



Boas Práticas em Turismo

2015



Boas Práticas em Turismo

Presidente da República Federativa do Brasil
Dilma Rousseff

Ministro de Estado do Turismo
Henrique Eduardo Alves

Secretário Executivo
Alberto Alves

Secretário Nacional de Políticas de Turismo
Júnior Coimbra

Diretor do Departamento de Marketing Nacional
Márcio Nascimento

Diretor do Departamento de Estudos e Pesquisas
José Francisco Lopes

Coordenadora Geral de Estudos e Pesquisas
Neiva Duarte

Coordenadora Geral de Informações Gerenciais
Gilce Zelinda Battistuz

Diretora do Departamento de Produtos e Destinos
Teté Bezerra

Coordenador Geral de Estruturação de Destinos
Cristiano Borges

SEBRAE — Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Robson Braga de Andrade

Diretor Presidente
Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica
Heloísa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças
Luiz Barreto Pereira Filho

Gerente da Unidade de Atendimento Setorial Serviços
André Silva Spínola

Gerente-Adjunta da Unidade de Atendimento Setorial Serviços
Ana Clevia Guerreiro

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Presidente
Carlos Ivan Simonsen Leal

Diretor Executivo da FGV Projetos
Cesar Cunha Campos

FICHA TÉCNICA

EQUIPE DO MINISTÉRIO DO TURISMO

Departamento de Estudos e Pesquisas
Alan Cairo Ferreira Rosa
Andre Ricardo Santana da Costa
Cristiano Maluf Dib Valério
Gilce Zelinda Battistuz
Ilbert Israel do Nascimento Silva
João Felismario Batista Junior
Neiva Duarte
Pedro Vicente da Silva Neto

Departamento de Produtos e Destinos
Cristiano Borges
Fabiana Oliveira
Nayara Rodrigues Marques

Agradecimento Especial
Wilken Souto
Erika Nassar

EQUIPE DO SEBRAE

Coordenação Técnica
Lara Franco

Equipe Técnica
Graziele Vilela

Estagiário
Rosimar Martins

EQUIPE DA FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Coordenação Geral do Estudo
Luiz Gustavo M. Barbosa

Coordenação Executiva
Agnes Dantas
Cristiane Rezende

Equipe Técnica
Agnes Dantas
André Coelho
Cristiane Rezende
Erick Lacerda
Everson Machado
Fabiola Barros
Ique Guimarães
Laura Monteiro
Leonardo Siqueira
Luciana Vianna
Maria Clara Tenório
Paulo Cesar Stilpen
Natália El-Khoury
Thays Venturim Guimarães

Pesquisadores
Aline Luz
Flavia Marques
Isabela Sette
Marcelo Nunes
Natália Soutosa
Simony Marins

Revisão Ortográfica e Diagramação
FGV Projetos



Sumário

5 Apresentação

6 Boas Práticas

32 Agradecimentos

Apresentação

Durante a coleta de campo para a composição do Índice de Competitividade do Turismo Nacional, - realizada em 65 destinos turísticos do Brasil -, a Fundação Getulio Vargas (FGV) apoiou o Ministério do Turismo (MTur) e o Sebrae Nacional na identificação de ações e de projetos que representem economicidade, mobilização e cooperação nos destinos turísticos.

No período de maio a agosto de 2015, foram levantados ações ou projetos relacionados com as 13 dimensões que compõem o indicador. O ano de 2015 apresentou algumas características, dentre elas a capacidade das empresas e do poder público de realizar ações com redução de custos.

O objetivo final dessa coleta é apoiar o MTur e Sebrae na disseminação de casos de sucesso em diferentes realidades com foco no desenvolvimento territorial e na articulação regional, de modo a orientar políticas públicas e fomentar atividades do setor. O critério estabelecido determina que as ações, as práticas, ou os projetos –

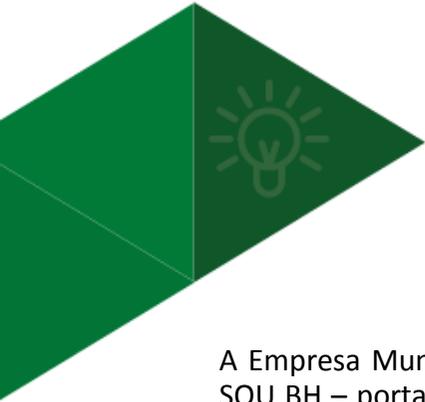
viabilizados pela cooperação entre atores e pela otimização de recursos – estejam executados ou em andamento.

Para serem levadas em consideração pelos pesquisadores durante o processo de identificação de informações em campo, as ações observadas nos 65 destinos deveriam preferencialmente: terem sede no destino; promoverem benefícios locais ou regionais; apresentar resultados efetivos que impactassem de forma direta ou indireta o turismo e/ou o turista; serem replicáveis em outros destinos com realidades similares; e terem sido viabilizados por meio da articulação entre diversos atores locais, envolvendo tecnologia ou outro tipo de inovação que permitisse sua implementação, ainda que com recursos escassos.

Como resultado, foram identificados mais de 60 projetos, dos quais 15 se destacaram a partir dos olhares de profissionais do setor alocados nas instituições envolvidas e estão apresentados a seguir.



Boas Práticas - 2015



Belo Horizonte - MG

A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) e o SOU BH – portal de informações sobre Belo Horizonte – firmaram uma parceria inédita que visa promover e divulgar o amor pela capital mineira. Em dezembro de 2014, foi assinado o Termo de Cooperação Técnica para potencializar a divulgação do destino turístico Belo Horizonte nos mais de 700 monitores de TV (LCD) que o portal possui em pontos estratégicos e de movimentação turística da cidade – aeroportos, rodoviária, farmácias, equipamentos culturais, entre outros.

Com a parceria, os equipamentos de comunicação da SOU BH passam a contar também com conteúdo turístico fornecido pela Belotur, incluindo o calendário oficial de eventos da cidade, informações sobre funcionamento dos roteiros e atrativos turísticos, indicação de atividades de entretenimento e lazer.

O intuito desta parceria é promover Belo Horizonte e sensibilizar os belo-horizontinos para a valorização e incentivo ao amor pela cidade - processo já denominado de “amorização”. Desde então, foram desenvolvidas ações cooperadas de publicidade e projetos como o Descubra BH, que estimula o belo-horizontino a compartilhar imagens e curiosidades da cidade utilizando as *hashtags* #descubrabh e #eusoubh nas redes sociais.

Além disso, é feita a divulgação dos novos produtos da oferta turística de Belo Horizonte e dos eventos que demarcam o posicionamento estratégico da cidade enquanto destino de lazer. O primeiro produto turístico a ganhar reforço na parceria é o Carnaval de BH 2015. Para a campanha foi produzida uma vinheta e um *hotsite* com todas as novidades e a programação completa do Carnaval na capital mineira, que também foram divulgadas no aplicativo para *mobile*.

