



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO

OS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO NO BRASIL

Andréa Brito Theorga

BRASÍLIA

2016

Andréa Brito Theorga

OS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO NO BRASIL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília -UnB, como pré-requisito para a obtenção de grau de Mestre em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. José Aroudo Mota

BRASÍLIA

2016

Theorga, Andréa Brito
TT396o Os observatórios de turismo no Brasil / Andréa
Brito Theorga; orientador José Aroudo Mota. --
Brasília, 2016.
137 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado Profissional em
Turismo) -- Universidade de Brasília, 2016.

1. Observatórios de Turismo. 2. Monitoramento e
Avaliação. 3. Destinos Turísticos. I. Mota, José
Aroudo, orient. II. Título.

OS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO NO BRASIL

Andréa Brito Theorga

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, como pré-requisito para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, área de concentração Cultura e Desenvolvimento Regional; Linha de Pesquisa: Desenvolvimento, Políticas Públicas e Gestão no Turismo.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. José Aroudo Mota
Universidade de Brasília (UnB) - Orientador

Prof^a. Dr^a. Marutschka Martini Moesch
Universidade de Brasília (UnB) - Presidente

Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena
Universidade de Brasília (UnB) – Membro efetivo interno

Prof. Dr. Guilherme Mendes Resende
Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) – Membro externo

Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso
Universidade de Brasília (UnB) – Membro suplente interno

Brasília, 18 de maio de 2016.

AGRADECIMENTOS

À Deus pelas escolhas que me permite fazer todos os dias e que me levam a trilhar novos e importantes caminhos para o meu desenvolvimento pessoal, espiritual e profissional.

Aos meus pais, Antônio Sylvio Ferreira Theorga e Maria Izete de Brito Theorga e a minha prima-irmã Wilne Magali de Brito Nepomuceno Dournay (*in memoriam*) pela vida e pelos compartilhamentos possibilitados.

À Fernanda Severo pelo abrigo da alma e do coração, pela amizade sem fronteiras, pelos aprendizados diários, pela cultura partilhada, pela leveza e generosidade.

Às primas Ana, Graça, Biana e Catarina Rebouças pelos ensinamentos sobre solidariedade, parceria e amor em família.

Aos amigos-irmãos Adriana Albano da Rocha, Giane Boselli, Raimundo Ferreira da Silva, Simone Bezerra Nogueira, Zilene Lima: a minha lealdade, carinho e afeto.

Ao professor José Aroudo Mota pelo acolhimento do tema e da orientação.

A todos os amigos de estrada que me acolheram nos piores e melhores momentos e seguiram me dando forças para enfrentar todas as dificuldades.

Muito obrigada!

RESUMO

Esta pesquisa tem o objetivo de analisar características de constituição, estudos e origens dos observatórios de turismo brasileiros com o intuito de saber em que medida as recomendações oficiais e os indicadores monitorados estão sendo seguidos pelos destinos turísticos. A busca por informações turísticas consolidadas, indicadores, resultados de desempenho, políticas e regionalidades sempre foi uma tarefa árdua para acadêmicos e pesquisadores, empresários e até para os próprios gestores públicos. Os observatórios de turismo surgem neste contexto como meios e ferramentas estratégicas de produção e divulgação do conhecimento, tanto para o estabelecimento de redes de apoio e discussão do turismo quanto para o desenvolvimento de competências e capacidades. No entanto, no Brasil, não há orientações para a sua constituição, e todas as iniciativas, ligadas em sua maioria a Secretarias Estaduais e Municipais do Turismo, são independentes. O problema desta pesquisa foi construído de maneira a saber se: os observatórios são importantes para o conhecimento e desenvolvimento turístico dos Destinos Indutores por que permanecem pouco valorizados no monitoramento e avaliação do setor? O universo desta pesquisa é representado por seis observatórios de turismo implantados e ativos no Brasil até fevereiro de 2016. O interesse em estudá-los originou-se da expectativa de estabelecer paralelos entre o alinhamento das pesquisas nacionais e as recomendações editadas pela Organização Mundial do Turismo para o monitoramento do turismo. O estudo destaca um panorama das iniciativas independentes dos observatórios, relacionando premissas, objetivos, características das pesquisas produzidas, facilidades e dificuldades encontradas pelos mesmos na articulação de parcerias e fortalecimento institucional.

Palavras-chave: Observatórios de Turismo, Monitoramento e Avaliação, Destinos turísticos.

ABSTRACT

This research aims to analyze constitution characteristics, studies and origins of Brazilian Tourism Observatories in order to know to what extent the official recommendations and monitored indicators are being followed by Tourism Destinations. The search for consolidated tourist information, indicators, performance results, policies and regionalities has always been a difficult task for scholars and researchers, entrepreneurs and even to public officials. The tourism observatories arise in this context as a means and strategic tool of production and dissemination of knowledge, both for the establishment of support networks and discussion of tourism and for the development of skills and capabilities. However, in Brazil, there is no guidance for the constitution of this kind of organization, and all initiatives linked to State and Municipal Tourism Secretariats, are mostly independent. The problem of this research was built in order to know if: Are the observatories important for knowledge and tourism development of Inducting Destinations because they remain undervalued in the monitoring and evaluation of the sector? The research universe is represented by six implemented and active tourism observatories in Brazil until February 2016. The interest in studying them originated from the expectation to establish parallels between the alignment of national research and the recommendations issued by the World Tourism Organization for the monitoring of tourism. The study highlights an overview of the independent initiatives of the observatories, relating assumptions, goals, characteristics of the conducted research, facilities and difficulties encountered by them in the articulation of partnerships and institutional strengthening.

Keywords: Tourism Observatories, Monitoring and Evaluation, Tourist Destinations.

LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

Quadro 1 – Expressões-chaves e operadores de busca utilizados na pesquisa	18
Quadro 2 – Indicadores básicos para destinos turísticos sustentáveis.	21
Quadro 3 – Detalhamento dos observatórios de turismo implantados	33
Quadro 4 – Monitoramento dos indicadores básicos do turismo definidos pela OMT pelos observatórios brasileiros.	37
Quadro 5 – Questões centrais, subquestionamentos e componentes das questões de monitoramento do turismo sustentável.....	41
Quadro 6 – Indicadores monetários do turismo na CST.....	47
Quadro 7 – Indicadores não monetários do turismo na CST	48
Quadro 8 – Planos Nacionais de Turismo – objetivos, metas, macroprogramas e ações correspondentes*.....	52
Quadro 9 – Destinos com melhores resultados por dimensões no Índice de Competitividade do Turismo Nacional – Relatório Brasil 2015.....	60
Quadro 10 - Variáveis do PNEET 2016-2021	66
Quadro 11 – Categorias e critérios de classificação dos observatórios de turismo	80
Quadro 12 – Periodicidade das pesquisas nos observatórios implantados	87
Gráfico 1 - Embarques e desembarques em voos domésticos regulares e não regulares - série 2012 a 2015.....	68
Gráfico 2 - Embarques e desembarques em voos internacionais regulares e não regulares - série 2012 a 2015.....	69
Gráfico 3 – Comparativo de embarque e desembarque de passageiros rodoviários de/para destinos brasileiros, entre os anos de 2012 e 2015.	70
Gráfico 4 – Passageiros do transporte rodoviário – destinos internacionais (2013-2015)	70
Gráfico 5 – Relação entre o faturamento e as despesas com impostos das locadoras de automóveis no Brasil, entre 2012 e 2015.....	71
Gráfico 6 – Receita e despesa cambial turística brasileira dos últimos 10 anos (em milhões de dólares)	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dados gerais do segmento de locação de automóveis no Brasil.....	71
Tabela 2 – Chegada de turistas ao Brasil, por via de acesso e continentes de residência permanente 2013-2014.....	72
Tabela 3 – <i>Ranking</i> de países emissores de turistas para o Brasil entre 2010 e 2014.	72
Tabela 4 – Financiamento do turismo no Brasil – 2010-2014.....	74
Tabela 5 – Mercado formal e informal de trabalho no turismo	75

LISTA DE ABREVIATURAS

- ABAV** – Associação Brasileira das Agências de Viagens
- ABBTUR** – Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo
- ABIH** – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
- ABLA** – Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis
- ABRASEL** – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
- ACT** – Atividades Características do Turismo
- ADVB** – Associação dos dirigentes de vendas e *marketing* do Brasil
- ANTT** – Agência Nacional de Transportes Terrestres
- BACEN** – Banco Central do Brasil
- BAM** – Banco da Amazônia
- BB** – Banco do Brasil
- BID** – Banco Interamericano de Desenvolvimento
- BIRD** - Banco Mundial
- BNB** – Banco do Nordeste do Brasil
- BNDES** – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
- C&VB** – *Convention & Visitors Bureau*
- CADASTUR** – Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que trabalham com o turismo
- CAGED** – Cadastro Geral de Emprego e Desemprego
- CAIXA** – Caixa Econômica Federal
- CNT** – Conselho Nacional de Turismo
- CODEPLAN** – Companhia de Planejamento do Distrito Federal
- CODESA** – Companhia Docas do Espírito Santo
- CONDETUR** – Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Distrito Federal
- CONE SUL** – Região da América do Sul que integra Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai
- CONTURES** – Conselho Estadual de Turismo do Estado do Espírito Santo
- CPC** – *Central Product Classification*
- CST** – Conta Satélite de Turismo
- DETUR** – Diretoria Estadual de Turismo de Roraima
- DPEE** – Diretoria de Planejamento e Estudos Econômicos do Governo da Bahia
- DRTB** – Documento de Referência do Turismo Brasileiro
- EMBRATUR** – Instituto Brasileiro de Turismo
- FAPEG** – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás

FETEC – Fundação de Educação Turismo e Cultura de Boa Vista/RR

FGV – Fundação Getúlio Vargas

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

FMI – Fundo Monetário Internacional

FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil

FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo

GDF – Governo do Distrito Federal

GDSDT – Guia de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável de Destinos Turísticos

GENTUR - Gerência de Estudos e Negócios Turísticos da Secretaria de Turismo do Estado do Espírito Santo

GOST – Observatórios Globais de Turismo Sustentável

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IEMA – Instituto de Meio Ambiente do Estado do Espírito Santo

IFRR – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima

INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

INSTO – Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPTUR – Instituto de Pesquisas Turísticas do Estado de Goiás

ISIC – *International standard industrial classification of all economic activities*

MTE – Ministério do Trabalho e Previdência Social

MTUR – Ministério do Turismo do Brasil

OBTUR – Observatório de Turismo

OCDE – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico

OMT/UNWTO – Organização Mundial de Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PNEET - Plano Nacional Estratégico de Estatísticas Turísticas

PNT – Plano Nacional do Turismo

PRODETUR – Programa de Desenvolvimento Regional do Turismo

PRT – Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

RIET – Recomendações internacionais para estatísticas do turismo

SCN – Sistema de Contas Nacionais

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECTTI – Secretaria de Ciência, Tecnologia, Inovação, Educação Profissional e Trabalho do Estado do Espírito Santo

SEDEST – Secretaria de Economia, Desenvolvimento Sustentável e Turismo do Distrito Federal

SEI - Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais do Estado da Bahia

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SEPLAN – Secretaria de Planejamento

SETUR – Secretaria Estadual de Turismo

SINDBARES – Sindicato dos Restaurantes, Bares e Similares

SINPERTAXI – Sindicato dos permissionários de táxis e motoristas auxiliares do Distrito Federal

