbito social, econômico e ambiental, à infraestrutura e aos serviços básicos (saneamento, 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, sob a base de uma lógica turística, o posicionamento estratégico dos polos (definindo produtos turísticos atuais, potenciais e eleitos, e demanda meta correspondente) e determinando estratégias e ações.

3. PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS

A metodologia a ser desenvolvida para a atualização do PDITS, 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 os pontos fracos e fortes, as oportunidades e as ameaças, analisando 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, atendendo aos requerimentos dos segmentos de demanda meta e levando em conta a necessidade de diferenciação de destinos competidores;
- alinhamento com ações do PRODETUR Nacional em andamento: os PDITS deverão considerar os resultados de ações como estudos e obras ou as ações que estão previstas, delineando cenários de desenvolvimento turístico que complementem o estado atual e aprimorem as ações previstas para serem implantadas no PRODETUR Nacional em andamento. Toma-se como exemplo a necessidade da definição de produtos que deverão ser desenvolvidos ou estruturados e que já constam como rubrica no componente de “Produto Turístico”;
- 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 os setores mais vulneráveis) e empresas locais na cadeia produtiva do turismo; provisão de infraestrutura 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 do setor 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 e contextualizar estas ações no âmbito de outras atuações (atuais e previstas) nos polos, para melhor entendimento da visão integral de desenvolvimento da área.

4. ATIVIDADES A DESENVOLVER

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

- justificativa da seleção da área turística
- formulação de objetivos
- análise turística da área – diagnóstico estratégico
- formulação de estratégias
- plano de ação: seleção de procedimentos, ações e projetos
- 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 contrário, sua localização tem caráter zonal e responde claramente a uma série de fatores interrelacionados cuja importância individual dependerá do tipo de turismo que se quer desenvolver (de sol e praia, de natureza, cultural, de negócios etc.) e da escala com a qual se trabalhe. Por isto, neste capítulo, a entidade responsável pela atualização do PDITS deverá: (i) justificar a seleção do Polo no contexto da estratégia de desenvolvimento turístico estadual, incluindo a visão sobre as ações em andamento e previstas para a implantação do PRODETUR Nacional; no caso de polos 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 examinadas 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, polo, corredor, sítio etc.) dependerá da escala territorial com que se trabalhe e da funcionalidade atribuída ao lugar em referência. 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 referência, a entidade responsável pela elaboração do PDITS deve analisar os principais fatores que tenham uma influência crítica sobre a localização da atividade turística.

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 a 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, 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, regional, 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 atualização 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, a partir da aplicação de metodologias internacionalmente reconhecidas. As conclusões de tal análise devem ser claras e explícitas em relação ao grau de potencialidade turística da área e em função de tipos de turismo e mercados-meta.

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 maior a possibilidade 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.

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, portanto, os planos de gestão turística vinculados a atrativos turísticos e áreas turísticas são essenciais no planejamento turístico para evitar um desenvolvimento turístico no adequado.

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.

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.

ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS

Considerar aqueles aspectos que limitem ou apoiem o desenvolvimento do turismo e que possam ajudar a definir a coerência do Polo. 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:
 - . a escolha de determinadas atividades e recursos culturais ou naturais existentes, para incorporar ou excluir da oferta turística principal;
 - . a geração de vínculos entre elementos e iniciativas turísticas existentes, previamente dispersas e não relacionados entre si.
 - . 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 turístico 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, os objetivos globais devem definir a informação necessária na etapa de Diagnóstico, para que possa ser detalhada na etapa 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, permanência média, participação da clientela no total de turistas esperados etc.;
- descrição do tipo de turista desejado no futuro e que será motivado por meio das ações que se preveem no PDITS;
- tipos de turismo desejado;
- comportamento futuro do turista quanto ao gasto e à permanência 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;
- linha de base e previsões para os indicadores antes mencionados, base para o seguimento e avaliação dos objetivos e metas marcados.

Parte III – Análise do Polo – Diagnóstico Estratégico do Turismo

Nesta seção, propõe-se realizar uma análise detalhada, com base em coleta de grande gama de informações, que permita obter:

- a avaliação da situação estrutural da atividade turística na Área Turística;
- a posição competitiva 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 Polo até o estado da infraestrutura e dos serviços básicos, o quadro institucional e os aspectos socioambientais relacionados com as atividades turísticas. Tais levantamentos poderão ocorrer com base em fontes secundárias ou primárias. No caso do uso de fontes secundárias, as mesmas deverão ser avaliadas quanto à sua confiabilidade, representatividade e clareza.

Deve-se aportar tabelas, gráficos e diagramas que permitam sintetizar as informações analisadas em todos os capítulos do diagnóstico, de modo a facilitar o entendimento e a visualização da situação atual do turismo no Polo.

ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO (DEMANDA E OFERTA) DO POLO

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 focar na demanda. Registre-se que todo o processo de análise e diagnóstico deve ser interativo e confrontar as informações de oferta, demanda e demais aspectos de análise. Também é recomendado apresentar, inicialmente, uma análise sobre a oferta turística, de modo a facilitar o entendimento e a visualização da área. A análise do mercado turístico deverá integrar os elementos a seguir descritos.

Análise da Oferta Turística do Polo

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 necessárias para o aproveitamento do referido suporte por meio do consumo turístico.

No âmbito de um PDITS, deve-se analisar o estudo da oferta, de forma a ter uma visão muito clara da potencialidade turística de cada zona, portanto, precisa-se de uma boa catalogação dos recursos turísticos que permita avaliar e visualizar o nível de atratividade dos mesmos, aspecto essencial para discernir sobre a vocação turística do território, primeiro passo para a identificação de produtos turísticos potenciais.

Assim, a tarefa de avaliação dos recursos ou atrativos turísticos de base natural ou patrimonial é 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 para priorizar no PDITS, de modo a garantir a consecução dos objetivos

propostos à luz do desenvolvimento de novos atrativos potenciais ou da melhoria dos existentes.

Após uma avaliação geral dos atrativos existentes, de modo a evitar dispersões na análise, deve-se selecionar os recursos que incidem na capacidade de crescimento das linhas de produto concretas, avaliando os seus pontos fortes e suas limitações. 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 atualização do PDITS utilize metodologias internacionalmente reconhecidas para a análise de recursos turísticos, das atuais condições de visita **versus** as condições potenciais, do nível de atratividade, dos sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos, da sinalização informativa e interpretativa que será conveniente implantar ou melhorar, da necessária adequação dos recursos humanos, do nível de segurança e o tipo de gestão requerida para cada tipo de recurso ou atrativo turístico, a existência, ou não, de planos de gestão turística, 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 a 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 empresas dos diferentes subsetores de atividade (alojamento, alimentação, animação e lazer, congressos e convenções, operadores receptivos, informação turística etc.).

A entidade responsável pela elaboração do PDITS deve analisar os seguintes elementos: número de estabelecimentos; capacidade de atendimento: número de quartos, número de leitos, número de pessoas que podem ser atendidas simultaneamente, capacidade de acomodação de pessoas em salas etc. número de empregos gerados; graus de ocupação; níveis de investimento, ritmo histórico e previsões de crescimento¹; níveis de faturamento; e, valor agregado da atividade. Tal análise se dará em função de categorias, dimensão média, idade média do estabelecimento/empresa, temporalidade de funcionamento e 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.;

¹O 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.

- 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 (hospedagem, alimentação, transporte, lazer etc.) 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 Polo na WEB e em outros suportes, identificação dos agentes de divulgação turística de maior importância nos principais mercados emissores, análise das formas mais usuais de comercialização no Polo e identificação das limitações existentes;
 - . análise dos tipos de pacotes (mono-destino ou multidestino) em que o Polo é comercializado, determinando quais são os operadores e a rede de parceiros que contribuem para a formatação dos pacotes, sejam agentes externos ou agentes locais, bem como qual o regime de comissões vigente nos acordos entre os provedores;
- grau de integração da oferta e da cadeia de valor turística no Polo:
 - . 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, meios de hospedagem etc.;
 - . quantos e quais são as associações empresariais turísticas e como se articulam na estrutura produtiva do Polo;
 - . análise do grau de fragmentação da cadeia empresarial por conflitos entre companhias aéreas e agentes de viagem, entre companhias aéreas e operadores turísticos, operadores turísticos e hoteleiros, estabelecimentos de todas as classes e operadoras de 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 Polo, 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 subsetores de atividade turística (hospedagem, alimentação, transporte, lazer etc.), por meio da verificação de oferta, nível de capacitação e demanda atual e futura, indicando 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 sua evolução, assim como a existência de bolsas de trabalho setorial;
- participação dos empresários em sistema de qualidade turística ou em outros sistemas de certificação.

Análise da Demanda Atual do Polo

Permitirá 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 Polo: 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 Polo 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; equipamentos e serviços turísticos preferidos (hotel, pousada, apartamento, etc.); e, 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 utilizados pelos visitantes atuais, tipo de informação requerida, destinos competidores do Polo, 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 chegar e uma vez no 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.;
- balanço 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 Polo frente à possibilidade de se desenvolverem novos produtos para ofertá-los à demanda atual.

Análise da Demanda Turística Potencial do Polo

Permitirá conhecer os turistas que ainda não o tenham visitado, mas que poderiam visitar. A análise deve permitir que se quantifique o volume de visitantes potenciais, identificando 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 expectativa dos diferentes segmentos potenciais: padrões de qualidade mínimos que devem ser respeitados durante a experiência turística, nos serviços turísticos, na infraestrutura 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 de distribuição turística de maior uso, etc.;
- grau de conhecimento e interesse da demanda potencial pelo polo, incluindo as imagens associadas ao mesmo e a comparação com os atributos básicos que deveria reunir para 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.

ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS ENCONTRADOS NO POLO

Este componente corresponde a uma das 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 infraestrutura e serviços básicos com as necessidades futuras do Polo, face os incrementos da visitação turística, considerando:

- rede viária de acesso ao Polo 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;
- 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;
- nível de cobertura do sistema de esgotamento sanitário: população atendida, áreas urbanas não atendidas, grau de tratamento e pontos de lançamento dos efluentes;

- 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;
- situação da rede de drenagem pluvial: áreas urbanas atendidas; eventual ocorrência de inundação; população atingida e danos decorrentes;
- sistema de transporte urbano e interurbano: frequência e qualidade dos serviços; outras opções de locomoção nas zonas urbanas;
- condição do sistema de comunicação: cobertura dos serviços de telefonia fixa e move; de acesso a jornais, revistas, rádio, televisão comercial, internet;
- cobertura da iluminação pública: áreas urbanas atendidas; eventuais interrupções de fornecimento de energia;
- atendimento dos serviços de saúde: distribuição de postos, serviços ambulatoriais e capacidade de internação em hospitais ou clínicas especializadas e outros serviços correlatos;
- situação de segurança referente ao aparato policial: corpo de bombeiros, salva-vidas, 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 possuem potencialidade para o desenvolvimento do turismo.

A proposta de redes viárias de acesso a novas áreas de interesse turístico deve estar em processo prévio de planificação e ordenamento da zona, em caso contrário, os impactos do desenvolvimento desordenado podem ser irreparáveis.

ANÁLISE DO QUADRO INSTITUCIONAL DO POLO

Com o propósito de identificar as áreas críticas de intervenção:

- 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 gerenciar o turismo;
- 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;
- legislação urbanística, legislação ambiental, legislação turística, indicando, caso aplicável, necessidades específicas e aspectos críticos para o desenvolvimento turístico;
- 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 investimentos preferenciais na Área;
- instâncias de coordenação e representação do turismo no Estado, Polo e municípios, tais como conselhos de turismo, associações profissionais, foros etc., e valorar o seu funcionamento atual.

ANÁLISE DOS ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS DO POLO

- análise das condições ambientais do Polo, 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;
- 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;
- 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;
- gestão ambiental nas empresas privadas: programas de certificação ambiental de empresas turísticas em implementação;
- 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 Unidade de Conservação e outras áreas protegidas, estágio de implementação e respectivas fontes de recursos;
- 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;
- aportar informação relevante dos aspectos sociais das áreas do Polo com a atividade turística ou daquelas áreas com potencial para o desenvolvimento do setor, analisando o índice de desenvolvimento humano, grupos vulneráveis, setores de atividade tradicionais suscetíveis de apoiar o setor do turismo e informações que possam identificar oportunidades e riscos sociais derivados do desenvolvimento atual e potencial do turismo;
- 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), analisando e descrevendo os impactos sociais negativos do modelo turístico atual e as medidas de prevenção e correção que existem.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Esta análise, em conjunto com as estratégias de desenvolvimento turístico, é fundamental para a lógica turística e a coerência estratégica do documento. Portanto, deve ser um capítulo breve, objetivo e com clareza, que, através de tabelas, gráficos, diagramas e metodologias de análise (SWOT, Matriz Ansoff etc.), mostrem as conclusões da análise situacional do turismo realizada.

A compilação de dados indicadas nas seções anteriores deve permitir a realização da atividade de diagnóstico, em termos estratégicos, do Polo e de sua área de influência. 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, 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, à infraestrutura 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 do Polo 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 com informações confiáveis sobre os três aspectos acima citados. 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 Polo que se está propondo, derivado do diagnóstico estratégico anterior e que marcarão as estratégias, linhas de atuação e ações que serão propostas neste documento e nos documentos posteriores (ver o capítulo “Formulação de Objetivos”). Estes objetivos devem estar vinculados aos indicadores de monitoramento, de modo que seja possível visualizar o alcance da proposta e avaliar a consecução da mesma. Portanto, estes indicadores devem estar vinculados a linhas base, metas e fontes de verificação.

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:

- o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;
- 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;
- as infraestruturas e os serviços básicos requeridos;
- o quadro institucional, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública do turismo no nível local;
- 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 os setores mais vulneráveis) e empresas locais na cadeia produtiva do turismo, buscando a melhora social e a redução da pobreza.

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

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 deve apresentar vinculação com os aspectos analisados e destacados no diagnóstico.