A parceria não conta com dinheiro, apenas produção de conteúdo midiático e o interesse em comum de divulgar BH para os belo-horizontinos. O Termo de Cooperação Técnica foi assinado pelo presidente da Belotur, senhor Mauro Werkema, e pelo diretor-executivo do SouBH, Leonardo Chebly, em uma cerimônia realizada no Museu Inimá de Paula. Estavam presentes entidades do trade turístico, como a Associação de Bares e Restaurantes (Abrasel-MG), Associação da Indústria de Hotéis (ABIH-MG), Associação Brasileira de Organizadores de Eventos (ABEOC-MG), Instituto Estrada Real, Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte, Fecomércio, Sebrae, dentre outros.



Parceria Belotur e SOU BH

Início do projeto: 2014

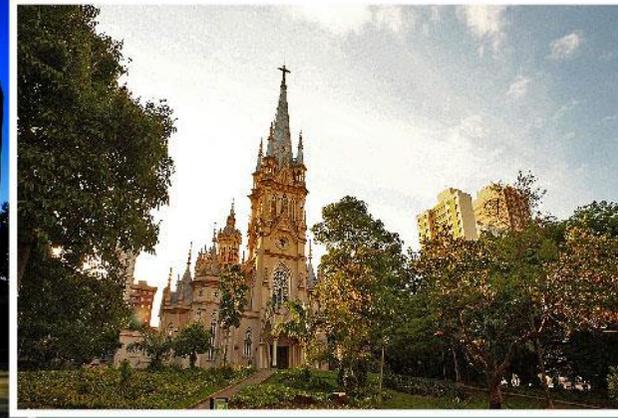
Contato para informações: Danielle Morreale

E-mail: anac.rodrigues@pbh.gov.br

Telefone: (31) 3246.0304

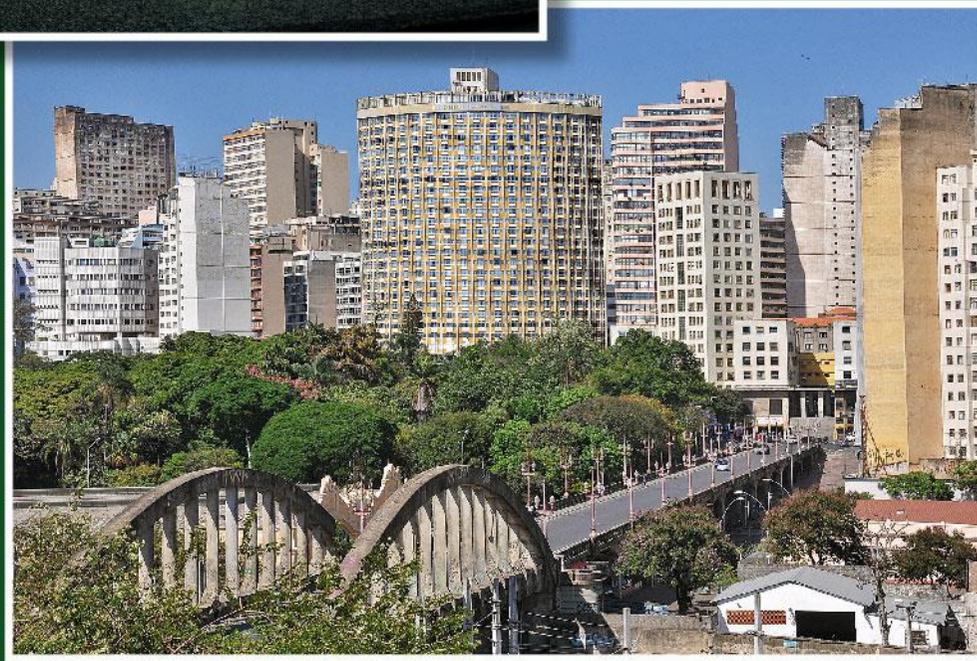
Site: <http://www.soubh.com.br/>

Crédito: Marcelo Rosa - Prefeitura de BH



Crédito: Belotur - Prefeitura de BH

Crédito: Breno Pataro - Prefeitura de BH





Boa Vista - RR

Iniciada em 2013 e intensificada em 2014, a operação Patrulha da Chuva trata-se de uma ação da Prefeitura de Boa Vista para eliminar ou diminuir pontos de alagamento na capital. A operação é feita de forma preventiva, iniciando-se antes do inverno e permanecendo durante a estação de chuvas, com drenagem de bocas de lobo, limpeza de igarapés, desobstrução de canais, obras de drenagem e equipamentos como bombas são usados para retirada de água.

Para tanto, segundo os gestores entrevistados, há investimento mínimo e alto retorno. As despesas são custos fixos da Prefeitura e as empresas que atuam são aquelas já licitadas, havendo apenas maior sinergia na utilização dos recursos usados pelas próprias estruturas municipais e deslocamento de equipes. Há compartilhamento de ações por órgãos ambientais, de preservação urbana e de defesa. A união de forças acaba por provocar efeitos em outras ações da Prefeitura como a

contribuição durante as operações com a pintura e conservação urbana e a atuação em campanhas com a equipe de educação ambiental, como na operação Praia Limpa, realizada no verão.

Com a ajuda deste patrulhamento não foram registrados casos de desabrigados na última estação de chuvas – ainda assim, há a disponibilização preventiva de alimentos, abrigos e uma estrutura de emergência caso seja necessário.



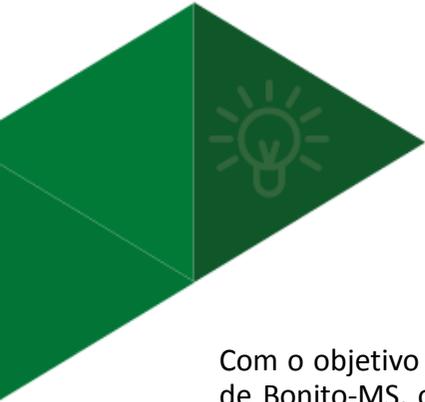
Patrulha da Chuva

Início do projeto: 2013

Contato para informações: Alda Amorim

E-mail: fetec@boavista.rr.gov.br

Telefone: (95) 3621-3975



Bonito - MS

Com o objetivo de fortalecer a captação de eventos para a cidade de Bonito-MS, o Bonito *Convention & Visitors Bureau* (BCVB), em parceria com a Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio, lançou o programa “Embaixadores de Eventos em Bonito”. O Programa apoia profissionais a influenciarem suas associações e entidades a realizar seus eventos na cidade de Bonito.

Estes profissionais, denominados “embaixadores”, receberão gratuitamente a assessoria do BCVB, desde o processo de candidatura até a realização do evento, compreendendo principalmente o estudo de viabilidade do evento, produção do dossiê de candidatura, visitas de inspeção, material promocional, entre outros.

Para o lançamento do Programa foi realizado um evento em Campo Grande/MS, com a presença de presidentes e membros de associações de áreas estratégicas, além de entidades promotoras de eventos e autoridades.