SITUR Sistema de Informações Turísticas

SMTUR – Secretaria Municipal de Turismo

SPSS – *Statistical Package for the Social Sciences*

SPTuris – São Paulo Turismo

SUINVEST – Superintendência de Investimentos em Polos Turísticos da Bahia

TCB – Sociedade de Transporte Coletivo de Brasília/DF

TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação

UERR – Universidade Estadual de Roraima

UFF – Universidade Federal Fluminense

UFRR – Universidade Federal de Roraima

UNSC – *United Nations Statistical Commission*

VIIBRA – Grupo de Visitação Interna Institucional de Brasília

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. METODOLOGIA DA PESQUISA	16
2. OBSERVATÓRIOS DE TURISMO	23
2.1. OBSERVATÓRIOS INTERNACIONAIS	27
2.2. OBSERVATÓRIOS BRASILEIROS	33
3. CONTEXTO NORMATIVO	41
3.1. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO	41
3.2. MINISTÉRIO DO TURISMO DO BRASIL	49
3.2.1. Algumas estatísticas do turismo publicadas pelo MTur	68
4. MAPEAMENTO DOS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO	77
4.1. OS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO BRASILEIROS	77
4.2. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS REALIZADAS COM OS GESTORES DOS OBSERVATÓRIOS.....	79
4.2.1. Sobre os observatórios implantados.	81
4.2.1.1. <i>Perfil dos gestores e equipe</i>	81
4.2.1.2. <i>Financiamento e os parceiros (formas de participação)</i>	82
4.2.1.3. <i>Documentação de base e indicadores monitorados</i>	84
4.2.1.4. <i>Periodicidade das pesquisas</i>	87
4.2.1.5. <i>Monitoramento do acesso das informações pelos usuários</i>	88
4.2.1.6. <i>Eventos técnicos promovidos</i>	89
4.2.1.7. <i>Novas tecnologias</i>	90
4.2.1.8. <i>Importância dos observatórios para o desenvolvimento regional do turismo</i>	91
4.2.1.9. <i>Facilidades e dificuldades enfrentadas</i>	92
4.2.1.10. <i>Informações complementares dadas pelos gestores/ responsáveis</i> ..	94
4.2.2. Sobre os observatórios descontinuados	95
4.2.2.1. <i>Sobre a descontinuidade do observatório de Boa Vista/RR</i>	98
EVIDÊNCIAS FINAIS	100
REFERÊNCIAS	104
APÊNDICE	109
ANEXOS	112

INTRODUÇÃO

Um dado traduzido e interpretado por especialistas gera informações que se transformam em subsídios para processos decisórios e constituem a base para a elaboração de estratégias e políticas públicas que, vão ancorar o desenvolvimento local e regional do turismo ou de qualquer outra área do conhecimento.

Para empresas, as informações estatísticas e não-estatísticas, interpretadas adequadamente, poderão representar o sucesso ou fracasso de qualquer iniciativa e investimento. Para governos e organizações não-governamentais, significam um meio de observar a eficácia das políticas e serviços públicos, normativas, direitos conquistados e desenvolvimento de cidades. E para a população em geral, elas são importantes ao controle social da gestão pública e privada do turismo, de empreendimentos pessoais e profissionais e na percepção dos avanços da própria qualidade de vida.

Diante de tantos dados e informações disponíveis, em diversos meios de comunicação e escritos de tantas maneiras diferentes, exige-se de seus usuários: tanto um foco temático nas buscas por informações úteis aos seus propósitos, julgamentos de credibilidade dos conteúdos encontrados e de seus autores, quanto habilidades de interpretação e criatividade na sua aplicação.

A relevância dessas informações está diretamente relacionada com as releituras críticas feitas sobre o que se lê e a aplicabilidade alcançada de cada uma delas na gestão de recursos materiais e imateriais. Ou seja, o importante não é somente saber sobre muitas coisas, ter muitos dados disponíveis ou obter informações por diversos meios mas sim, saber como utilizá-los.

Gleick (2013, p. 419-426) diz que: “o assediado consumidor de informação se volta para filtros na tentativa de separar o metal da impureza”. Volume se tem, qualidade se persegue, mas é a possibilidade do uso efetivo dessas informações que faz a diferença para gestores, empresários e sociedade civil. Sua relevância dependerá das possibilidades de uso delas e do filtro e propósito aplicados - a mera existência da informação, não é suficiente para fazer chegar aonde se quer.

No turismo, a busca por informações de qualidade, consubstanciadas pelas expertises interdisciplinares características da área, aplicadas a gestão de destinos turísticos e compartilhadas em sistemas de informações (baseados em benefícios e

impactos, cidades/territórios e estruturas, tecnologias e serviços, economias e investimentos, políticas e normas, sustentabilidade de ecossistemas, culturas e pessoas), carece de meios que facilitem a interação e comunicação com seus públicos de interesses, produzam informações e conhecimentos e reúnam especialistas em torno da discussão aberta da temática, tais como os observatórios de turismo.

Como ferramentas de integração, discussão e compartilhamento de informações entre segmentos sociais, os observatórios incluem entre os seus objetivos o monitoramento e avaliação do turismo em cada destino, favorecendo a participação social, o estabelecimento de redes de conhecimento e o apoio a elaboração e interpretação dos resultados das políticas públicas, das iniciativas privadas territorialmente implementadas e do desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos.

Para estudá-los, esta pesquisa se volta para a identificação das orientações e recomendações nacionais e internacionais existentes para a implantação dos observatórios de turismo (Organização Mundial do Turismo - OMT e Ministério do Turismo do Brasil - MTur), dando luz aos objetivos, indicadores monitorados e estudos independentes realizados pelos observatórios brasileiros.

O interesse em pesquisar os observatórios de turismo se originou tanto pela compreensão da importância do alinhamento das pesquisas nacionais com as recomendações editadas pela OMT para o monitoramento e, conseqüente, gestão do turismo (única direcionada para observatórios em caráter oficial), quanto pela necessidade de promover um estudo que observasse se as iniciativas independentes dos observatórios caminhavam para o atendimento destas, e quais eram as características das pesquisas produzidas e possíveis orientações do MTur sobre o assunto.