As ações propostas devem ser agrupadas por componentes do PRODETUR Nacional, preparando-se uma descrição do seu conjunto com as seguintes indicações:

- nome da ação
- área de abrangência
- objetivo
- justificativa
- descrição da ação
- produtos e resultados

DIMENSIONAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL

Após a identificação das ações por componentes do PRODETUR Nacional e o correspondente dimensionamento dos investimentos, deverá ser estruturada uma tabela que indique os investimentos totais a serem realizados, nas moedas Real e Dólar, identificando-se a cotação de câmbio utilizada. Deve ser especificado o valor para cada ação proposta, componente e total do programa de atuação.

SELEÇÃO E PRIORIZAÇÃO DAS AÇÕES

As ações a serem financiadas no âmbito do PRODETUR Nacional 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 Nacional 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 infraestrutura planejadas em seu território.

Tais ações priorizadas deverão ser detalhadas em tabelas similares as especificadas no item “Visão Geral”.

DESCRIÇÃO DAS AÇÕES A SEREM REALIZADAS DURANTE OS DEZOITO PRIMEIROS MESES DE FINANCIAMENTO DO PRODETUR NACIONAL

As ações elegíveis para realização durante os dezoito primeiros meses de financiamento pelo PRODETUR Nacional devem ser caracterizadas, sendo acrescentados às descrições contidas no Plano de Ação (Parte V) os seguintes itens:

- objetivo
- justificativa
- efeito esperado no desenvolvimento turístico
- benefícios e beneficiários
- descrição da ação
- responsáveis pela execução
- entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço (se aplicável) e custo estimado
- custo estimado e fonte de financiamento
- gastos estimados de operação
- mecanismos previstos de recuperação de custos
- normas de licenciamento ambiental exigidas por lei
- indicadores de continuidade e fonte de verificação
- relação com outras ações quanto ao cronograma
- nível de avanço: indicar se existem projetos básicos ou executivos ou termos de referência ou solicitar 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 Nacional deve-se elaborar, adicionalmente, o Marco de Resultados Individual, contendo a justificativa, o levantamento da problemática relacionada e as possíveis soluções para cada projeto.

AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS

- 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 potencialização dos impactos positivos;
- 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.;
- avaliação dos impactos socioambientais cumulativos no 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;
- 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 afetados com o desenvolvimento do turismo;
- 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;
- seleção de 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;
- 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; 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 necessários para promover o monitoramento da evolução do turismo na Área e 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.

5. PARTICIPAÇÃO PÚBLICA E VALIDAÇÃO DO PDITS

Como parte dos serviços de consultoria deverá estar previsto no orçamento a organização e a 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, dos conselhos 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 de 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 4. 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.

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 XX (INSERIR O PRAZO) 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) do Polo, 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 "Laser Print" 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.

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 no item: Parte III – Diagnóstico da Área e das Atividades Turísticas | XX dias a partir da assinatura do contrato | 30 % |
| PRODUTO 3 | Relatório e material cartográfico contendo os resultados das atividades descritas nos itens: Parte IV – Estratégias de Desenvolvimento Turístico; e 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 e os resultados das atividades descritas no item: 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 % |

7. QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA

A equipe que realizará os trabalhos de formulação do PDITS deverá ser formada por 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, profissional de experiência comprovada em planejamento da atividade turística, planejamento urbanístico e planejamento ambiental, economia e mercado turístico, além de especialistas qualificados para o desenvolvimento das atividades de diagnóstico da área turística e à concepção e ao desenho das ações e projetos contemplados no Plano.

8. DOCUMENTOS DISPONÍVEIS PARA CONSULTA

Deverão ser apresentados os documentos existentes para subsidiar a elaboração do PDITS. A 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.

| Nº | NOME DOCUMENTO | DATA PRODUÇÃO | FONTE |
|----|----------------|---------------|-------|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |
| 6 | | | |
| 7 | | | |

9. ORÇAMENTO DOS SERVIÇOS

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

QUADRO 2: PLANILHA DE CUSTOS (ORÇAMENTO)

| ITEM | ESPECIFICAÇÃO/ DISCRIMINAÇÃO | UNID. | QTD. | PREÇO UNIT | PREÇO TOTAL |
|----------|---|-----------|------|------------|-------------|
| A | EQUIPE TÉCNICA | | | | |
| 1.0 | Coordenador | h/t | | | |
| 1.0 | Pessoal de Nível Superior | h/t | | | |
| | | | | | |
| 2.0 | Pessoal Auxiliar | h/t | | | |
| | | h/t | | | |
| | SUBTOTAL A | | | | |
| 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 ESCRITÓRIO (% subtotal a,b,c) | % | | | |
| | SUBTOTAL A, B, C, D | | | | |
| E | DESPESAS FISCAIS (% a, b, c, d) | % | | | |
| | TOTAL GERAL | | | | |