A ação foi realizada por meio de convênio, entre o BCVB e a Prefeitura Municipal de Bonito, e contou com o apoio de empresas associadas ao *Convention*, que ofereceram assessoria técnica e serviços sem custos. Com baixo investimento, criatividade e articulação, o Programa Embaixadores de Eventos em Bonito já resultou na captação de quatro novos eventos para os próximos anos, além de outros que estão em processo de negociação.



Embaixadores de Eventos em Bonito

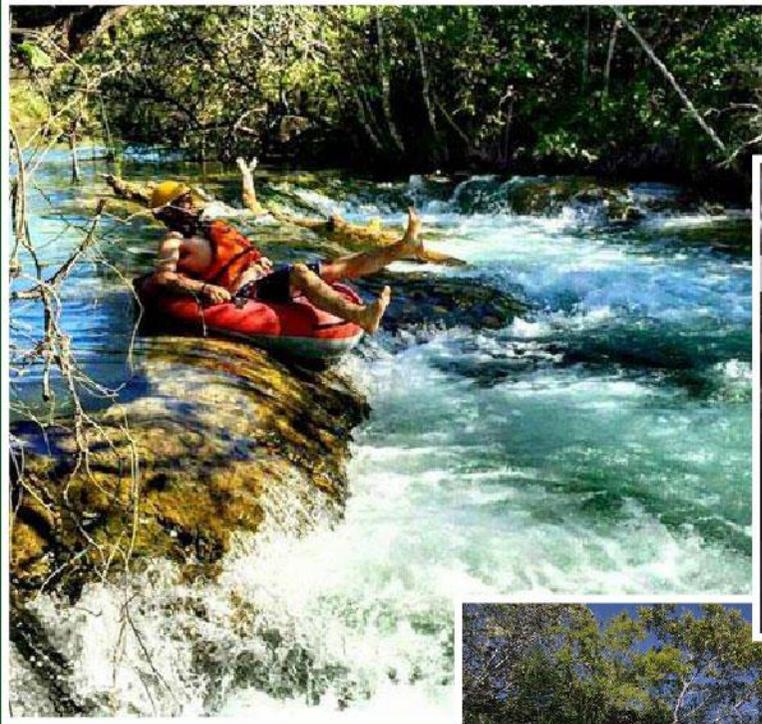
Início do projeto: 2015

Contato para informações: Janaina Mainchein

E-mail: janaina@bcvb.com.br

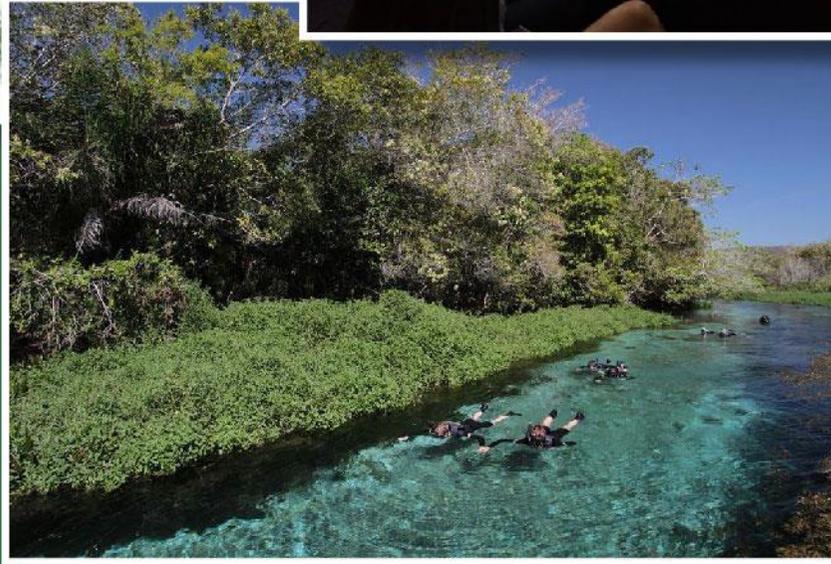
Telefone: (67) 3255-2207 / (67) 9668-7187

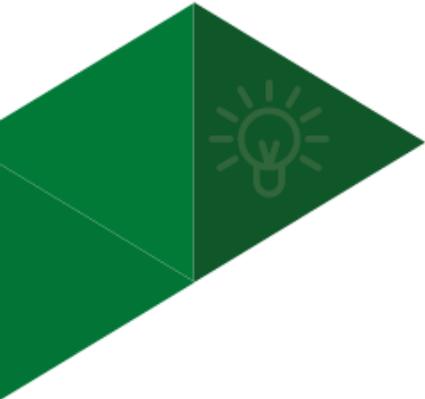
Crédito: Convention Visitors Bureau



Crédito: Convention Visitors Bureau

Crédito: Convention Visitors Bureau





Corumbá - MS

Com o objetivo de reunir dados e monitorar sistematicamente o desenvolvimento do turismo no município, a Fundação de Turismo do Pantanal de Corumbá instituiu, em 2013, o Observatório de Estudos e Pesquisas do Pantanal.

Na fase de implantação, o projeto contou com o apoio da Fecomércio-MS, que para dar agilidade à tabulação dos dados captados, doou um programa utilizado pelo seu instituto de pesquisas. O Observatório conta ainda com a parceria e o diálogo estreito com instituições de ensino, que disponibiliza dados e estágios voluntários dos cursos de Administração e Economia durante as pesquisas. A iniciativa privada é também uma grande colaboradora, recebendo os pesquisadores e fornecendo dados sobre seus negócios, amplamente analisados pelo Observatório.

Atualmente o Observatório desenvolve pesquisas quanti-qualitativas de demanda (inclusive sobre segmentos e eventos específicos), oferta e investimentos privados, nas áreas urbana e rural.

É perceptível, a partir dos resultados gerados pelo Observatório, o aumento da credibilidade da atividade turística pela sociedade local e pela própria gestão municipal. Importante frisar que o projeto está em fase de expansão e qualificação contínua.



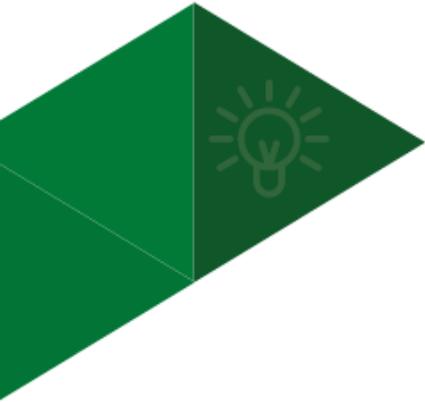
Observatório do Turismo do Pantanal

Início do projeto: 2013

Contato para informações: Hélènemarie Dias Fernandes / Ronan Xavier Machado

E-mail: helenemarietur@hotmail.com / ronanxm@hotmail.com

Telefone: (67) 9987-2010 / (67) 3232-7139



Corumbá - MS

Em busca de maior atratividade na oferta turística do destino e sustentabilidade socioeconômica do Centro de Convenções de Corumbá, foi assinado, em julho de 2013, o Termo de Cooperação Mútua entre a Fundação de Turismo do Pantanal e a Fecomércio-MS SESC para o Gerenciamento do Centro de Convenções do Pantanal de Corumbá.