Ideia que se fortalece à medida e ao tempo em que o MTur discute a formatação de um Plano Estratégico de Estatísticas Turísticas (em parceria com países do Cone Sul - Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai), testa metodologias de levantamento de dados para a elaboração da Conta Satélite de Turismo e conta com a participação dos observatórios de turismo como fontes de dados para alimentar o que está sendo chamado SITUR Fortalecido (Sistema de Informações Turísticas Fortalecido – uma plataforma comum de dados nacionais, subnacionais e internacionais relacionados às Contas Nacionais de cada país membro do Projeto de Harmonização Estatística do Cone Sul).

O problema de pesquisa foi construído da seguinte forma: **Se os observatórios são importantes para o conhecimento e desenvolvimento dos Destinos Indutores, por que eles permanecem pouco valorizados no monitoramento e avaliação do setor?**

O objetivo geral é o de analisar características de constituição, estudos e origens dos observatórios de turismo brasileiros com o intuito de saber em que medida as recomendações oficiais e os indicadores monitorados estão sendo seguidos pelos Destinos Indutores do Turismo.

Entre os objetivos específicos estão: 1) realizar análise dos documentos fornecidos pela OMT e MTur que trazem as recomendações e orientações necessárias aos observatórios para o desenvolvimento de suas atividades, estudos e pesquisas - destacando seus indicadores básicos de monitoramento; 2) mapear os observatórios de turismo presentes entre os 65 Destinos Indutores do Turismo, identificando seus objetivos, características, parcerias e os tipos de dados produzidos; 3) analisar a importância dos observatórios de turismo implantados no Brasil, bem como as facilidades e dificuldades enfrentadas para o desenvolvimento de suas atividades.

O universo de pesquisa é representado por seis observatórios de turismo implantados e em atividade no Brasil até fevereiro de 2016, presentes entre os 65 destinos indutores do turismo - que fazem parte da política nacional pelo Programa de Regionalização do Turismo – PRT.

O primeiro capítulo, define as estratégias metodológicas da pesquisa, os critérios de busca e categorização dos observatórios brasileiros para, já no segundo capítulo, mostrar como os observatórios de turismo de uma maneira geral se configuram e apresenta um panorama parcial dos observatórios internacionais. O terceiro capítulo versa sobre o contexto normativo nacional e internacional em que estão inseridos os observatórios de turismo - recomendações, indicadores básicos e documentos de referência. O quarto capítulo, contém o mapeamento e a caracterização dos observatórios de turismo brasileiros implantados, descontinuados, em fase de implantação e lista, dos 65 destinos indutores do turismo, aqueles destinos que não possuem estas iniciativas. E nas evidências finais, apresenta-se uma análise crítica sobre os observatórios de turismo no Brasil, as recomendações que os precedem, além de sugestões para o desenvolvimento de pesquisas sobre o tema.

1. METODOLOGIA DA PESQUISA

O tema observatórios de turismo se revelou uma incógnita a ser desvendada pela pesquisadora, sob inúmeros pontos de vista: normativas, institucionalidades, objetivos, financiamentos, produção e divulgação do conhecimento, facilidades e dificuldades encontradas na promoção do monitoramento e avaliação do turismo no Brasil. Além disto, importava aclarar o seu potencial de discussão e estabelecimento de redes de apoio aos processos decisórios que fortalecem a gestão do turismo, quanto pela colaboração mútua em prol da criação de metodologias para o monitoramento e avaliação do turismo.

Compreendendo que, para os 65 Destinos Indutores do Turismo (que fazem parte da Política Nacional de Turismo pelo Programa de Regionalização do Turismo – PRT¹), os observatórios eram de suma importância para o desenvolvimento regional - por serem meios de integração e interação entre os segmentos público, privado e sociedade civil e capazes de ampliar capacidades e mobilizar competências para a qualificação das políticas de turismo - foi que a pesquisa se mostrou relevante. Ideia reforçada pelo momento em que o MTur enxerga os observatórios como fontes de dados para a retroalimentação do Plano Nacional Estratégico de Estatísticas Turísticas – PNEET, imprimindo uma visão reduzida sobre a sua atuação.

Para tanto, fez-se necessária a realização de um levantamento das publicações da OMT, aonde identificou-se dentro das recomendações para criação dos observatórios de turismo sustentável, um guia de referência de indicadores de sustentabilidade de destinações turísticas, além de outros documentos com orientações estatísticas para o turismo e, também, para a elaboração das Contas Satélites do Turismo – CST – esta última, com metodologia e conceituação próprias.

Num segundo momento, uma pesquisa na base documental do MTur foi feita para constatar se havia algum registro que descrevesse os caminhos para o

¹ O Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil – PRT (abril/2004), surgiu como uma proposta de gestão descentralizada do turismo, estruturada por princípios de flexibilidade, articulação e mobilização. Nele encontra-se o mapeamento das regiões e municípios turísticos, tal como de seus roteiros de integração. De 2004 a 2007 o Mtur incorporou, no Plano Nacional de Turismo 2007-2010, a meta 3 do Macroprograma de Regionalização do Turismo - estruturando 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional que teriam condições de induzir o desenvolvimento nos 87 roteiros das 116 regiões turísticas definidas; além de fortalecê-los institucionalmente para gerir os impactos do turismo. Consequente a isto, o Mtur, lançou em 2008, o Índice de Competitividade do Turismo Nacional definindo um conjunto de indicadores de monitoramento dos 65 destinos indutores do turismo.

estabelecimento, a manutenção ou fortalecimento dos observatórios, mas que demonstrou que, muito embora alguns observatórios do turismo já estivessem em atividade em alguns destinos turísticos e o próprio MTur, no primeiro semestre de 2015, já tivesse promovido o 1º Encontro Nacional de Observatórios do Turismo, em Maceió – AL: não havia qualquer recomendação para o seu funcionamento, nem nenhum documento havia sido produzido no evento citado.