Além de cumprir com sua função inicial de recepção de eventos, o local aderiu a missão do SESC de “contribuir para o desenvolvimento humano e a qualidade de vida dos empregados do comércio de bens, serviços e turismo, seus familiares e por extensão a sociedade, promovendo acesso com qualidade a experiências, informações e ações nas áreas de cultura, saúde, esporte, turismo e educação”. No Centro de Convenções foi implantado um cinema, por exemplo, o que não existia no destino há mais de uma década.

O local, que antes atendia em média 25mil pessoas por ano, passou a atender 120mil pessoas por ano, entre turistas, população local e participantes dos eventos que sedia.

Além da maior visitação do espaço, os resultados da parceria foram: eficiência financeira e administrativa do Centro de Convenções; diversificação da experiência turística e incremento da oferta no âmbito do lazer, cultura e arte; apropriação do espaço pela população local, gerando o sentimento de pertencimento do espaço que até então era visto como “do turista”; e formação permanente de agentes culturais.



Gerenciamento do Centro de Convenções do Pantanal de Corumbá

Início do projeto: 2013

Contato para informações: Hélènemarie Dias Fernandes / Luiz Ricardo Rocha

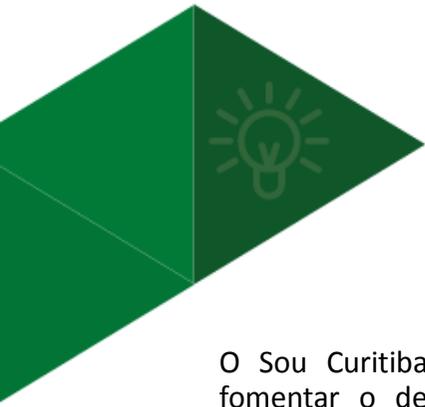
E-mail: helenemarietur@hotmail.com / luizricardorochoa27@gmail.com

Telefone: (67) 9987-2010 / (67) 9811-5316

Crédito: Fundação de Turismo do Pantanal



Crédito: Fundação de Turismo do Pantanal



Curitiba - PR

O Sou Curitiba é um projeto de economia criativa que visa fomentar o desenvolvimento de suvenires inovadores para a cidade de Curitiba.

O projeto tem como objetivos: ter um conjunto de produtos suvenires de qualidade inspirado na identidade curitibana; gerar negócios, ampliando as possibilidades de comercialização de pequenos produtores locais; atender às necessidades e os desejos do mercado turístico, materializando suas experiências e fortalecendo Curitiba como destino.

O projeto se destina a artesãos, profissionais de criação, empreendedores individuais, microempresas e produtores de objetos e produtos alimentícios feitos de forma artesanal, manual ou semi-industrial. Estes públicos recebem consultorias técnicas especializadas para a criação de suvenires exclusivos, concentradas em três fases: capacitação e criação; curadoria e seleção e produção e comercialização. Há palestras sobre negócio, empreendedorismo e suvenires criativos, visita a atrativos e informações sobre o mercado e perfil dos turistas.

A primeira turma foi formada em 2013, ano da nova coleção e da criação da marca Sou Curitiba.

A coleção é o grande resultado deste trabalho, que pode ser encontrado nas Lojas Leve Curitiba, pontos de venda estratégicos espalhados pela cidade, além da venda *online* no site da marca. Nas lojas há campanhas para divulgação da cidade - caso o visitante curta a página da marca no Facebook ou Instagram, ele ganha um *bottom*.

O Sou Curitiba possui como apoio o Sebrae-PR, a Prefeitura de Curitiba, o Instituto Pro-Curitiba (IPCC), a Fundação de Ação Social (FAS), o Instituto Municipal Curitiba Turismo, a Fundação Cultural de Curitiba, o Curitiba Região e Litoral *Convention & Visitors Bureau*, a Universidade Federal do Paraná (UFPR) e o Centro Brasil Design (CBD).

A iniciativa fomenta ganhos diversos, como a valorização da identidade curitibana, profissionalização do artesão, qualificação do próprio artesanato e melhorias na promoção da imagem do destino. A experiência promoveu ainda a sinergia entre os agentes envolvidos e a contribuição social, já que os lucros das Lojas Leve Curitiba são revertidos para o Instituto Pró Cidadania e para projetos sociais na cidade.



Sou Curitiba

Início do projeto: 2013

Contato para informações: Patrícia Albanez

E-mail: palbanez@pr.sebrae.com.br

Telefone: (41) 3330-5908

Site: <http://sites.pr.sebrae.com.br/soucuritiba/>

Crédito: Sebrae - PR



Convite

Lançamento da
3ª Coleção de Souvenirs
SouCuritiba

Dia 20 de novembro de 2015,
às 15:00 horas.
Espaço VVIP Arena da Baixada CAP
Rua Buenos Aires, 1260
Torre de Acesso da Esplanada - Escada ou Elevador 11.

Haverá controle de acesso à Arena, por isso é imprescindível a
confirmação de presença até o dia 17/11.
Confirmações: aal.meida@pr.sebrae.com.br
Informações: 41 3330-5737 com Ana Lia

www.soucuritiba.com

Realização:



Parceria:



Crédito: Sebrae - PR

Crédito: Sebrae - PR



Sou Curitiba

- souvenirs -



Crédito: Sebrae - PR



Jijoca de Jericoacoara - CE

Em função do grande número de turistas que visitam a Vila de Jericoacoara anualmente, o volume de lixo gerado no local (principalmente na alta temporada) aumenta significativamente. Em 2014, a Prefeitura teve problemas com a empresa que recolhia o lixo e veículos responsáveis pelo serviço ficaram indisponíveis, o que acarretou em inúmeros transtornos, causando inclusive repercussão negativa sobre o destino na mídia.

Com o objetivo de minimizar os problemas provocados a partir do volume de lixo gerado no local, a Prefeitura, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Meio Ambiente (SETMA) deu início a um projeto em parceria com a Associação Empresarial Eu Amo Jeri e o Conselho Comunitário de Jericoacoara para reciclagem do lixo. A Coleta Seletiva de Lixo na Vila de Jericoacoara é realizada pela Prefeitura regularmente – de segunda a sábado.

A Prefeitura também assumiu a reforma de um antigo galpão para instalação de uma Usina de Triagem de Material Reciclável e

contratou funcionários para o local.

A Associação Eu Amo Jeri se responsabilizou pela compra da máquina de prensa para o local. A gestão do espaço é feita em conjunto pelas três entidades. Os recursos arrecadados com a venda dos materiais recicláveis são utilizados para manutenção do espaço, pagamento de adicional de insalubridade para equipe de trabalho, combustível do veículo para coleta, material de limpeza, material para condicionamento, dentre outros.

A Associação Empresarial é responsável pelos gastos com alimentação mensal da equipe de trabalho, vale transporte e disponibilização de internet. Trata-se de uma ação que só foi possível com a cooperação entre o setor público, privado e comunidade local, que buscaram uma solução conjunta, compartilhando também os custos financeiros, em benefício de todo o destino.



Coleta Seletiva de Lixo na Vila de Jericoacoara

Início do projeto: 2015

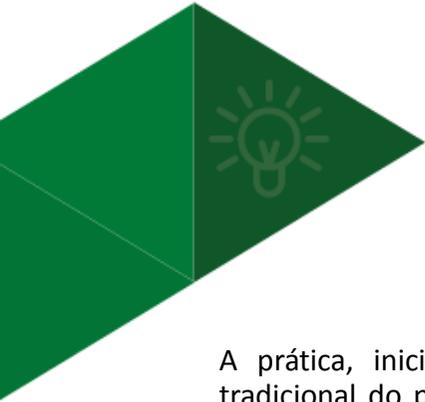
Contato para informações: José Bezerra de Sousa Junior

E-mail: setmajjocadejericoacoara@gmail.com

Telefone: (88) 9 9792-0521

Crédito: Prefeitura de Jijoca - SETMA





Maraú - BA

A prática, iniciada na ocasião do Festival da Tainha (evento tradicional do povoado) e que recebeu em 2014 uma roupagem técnica diferenciada, inspirou a parceria entre a Secretaria de Turismo com a Secretaria de Agricultura do município. Trata-se da realização semanal de uma feira com agricultores das famílias da área rural para atender a comunidade e empreendimentos turísticos, com produtos orgânicos e regionais. A ação, além de fazer com que as famílias rurais desenvolvam renda e consumo sustentável, também contribui com a permanência destas famílias no campo.

A feira acontece toda quinta-feira, no Povoado de Barra Grande, área de maior concentração turística e onde se localiza a maior parte dos restaurantes da cidade. Por se tratar de um município que possui problemas sérios de locomoção entre seus povoados, sede, área turística e rural, dada as condições da estrada, os custos com insumos para restaurantes são geralmente altos,

refletindo no preço final dos pratos. A feira, além de possibilitar a aquisição desse material por um custo mais baixo, também se destina ao consumidor final (o turista) que pode ter acesso a doces artesanais, que normalmente não encontraria se não se deslocasse até as áreas rurais da cidade, auxiliando também na divulgação cultural do destino.



Agricultura familiar voltada para turismo sustentável

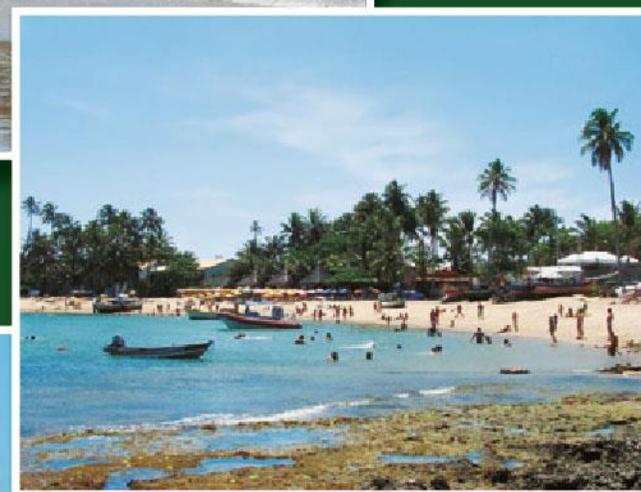
Início do projeto: 2014

Contato para informações: Vademir Souza Lisboa Filho

E-mail: vsouzalisboafilho@yahoo.com.br



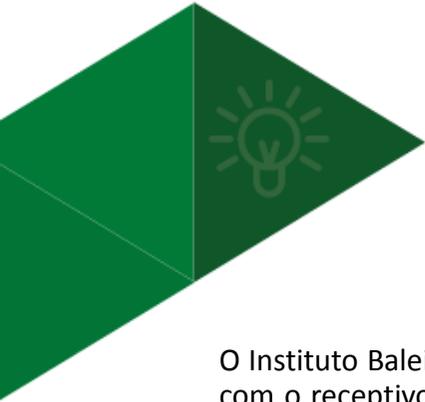
Crédito: Banco de Imagem do MTur.



Crédito: Banco de Imagem do MTur.



Crédito: Banco de Imagem do MTur.



Mata de São João - BA

O Instituto Baleia Jubarte (IBJ) desenvolve um projeto em parceria com o receptivo local para a realização do turismo de observação de baleias – prática internacionalmente conhecida como *whalewatching*. O objetivo é proporcionar uma experiência diferenciada às pessoas, gerando o mínimo de impacto ambiental possível, e sensibilizá-las para a importância da conservação da espécie. Estes animais vêm anualmente à costa brasileira para reprodução, no período entre julho e novembro, e o litoral da Bahia é bastante procurado devido às águas mornas.

Nessa parceria, o Instituto Baleia Jubarte e as operadoras locais Portomar, Abrolhos Turismo e Base Náutica fazem um trabalho conjunto: as operadoras viabilizam a realização de passeios náuticos para a observação de baleias jubarte em alto mar, com a estrutura e as condições necessárias, e reservam vagas para o embarque de pesquisadores em todos os passeios; o IBJ disponibiliza técnicos e pesquisadores que acompanham os passeios, realizam palestras de conscientização com os turistas antes do embarque, fazem o monitoramento das baleias avistadas e a fiscalização para que os impactos sejam os menores possíveis.

O valor dos passeios fica entre R\$ 170,00 e R\$ 200,00. Parte do ganho é repassado ao IBJ e contribui para a continuação de pesquisas científicas do Projeto Baleia Jubarte. O restante fica com as operadoras parceiras, que recebem capacitação e um selo com a chancela do IBJ.

Dessa forma, a atividade se torna sustentável, as pesquisas e o monitoramento feitos pelo IBJ são viabilizados, as operadoras respeitam as normas da regulamentação internacional para observação dos cetáceos, e os turistas se beneficiam com a segurança de estarem realizando a atividade com uma agência parceira do IBJ, que contribui para as ações de pesquisa e conservação do Projeto Baleia Jubarte e que é feita de forma responsável. Anualmente, cerca de 3.000 turistas participam do turismo de observação de baleias na Praia do Forte.



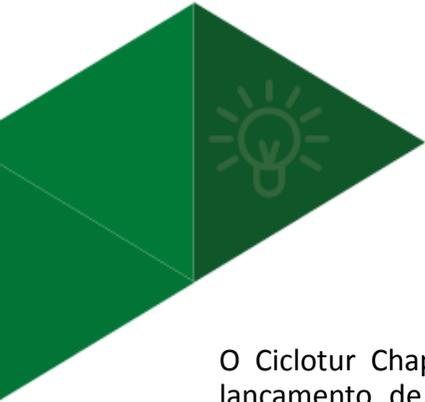
Turismo de Observação de Baleias - *Whalewatching*

Início do projeto: 2001

Contato para informações: Luena Fernandes

E-mail: luena.fernandes@baleiajubarte.org.br

Telefone: (71) 3676-1463



Nova Olinda - CE

O Ciclotur Chapada do Araripe foi um evento experimental de lançamento de um roteiro permanente que pudesse ser feito autonomamente pelo visitante, feito em 2014. Idealizado pelo grupo Eco Biker's desde 2010, conseguiu ser articulado entre 2013 e 2014 com parcerias como o Geopark Araripe e apoio das prefeituras de Nova Olinda, Crato, Santana do Cariri, Barbalha, Missão Velha e Juazeiro do Norte, contando ainda com parcerias como o Sebrae, a Fundação Casa Grande, a Floresta Nacional do Araripe (ICMBIO), Parque Estadual do Sítio do Fundão, Instituto Karius e Sítio Pinheiros.