Vale pontuar que, a identificação de documentos relativos aos observatórios e suas respectivas coletas de dados, se valeu de análises documentais que, segundo Cellard (*in* POUPART *et al*, 2012), minimiza a eventualidade de qualquer influência ou intervenção exercida pelo pesquisador, na medida em que a informação circula num sentido único e que dela não se pode exigir precisões suplementares. Ou seja, o pesquisador deve contentar-se com os sentidos das mensagens que se tem à mão, preocupar-se com a autenticidade do(s) documento(s), com a credibilidade de seu(s) autor(es), buscar a cronologia destes registros para, então, compor o seu exame-crítico.

A análise documental permitirá ao leitor identificar a composição das proposições feitas pelos organismos nacional e internacional do turismo sobre o monitoramento de indicadores (predominantemente econômicos) e fazer uma leitura diferenciada sobre o seu conteúdo a partir de uma nova forma de apresentação que, por sua vez, facilita a sua consulta e referência.

No que diz respeito ao universo da pesquisa, os seis observatórios de turismo implantados e em atividade no Brasil, foram selecionados após a identificação dos 65 Destinos Indutores do Turismo, a criação e aplicação de critérios para a categorização dos observatórios identificados por meio de pesquisa *online* - onde utilizou-se a ferramenta avançada de buscas do *Google* com operadores de buscas (aspas e 'ou' associadas a expressões-chaves) e filtro "web" e expressões-chaves que permitiram a localização dos *websites* dos respectivos observatórios, conforme o descrito no Quadro 1.

Quadro 1 – Expressões-chaves e operadores de busca utilizados na pesquisa

Operadores de Busca	Expressões-chaves
Aspas (expressões exatas)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ “Observatório do turismo de + destino indutor” ▪ “Observatório municipal do turismo de + destino indutor” ▪ “Observatório do turismo de + Estado” ▪ “Observatório regional do turismo + destino indutor” ▪ “Observatório estadual do turismo + Estado” ▪ “Observatório do turismo sustentável de + destino indutor”
Ou (uma das expressões)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ “Observatório de turismo” ou “Observatório do turismo” ▪ “Observatório municipal de turismo” ou “Observatório municipal do turismo” ▪ “Observatório estadual de turismo” ou “Observatório estadual do turismo” ▪ “Observatório regional de turismo” ou “Observatório regional do turismo”

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Dos resultados apresentados pelas buscas, promoveu-se o acesso direto a cada *link* que relacionava as expressões para comprovar suas origens e pesquisar suas finalidades e conteúdo. A partir daí, percebeu-se a necessidade da criação de categorias de observatórios, a saber:

- **Implantados:** aqueles que possuem *websites* que propiciam tanto o conhecimento de seus objetivos, quanto das pesquisas realizadas e mais atuais; que tenham pesquisas sistematizadas e com periodicidade comprovadas e passíveis de consulta pública (não só aos grupos de iniciativa); que possibilitem a identificação de autoria e responsabilidade tanto de gestão quanto das fontes dos dados utilizados nas pesquisas - para fins de checagens e controle social; que disponham de canais de comunicação diversificados para difusão das informações e integração da sociedade e parceiros;
- **Descontinuados:** aqueles que tiveram seus *websites* retirados do ar por qualquer razões técnicas ou financeiras; que contenham indicativos de atualizações de pesquisas antigas (entre seis meses e dois anos) ou páginas de repositório de documentos, que sugiram a descontinuidade das divulgações dos trabalhos de investigação – mesmo que estes arquivos estejam publicamente acessíveis; que demonstrem ausência de atividade ou retorno dos meios de comunicação informados no *website*, impossibilitando o acesso às coordenações de pesquisa e responsáveis de origem das iniciativas; ou aqueles que funcionam em seus organismos de

modo *off-line* (transparência, participação social e consulta pública prejudicadas);

➤ **Em fase de implantação:** os que, embora estando na lista² de observatórios de turismo do MTur e que participaram do 1º Encontro dos Observatórios de Turismo em 2015, figuram apenas em notícias nas páginas de suas organizações de origem, em jornais, *blogs* ou outros (todos pesquisados utilizando filtros aplicados às pesquisas no Google); que encontram-se em fase de criação de metodologias ou fase embrionária de pesquisas (ainda não publicadas);

➤ **Não implantados:** referem-se aos que, entre os 65 destinos indutores do turismo, não apresentaram resultados nas buscas realizadas, nem foram identificados projetos ou iniciativas institucionais de projetos de implantação.

No levantamento preliminar dos endereços eletrônicos dos observatórios foram encontrados: 12 implantados, 08 em fase de implantação e 45 não implantados – situação identificada em setembro de 2015. Num período de três meses (out-dez/15), constatou-se uma queda de 50% dos observatórios em atividade no país, fato que impactava o estudo em curso, uma vez que reduziu sensivelmente o universo da pesquisa.

Foi em janeiro de 2016, que se percebeu a necessidade de revisar as categorias de classificação dos observatórios para acrescentar as iniciativas descontinuadas. E a partir daí, como estratégia metodológica, realizar uma série de diálogos com os gestores ou responsáveis pelos observatórios para que se pudesse conhecer as razões das descontinuidades.

A complementaridade da pesquisa foi útil para dar visibilidade às falas dos gestores dos observatórios e de conhecer melhor as dificuldades enfrentadas por eles para desenvolver suas pesquisas dentro dos seus organismos de origem, a atuação dos parceiros e os níveis de participação destes, o uso de tecnologias e as configurações dos investimentos/origem dos recursos aplicados aos observatórios.