A ideia partiu de exemplos de rotas de cicloturismo e turismo de aventura no Brasil, como em São Paulo e Santa Catarina, sendo o primeiro percurso de cicloturismo do Estado do Ceará. O roteiro envolveu 272 quilômetros percorridos em aproximadamente cinco dias nos seis municípios da região, passando por áreas verdes e asfalto, sendo em Nova Olinda alguns dos pernoites. Participaram

ciclistas do Ceará e de outros estados e envolve profissionais como jornalistas, blogueiros e agências de viagens.

Como resultados desta experiência tem-se a geração de benefícios maiores do que os esperados ou investidos inicialmente, como a criação de projetos de sinalização. Houve, além disso, o estímulo ao empreendedorismo em uma das cidades para o desenvolvimento de hospedagens domiciliares. A empresa Trilhar de Ernesto Rocha, presidente do grupo Ecobiker's, surgiu deste trabalho e vem levando turistas para o percurso, um roteiro que já foi inclusive comercializado em eventos. Na experiência, descobriram curiosidades das cidades que serão usadas como atrativos. Há valorização tanto de atrativos naturais diferenciados, mas ainda pouco explorados, quanto de atrativos culturais como a história, curiosidades e gastronomia local.



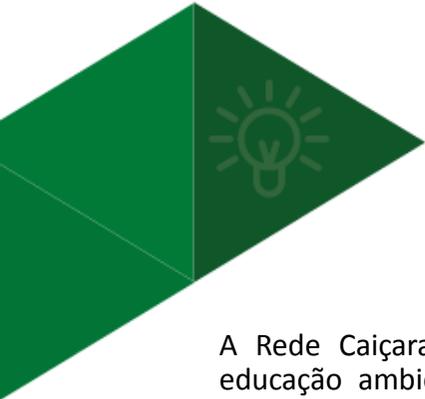
Ciclotur Chapada do Araripe

Início do projeto: 2014

Contato para informações: Ernesto Rocha

E-mail: trilharetudo@gmail.com

Telefone: (88) 9990-46263



Paranaguá - PR

A Rede Caiçara de Turismo Comunitário parte do projeto de educação ambiental do Terminal de Contêineres de Paranaguá (TCP). O objetivo é promover o desenvolvimento do turismo comunitário nas comunidades da Bahia de Paranaguá, de forma a valorizar a cultura, a culinária e os atrativos locais sem promover impacto ambiental negativo e contribuindo para o sustento das próprias comunidades. As comunidades e a Prefeitura, por meio da Fundação Municipal de Turismo, além do Sebrae-PR, são instituições parceiras.

O projeto foi iniciado em 2013 e envolveu ações de sensibilização e capacitação sobre o turismo de base comunitária. Nestas ações foram visitadas iniciativas como a do roteiro de turismo rural e comunitário da cidade de Joinville (SC), o projeto Viva Ciranda. A fase inicial envolveu a identificação de potenciais, e foram trabalhados os saberes locais, boas práticas em alimentação, entre outros, por meio de encontros semanais. Cada comunidade precisou, em seguida, criar um projeto identificando necessidades e ações. No final de 2013 os primeiros grupos experimentais já realizavam atividades para pequenos grupos de turistas. Em 2014 foi criada a rede, sendo que cada comunidade possui um regimento com suas normas de gestão. Estão atualmente ativas as comunidades de Ponta do Mar, São Miguel, Paiçaguera, Eufrasina e Ilha dos Valadares.

Um dos maiores grupos recebidos na rede possuía 70 pessoas e, até 2014, foram 279 visitantes. A rede desenvolve passeios ciclísticos, atividades de canoagem e outros.

Um dos impactos dos trabalhos desenvolvidos pela rede foi a identificação da problemática dos resíduos sólidos nas ilhas. Não sabendo como lidar com os resíduos pelas dificuldades que envolvem a questão de logística nestes ambientes, o lixo era deixado em pontos nas comunidades. Foi criado um projeto de economia solidária para trocas de resíduos, realizado uma vez por mês em cada comunidade. Os moradores precisam deixar seus resíduos devidamente embalados e o material é vendido para a Associação de Recicladores Nova Esperança, com o aval do Ibama e com a utilização de uma moeda social, sendo o valor calculado por quilo de resíduos – um quilo de plástico, por exemplo, vale R\$ 0,60 e do alumínio, o equivalente a R\$ 2,00. Esta moeda é trocada por alimentos em um mercado a preço de custo. Esta iniciativa é feita na forma de campanhas e as quatro já realizadas coletaram 15 toneladas de resíduos. A TCP é o investidor social que compra os alimentos e custeia os recursos para as ações. Objetiva-se que a autonomia das comunidades seja alcançada e, para isto, há estímulos para que as próprias controlem seus recursos e processos.



Rede Caiçara de Turismo Comunitário

Início do projeto: 2013

Contato para informações: Sara Regina Sampaio de Pontes

E-mail: tursustentavel@gmail.com

Telefone: (41) 9960.3258

Site: <https://www.facebook.com/redecaicara>

Exemplar Turismo
Rede Caiçara de Turismo Comunitário – Paranaguá
São Miguel



Bem vindo à comunidade de São Miguel!!!

A Comunidade Marítima de São Miguel está localizada no Distrito Paranaguá e é também conhecida como "Saco de Tumbadores", fazenda referente à comunidade tomam o tempo após cada outono.

Muito conhecida por sua hospitalidade singular, São Miguel é uma comunidade que guarda tradições Caiçaras como o Fale do Divino, a casa de farinha, os pratos de seu litoral etc... Tem ainda de oferecer uma bela vista: Mata Atlântica. Vivemos essencialmente da pesca de siri, sendo fonte de renda e alimentação.

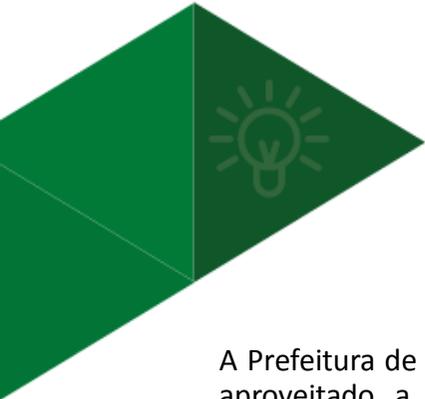
Em 2013 estamos iniciando nosso projeto de turismo de base comunitário, e por isso, pedimos a todos a participação com nossas famílias e a sugestão e avaliação de nossos serviços.

Esperamos oferecer o melhor em turismo com simplicidade, mas com hospitalidade e cuidados únicos. Siga-nos nas próximas páginas neste perfil de atividades, sempre à vontade para quem quiser ou simplesmente aproveitar o cenário de nossa comunidade.

turismocaiçara@gmail.com
www.facebook.com/redecaiçara

Página 2





Salvador - BA

A Prefeitura de Salvador e a Empresa de Turismo S/A (Saltur) têm aproveitado a experiência adquirida com o Comitê Olímpico Internacional (COI) no conjunto de eventos da Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo de 2014 para trazer eficiência na gestão de recursos. A Gestão de Marcas, prática aplicada pelo setor público em parceria com o setor privado, iniciou-se na realização otimizada de grandes eventos, onde os resultados estão sendo verificados no cotidiano da cidade.

O *know-how* das operações em proteção às marcas dos patrocinadores de eventos, o *modus operandi* dos organizadores internacionais nos sistemas de ordenamento da publicidade, o combate ao marketing de emboscada e a preservação dos direitos dos patrocinadores foram fatores utilizados no Carnaval de 2014 e 2015 e contribuíram para que, em 2014, a cidade tivesse seu maior Carnaval autopatrocinado. Com os investimentos de grandes empresas privadas e a confiança do empresariado na

gestão pública, além de custear todo o evento poupando recursos públicos, os excedentes financiaram, por exemplo, a promoção da cidade em voo oferecido por uma empresa aérea europeia.

O trabalho de Gestão de Marcas deflagra uma série de efeitos induzidos que podem ser sintetizados em uma mudança na mentalidade e acordos entre a gestão pública e privada, com um incremento da confiança local. A cooperação e a mobilização ocorre da seguinte forma: enquanto os eventos são financiados por patrocinadores privados, a Prefeitura entra apenas com apoio na infraestrutura, havendo economia nos gastos públicos e ganhos de publicidade para as empresas. Este sistema de gestão já recondiçãoou um caixa eletrônico no Mercado Modelo, requalificou campos de futebol e outras ações e eventos estão em andamento, impactando diretamente na formatação do calendário de eventos da cidade.



Gestão de Marcas

Início do projeto: 2013

Contato para informações: Isaac Edington

E-mail: edington@salvador.ba.gov.br

Telefone: (71) 3202-7608

Crédito: Prefeitura de Salvador - Saltur



Crédito: Prefeitura de Salvador - Saltur



Crédito: Prefeitura de Salvador - Saltur



São Paulo - SP

A São Paulo Turismo S/A (SPTuris) iniciou uma parceria com a Associação das Prefeituras das Cidades Estância do estado de São Paulo (Aprecesp), com o intuito de unir esforços para promoção turística conjunta da cidade e do estado. Em função do contingenciamento orçamentário enfrentado pela SPTuris, foram divididas responsabilidades para viabilização das ações: a parte financeira foi absorvida pela Aprecesp e a SPTuris se responsabilizou pela organização e definição dos mercados prioritários para atuação.

A primeira ação oriunda dessa parceria aconteceu no dia 25 de Junho em Lima, Peru. Para essa ação, a SPTURIS negociou a aquisição de bilhetes aéreos gratuitos para os participantes, em parceria com a TAME Linhas Aéreas Equatorianas, enfocando os benefícios também para incremento do fluxo aéreo da companhia para o trecho Lima/São Paulo. O Comitê Descubra Brasil Peru foi acionado para sediar o evento nas dependências da embaixada do Brasil em Lima.

Com o compromisso de todos os envolvidos, as empresas mencionadas convidaram ainda o trade paulistano, que participaram levando seus produtos ao conhecimento do mercado peruano. As redes hoteleiras Accor, Atlântica, BHG, Bourbon e GJP manifestaram interesse para apresentar comercialmente seus produtos, bem como as cidades de Embu das Artes, Guaratinguetá, Iguape, Ilhabela e São Roque com informações institucionais.

Ressalta-se que essa ação não seria possível se realizada de maneira isolada pela SPTuris, dado os altos custos e as limitações orçamentárias enfrentadas em 2015 pela entidade. Dentre os benefícios já percebidos, vale ressaltar a maior integração da capital com os demais destinos turísticos do estado, por meio da Aprecesp, fortalecendo o seu papel enquanto um destino que induz o desenvolvimento turístico para o estado de São Paulo.



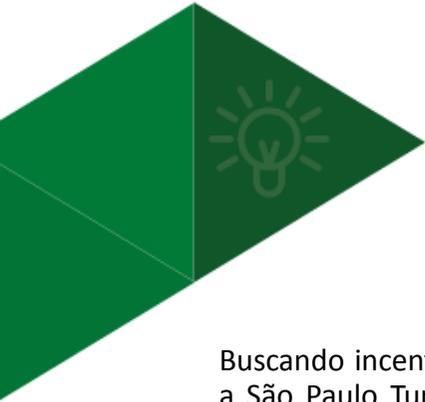
Workshop Descubra São Paulo

Início do projeto: 2015

Contato para informações: Marisa Marrocos

E-mail: marisamarrocos@spturis.com

Telefone: (11) 2226-0614



São Paulo - SP

Buscando incentivar uma forma alternativa de conhecer a cidade, a São Paulo Turismo S/A (SPTuris) lançou em 2015 um site com roteiros exclusivos para aqueles que desejam explorar pontos turísticos de bicicleta: o SP de Bike.

O site conta com informações sobre as vias exclusivas, onde e como alugar uma bicicleta, além de regras de etiqueta e segurança e informações sobre os locais *bike friendly* – aqueles que estão equipados para receber bem quem chega pedalando ou contam com serviços específicos para esse público.

São cinco roteiros sugeridos: Centro Histórico durante a semana; da Luz à Liberdade aos sábados; de Parque em Parque durante a semana; da Avenida Paulista ao Parque Ibirapuera; e de Parque em Parque aos domingos. Trata-se de rotas que passam prioritariamente por vias exclusivas para ciclistas e possuem atrativos turísticos no caminho, como parques, museus, centros

culturais e prédios históricos. Também acessível para versão de plataforma *mobile* (*tablets* e *smartphones*), o SP de Bike disponibiliza o mapa geral da infraestrutura cicloviária (ciclovias e ciclofaixas) existente na cidade dividida por região, facilitando a visualização dos locais para pedalar.

É possível também checar a distância do percurso, o nível de dificuldade e o tempo previsto. Com pouco recurso e utilizando somente a estrutura já existente, a SPTuris conseguiu reunir, organizar e disponibilizar informações importantes, de maneira simples e acessível. Desse modo, foi possível apresentar mais uma possibilidade para o turista conhecer e interagir com o destino, de uma maneira criativa, saudável e sustentável!