² Uma lista de 15 observatórios de turismo, encontra-se disponível na página do Mtur no link: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/observatorios_de_turismo/

Assim, um roteiro de entrevistas semiestruturadas foi elaborado para ser aplicado aos gestores, porém alguns deles optaram pelo envio do mesmo via e-mail, e foi então, que decidiu-se pela transformação deste em questionário (enviado por *e-mail*) - divididos em 3 partes, de modo a, também, tanto corroborar algumas informações levantadas sobre os observatórios durante a pesquisa *online*, quanto promover novas descobertas. Cabe lembrar, que alguns gestores não responderam aos *e-mail's* em tempo hábil e por esta razão ficaram de fora desta pesquisa e os grupos de perguntas foram assim divididos: a) Para o caso do observatório estar implantado e em funcionamento (questões de 1 a 16); b) Para o caso do observatório estar em fase de implantação (questões 17 a 32); e c) Para o caso do observatório ter sido descontinuado ou desarticulado (questões 33 a 40) – conforme Apêndice.

Em paralelo, seguiu-se com a análise documental do Guia de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável de Destinos Turísticos – GSDST/OMT, onde entre o total de 717 indicadores recomendados pela OMT, foram destacados no próprio guia, como indicadores básicos ao monitoramento do desenvolvimento do turismo sustentável apenas 29, sendo divididos em: 7 temas e 12 questões básicas – conforme mostra o Quadro 2.

Dentre estes 29 indicadores básicos do turismo, pode-se identificar que sete deles são relativos a aspectos sociais, oito são econômico-financeiros, doze são referentes a impactos ambientais do turismo e dois relacionam-se a questões territoriais de controle de desenvolvimento. E, embora a ênfase tenha sido dada sobre os impactos ambientais provocados pelo turismo, entre estes indicadores não figuram, por exemplo, os números sobre os impactos dos meios de transporte utilizados pelos turistas, a poluição do ar, o uso de combustíveis fósseis, nem tão pouco, questões relativas a comunicação, inclusão e acessibilidade dos turistas nos destinos.

Quadro 2 – Indicadores básicos para destinos turísticos sustentáveis.

TEMAS	QUESTÃO BÁSICA	INDICADOR BÁSICO
Bem-estar das comunidades receptoras	Nível de satisfação da comunidade (atitudes, satisfação e reação da comunidade)	1. Nível de satisfação dos residentes com o turismo (e com os componentes específicos do turismo)
	Efeitos do turismo na comunidade (atitudes comunitárias, benefícios sociais, mudanças no modo de vida, habitações, demografia)	2. Nº e capacidade dos serviços sociais disponíveis para a comunidade (% atribuído ao turismo)
		3. Percentual de pessoas que opinam sobre o turismo e tem ajudado a criar novos serviços de infraestrutura
		4. Proporção entre turistas e população autóctone (média e dia de maior fluxo)
Satisfação do turista	Manutenção da satisfação dos turistas (expectativas, reclamações, problemas, percepções)	5. Nível de satisfação dos turistas na saída do destino (questionário de saída)
		6. Percepção da relação qualidade x preço
		7. Percentual de turistas que voltam a visitar o destino
Aproveitamento dos benefícios econômicos do turismo	Sazonalidade do turismo (ocupação, alta/média/baixa temporadas, infraestrutura, diversidade de produtos, emprego)	8. Chegadas de turistas por mês ou trimestre (distribuição ao longo do ano)
		9. Taxas de ocupação mensal de meios de hospedagem legalizados (períodos de máxima atividade em relação com a baixa temporada) e percentual de ocupação total durante o trimestre (ou mês) de maior fluxo.
		10. Percentual de estabelecimentos comerciais abertos todo o ano
		11. Nº e percentual de postos de trabalho do setor turístico que são fixos ou anuais (em comparação com os contratos temporários)
		12. Nº de residentes (proporção de homens e mulheres) contratados no turismo (além da relação ao emprego total)
	Benefícios econômicos para a comunidade e o destino (a obtenção dos benefícios, as receitas do turismo, contribuição do turismo para a economia, o investimento das empresas, o investimento comunitário, a tributação, conta satélite)	13. Percentual de receitas geradas pelo turismo em relação às receitas totais geradas na comunidade
Gestão de recursos naturais escassos	Gestão energética (economia da energia, eficiência, energia renovável)	14. Consumo per capita de energia de todas as fontes (geral, por setor turístico, por pessoa-dia)
		15. Percentual de negócios que participam de programas de conservação de energia ou aplicação de políticas e técnicas de economia de energia
		16. Percentual de consumo energético de recursos renováveis (em destinos e estabelecimentos)
	Disponibilidade e conservação da água (abastecimento de água, tarifação, reciclagem, restrições)	17. Água utilizada: volume total consumido e litros por turista por dia
		18. Economia de água (% de água economizada, recuperada ou reciclada)
	Qualidade de água potável (pureza da água fornecida, impacto da contaminação sobre a saúde, imagem do destino)	19. Percentual de estabelecimentos turísticos onde o tratamento da água cumpre as normas internacionais
20. Frequência da aparição de enfermidades provocadas pela água - percentual de visitantes que comunicaram enfermidades por este motivo durante a sua estada.		
Limitação do impacto ambiental do turismo	Tratamento das águas residuais (gestão das águas residuais, extensão do sistema, efetividade e redução da contaminação)	21. Percentual da rede de esgoto que recebe tratamento no local do destino (se possível, desagregar do setor do turismo) – nos níveis primário, secundário e terciário
		22. Percentual de estabelecimentos ou alojamentos turísticos conectados a sistemas de tratamento de água adequado
	Gestão dos resíduos sólidos (lixões, redução, reutilização reciclagem, depósito, coleta, substâncias perigosas)	23. Volume de resíduos produzidos num destino (toneladas) por ano/por pessoa por ano (mensal)
		24. Volume de resíduos reciclados (m ³)/volume total de resíduos (m ³) – especificar os diferentes tipos
		25. Quantidade de resíduos despejados em vias públicas (total de resíduos)
Controle das atividades turísticas	Controle da intensidade do uso (pressão sobre os locais e sistemas, nº de turistas, superlotação)	26. Nº total chegadas de turistas (máxima média mensal/por tipo atividade)
		27. Nº de turistas por m ² no local –exemplo: praias, atrativos - por km ² do destino (média por mês de fluxo máximo e média por dia de fluxo máximo)
Ordenação e controle do lugar de destino (controle de desenvolvimento)	Controle do desenvolvimento (procedimentos de controle, ordenação territorial, gestão das propriedades, aplicação de normas)	28. Existência de algum processo de planejamento territorial ou desenvolvimento que inclua o turismo (pode ser classificada de acordo com o grau em que isso afeta o turismo – exemplo: um planejamento territorial que inclua, explicitamente, áreas de desenvolvimento turístico ou critérios específicos para propriedades de uso turístico)
		29. Percentual de área submetida a algum tipo de controle (densidade, desenho, etc.)