SP de Bike

Início do projeto: 2015

Contato para informações: Lilian Natal

E-mail: lilian@spturis.com

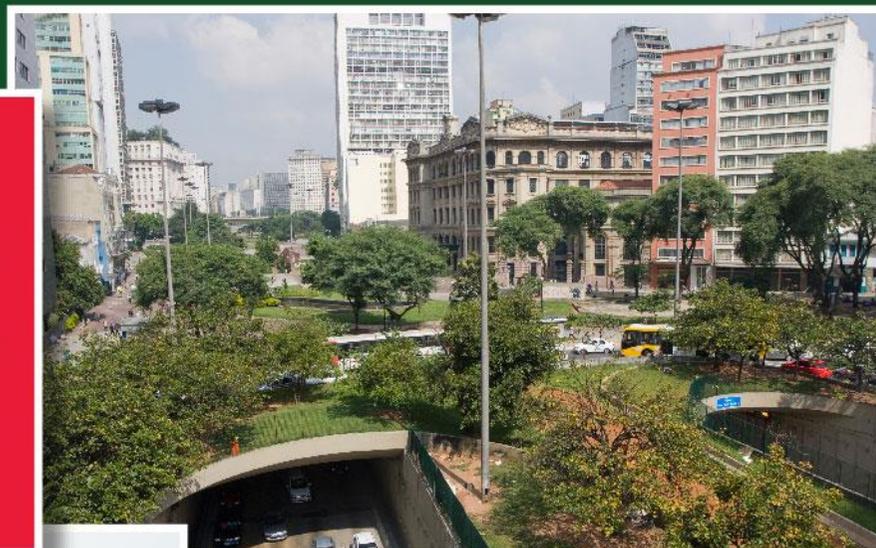
Telefone: (11) 2226 0408 / (11) 9-9997-5146

Site: <http://www.cidadedesao Paulo.com/spdebike/>

Crédito: Ministério do Turismo



Crédito: Projeto SP de Bike



Crédito: Ministério do Turismo



Crédito: Ministério do Turismo



Teresina - PI

O Teresina Mais Negócios foi um projeto criado pelo órgão gestor de turismo de Teresina, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEMDEC). O objetivo do projeto era dinamizar a atividade turística no município.

Trata-se de uma parceria instituída com bares, restaurantes, hotéis, academias, cooperativas de táxi, clínicas de estética, entre outros estabelecimentos locais, no intuito de conceder descontos e cortesias para os turistas que se hospedam na capital do Piauí. Em 2014, a ação virou objeto de uma lei (4.642/2014) e começou a ser implementada.

Ao realizar o *check-in* no hotel em que ficará hospedado, o turista recebe uma carteirinha com uma espécie de identificação e uma revista em que se encontra uma relação dos estabelecimentos que fazem parte do programa.

O benefício dura pelo tempo em que o turista estiver hospedado no destino e, ao final, a SEMDEC realiza uma avaliação por meio de questionário, no qual o turista avalia os serviços utilizados, valor gasto e pode sugerir outros serviços que poderiam ser incluídos no programa. Ao todo, são 66 estabelecimentos cadastrados até o momento.



Teresina Mais Negócios

Início do projeto: 2014

Contato para informações: Eneas do Rêgo Barros

E-mail: eneas@piui.com.br

Telefone: (86) 3215-9426 / (86) 9986-9132

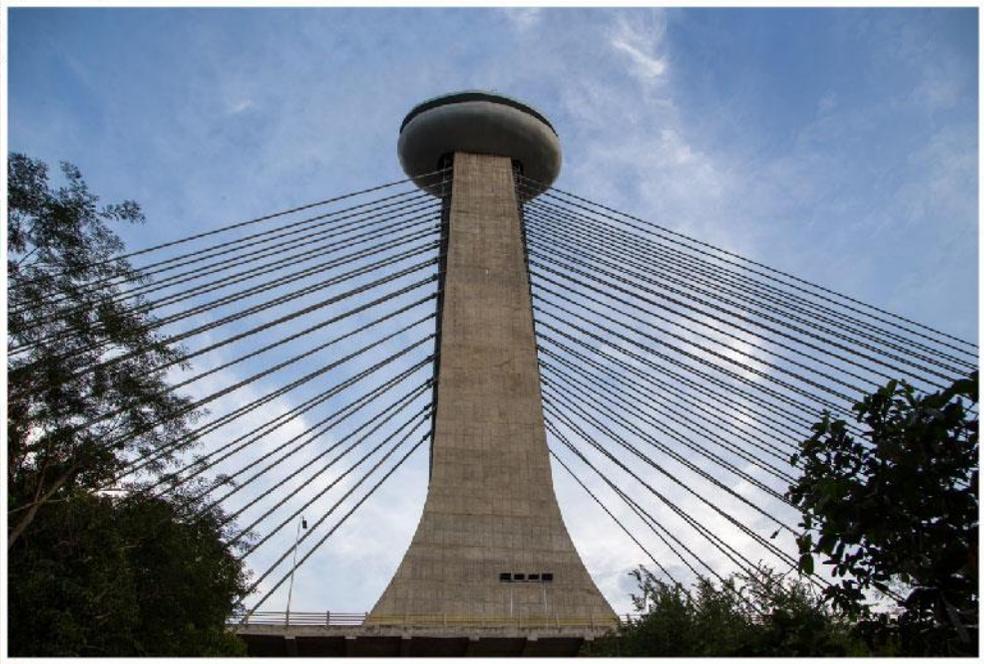
Crédito: Mudestino Barroso



Crédito: Mudestino Barroso



Crédito: Mudestino Barroso



Agradecimentos

As equipes do Ministério do Turismo, Sebrae Nacional e Fundação Getúlio Vargas agradecem a todos os profissionais que, ligados direta ou indiretamente ao turismo, colaboram para o desenvolvimento e inovação do setor.

Agradecemos em especial aos atores locais e regionais que contribuíram para esta publicação, fornecendo informações, contatos pessoais, detalhes e imagens que permitiram a identificação das Boas Práticas aqui apresentadas.

Esta publicação reúne um conjunto resumido de um rico universo de iniciativas e atividades observadas durante os cerca de quatro meses em que os pesquisadores da FGV permaneceram em campo ao longo das visitas aos 65 destinos.

Nosso reconhecimento se estende, ainda, a todos os gestores e técnicos das Secretarias de Turismo dos destinos e órgãos do poder público municipal, e das unidades do Sebrae nos Estados, que tornaram possível a identificação destas ações e que não medem esforços para superar desafios diários.

Parabenizamos e direcionamos nossa gratidão, ainda, àqueles envolvidos nos projetos aqui apresentados, em especial aos que gentilmente disponibilizaram os contatos que constam nesta publicação, e entenderam a importância de participar de um processo de disseminação das práticas para todos os eventuais interessados.

Tais ações denotam abertura para a discussão, disponibilidade para a construção do conhecimento, espírito empreendedor e compromisso com a capacidade de inovar e de promover o incremento da atividade turística.

Agradecemos, por fim, a toda a equipe de técnicos e de gestores envolvidos neste trabalho: técnicos do Ministério do Turismo, Sebrae Nacional e Fundação Getúlio Vargas. E em especial aos pesquisadores de campo, profissionais que não medem esforços para fazer valer sua dedicação em identificar boas ideias, projetos e iniciativas implementadas nos destinos pesquisados.



Ministério do
Turismo