Fonte: UNWTO (2005).

Ressalta-se ainda que, como indicador básico a OMT entende que são aqueles indispensáveis ao monitoramento nas destinações turísticas que conectam o turismo ao desenvolvimento da melhoria da qualidade de vida dos habitantes locais e das cidades em si, a exemplo da preocupação em mensurar a gestão das águas e efluentes, dos resíduos sólidos, da capacidade de carga e desenvolvimento territorial local, entre outros.

Portanto, o uso dos indicadores básicos do turismo definidos pela OMT servirá para promover uma reflexão e/ou aproximação sobre o conjunto de pesquisas desenvolvidas pelos observatórios de turismo no Brasil e suas possibilidades de desenvolvimento.

A seguir a pesquisa se inicia com uma contextualização sobre o que são os observatórios de turismo e suas perspectivas de estabelecimento e sustentabilidade.

2. OBSERVATÓRIOS DE TURISMO

Pinheiro (*in* MOURA, 2014, p.31-41) diz que: a estratégia informacional de qualquer instituição ou organização está em prover seu acesso a uma variedade de conteúdos de narrativas plurais ou especializações temáticas, em diferentes linguagens, através de diversos suportes, com igualdade de oportunidades de expressão, resgatando a experiência dos usuários e as suas motivações informacionais – provendo políticas de informação de coesão, de conteúdo e identidade agregadora e específica, e não somente reprodutoras de técnicas ou noticiários (papel dominante da economia da informação).

Como alternativa de especialização temática, os observatórios surgem com o importante papel de mobilizar atores e expertos em torno da sistematização de dados, produção de informações e conhecimentos e do desenvolvimento de competências para a elaboração de análises críticas e pesquisas que apoiem a gestão pública, privada ou social, num ambiente aberto à consulta pública e que possibilite a articulação de redes e a discussão de estratégias de desenvolvimento regional, nacional ou local.

Além disso, sob a ótica da quebra de paradigmas instrucionais (reprodutivos de informações), os observatórios possuem um potencial de instituição daquilo que Pierre Levy (1994, p.28-29) chama de inteligência coletiva – “uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta numa mobilização efetiva de competências” e que, imprime seriedade e credibilidade às pesquisas, recriando conexões entre o que é real e o potencial, contextos e tendências, públicos e experiências, estatísticas, características locais e perspectivas globais.

Em se tratando do turismo, Baldissera (2009, p.01) diz que: se “está na comunidade a sua possibilidade de sua efetivação”, deve-se estabelecer relações de proximidade com a população, para que esta não seja coadjuvante das ações; mas ‘sujeito’ delas (fazendo parte, opinando, se identificando, sendo beneficiada, creditando valor e a defendendo) – minimizando indiferenças, resistências e contraposições por negligência de seus interesses e opiniões.

Hall (2004, p.230) considera que o envolvimento das pessoas tanto na produção de informações quanto na participação em processos de tomadas de

decisões pode promover a sustentabilidade de planejamentos e de relações entre os segmentos sociais, no momento em que as discussões são coletivas, que há o desenvolvimento de agendas comuns e compromissos mútuos, escuta ativa e vontade política de fazer acontecer.

Quando se exploram e discutem alternativas apontadas pela sociedade, as políticas de desenvolvimento regional contemplam e beneficiam democraticamente as comunidades locais (TOMAZZONI, 2009, p.49), gerando competitividade e intercâmbios regionais; e o contrário disto recai, sobre a falta de transparência, a crítica aos gestores públicos, a resistência e indiferença às ações de estruturação dos destinos e o abandono das perspectivas de sustentabilidade no turismo.

Assim, idealmente, os observatórios do turismo, devem possibilitar: a busca por informações de qualidade, consubstanciadas pelas expertises multidisciplinares características da área, aplicadas a gestão de destinos turísticos e compartilhadas em sistemas de informações baseados em conjuntos de benefícios e impactos, cidades/territórios e estruturas, tecnologias e serviços, economias e investimentos, políticas e normas, sustentabilidade de ecossistemas e culturas, onde se implementem processos de cooperação, integração e diversificação do turismo.

Entre os seus desafios - importando as considerações de Moesch (*in* BENI, 2012, p. 207) ao falar sobre o planejamento turístico – estão: a promoção da cooperação entre os campos teóricos, saberes locais e práticas significantes, buscando a unidade de estudos que se apresentam, em sua maioria, de forma fragmentada e desarticulada aos interesses sociais das comunidades. Associadas à minimização das influências político-institucionais sobre as análises produzidas; a promoção da confiabilidade das fontes dos dados; a divulgação dos pontos de convergência das ações de interesse regional identificados; a manutenção dos canais de comunicação, espaços de debate e de capacitação para o turismo.

Com a incorporação de tecnologias informacionais e o estabelecimento de redes de conhecimento, os observatórios do turismo abrem oportunidades de divulgação e compartilhamento de ideias inovadoras que podem alavancar o desenvolvimento regional do turismo, ao custo da cooperação intersetorial e interregional em prol de alianças institucionais e da capacidade de gestão do próprio destino (sustentabilidade do meio ambiente, da cultura e atrativos em geral).

Ademais, a importância dos observatórios de turismo foi relacionada, pela Organização Mundial do Turismo – OMT³, ao apoio à decisão e formulação das políticas de turismo – este último, considerado como um fenômeno impulsionado pela demanda e que promove a aquisição de bens e serviços em grandes volumes, tendo um impacto econômico significativo agregado a uma grande variedade de atividades que, por sua vez, necessitam ser medidas a partir de um quadro de referências estatísticas comum a todos os países possibilitando, assim, a comparabilidade internacional das estatísticas através de seus sistemas de contas nacionais (UNWTO, 2008a, p.1).

Foi em 2004, que a OMT sugeriu a criação de observatórios de turismo visando reforçar as capacidades institucionais de gestão de informação e o acompanhamento do turismo sustentável, fornecendo aos gestores do turismo e *stakeholders* uma orientação para a construção de uma estrutura para a coleta regular, análise e comunicação de informações, relacionadas aos impactos do turismo sobre os aspectos ambientais, sociais, culturais e econômicos dos destinos.

No entanto, somente em 23 e 24 de agosto de 2013, em Assembleia Geral no Zimbábue (anexo VI da ata XX⁴), a OMT publicou prescrições sobre o modo de funcionamento, objetivos e indicadores em que se deveriam pautar os estudos dos, então chamados, Observatórios Globais de Turismo Sustentável – GOST.

[...] GOST é uma iniciativa, lançada pela OMT em 2004, dirigida a gestores políticos, planejadores do turismo, a fim de reforçar as capacidades institucionais para a gestão e monitorização de informação de apoio à decisão e formulação de políticas. Mais especificamente, tem a intenção de facilitar o estabelecimento de uma rede de observatórios, através da utilização de uma aplicação sistemática de monitoramento, de avaliação (indicadores de turismo sustentável) e técnicas de gerenciamento de informações, como instrumentos essenciais para a formulação e implementação de políticas de turismo sustentável, estratégias, planos e processos de gestão.

[...] E, a fim de operacionalizar um Sistema Observatório, as seguintes etapas são recomendadas:

- O pedido de criação do observatório deverá ser apresentado pelas autoridades do destino e visada pelas autoridades nacionais de turismo.
- Um estudo preliminar sobre questões de sustentabilidade chave, processos de monitoramento atuais, a disponibilidade dos dados, fontes, lacunas e necessidades, etc.

³ A OMT é a agência das Nações Unidas responsável pela promoção do turismo sustentável, responsável e universalmente acessível entre os seus 156 países-membros e mais de 450 afiliados (associações, instituições educacionais, autoridades locais de turismo e outros). Ela possui um papel estratégico tanto de elaboração de diretrizes para o avanço das políticas internacionais, quanto de monitoramento e avaliação do desenvolvimento e impactos gerados pelo turismo no mundo.

⁴ Cedida por Yasemin Volders, Oficial de Comunicações e Publicações do escritório-sede da OMT em Madri-Espanha, via e-mail, para a fundamentação da pesquisa. Vide Anexo 1 deste documento.

- Um workshop de partes interessadas, a fim de confirmar / validar os resultados do estudo detalhado e chegar a acordo sobre o plano de implementação.
- Um acordo de cooperação entre a OMT, a Autoridade Nacional de Turismo e uma instituição acadêmica / científica (que hospeda o Centro de Monitoramento) no destino que tem a capacidade técnica e recursos humanos para realizar relatórios de acompanhamento regulares, com base na metodologia OMT.
- Acordos adicionais podem ser assinados entre a instituição que hospeda o Centro de Monitoramento e outras instituições, para o apoio financeiro ou técnico para suas atividades.
- Deve ser criado um programa local de monitoramento contínuo, a fim de desenvolver o sistema de gestão de dados e construir a capacidade de gestão da informação.
- Recomendam-se ações corretivas das partes interessadas para resolver as deficiências e limitações encontradas (UNWTO, 2013, p.29).

Em 2015, a OMT lançou o termo Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável (INSTO) em substituição ao GOST e manteve os objetivos⁵ definidos em 2013, a saber:

- Desenvolver e fornecer referências e recomendações metodológicas para a sustentabilidade no turismo;
- Criar conscientização e capacidade de suporte em sustentabilidade entre as partes interessadas de turismo;
- Estimular a participação da comunidade;
- Analisar e apresentar relatórios regulares sobre tendências políticas e impactos no turismo;
- Identificar e divulgar boas práticas;
- Facilitar a troca e comparação de informações relacionadas à sustentabilidade do turismo;
- Fortalecer a capacidade institucional para a gestão de informação e acompanhamento em apoio da decisão e formulação de políticas;
- Facilitar o estabelecimento de uma rede de observatórios, através da aplicação sistemática de técnicas de gestão de acompanhamento, avaliação e informação.

E para os GOST's a OMT indicou, como documento de referência e apoio aos países membros nas avaliações do turismo sob os princípios da sustentabilidade e não apenas do seu crescimento econômico, o Guia de Indicadores de

⁵ Para mais informações acesse: <http://sdt.unwto.org/content/unwto-network-observatories-insto>

Desenvolvimento Sustentável de Destinos Turísticos – GSDST – que estabelece o alicerce para o monitoramento do turismo sustentável no mundo, traduzindo numa série de 13 questões centrais, subdivididas em 43 subitens compostos de 220 componentes, totalizando 717 indicadores.

2.1. OBSERVATÓRIOS INTERNACIONAIS

No mundo, até o momento e ligados à OMT, foram criados quatorze observatórios de turismo internacionais: dois em Portugal (um nacional - projeto da Confederação de Turismo Português, e um local em Lisboa – iniciativa da Associação de Turismo de Lisboa – ATL); oito em cidades turísticas na China; um na Grécia - originado na Universidade de Aegean (Ilhas Aegean); dois no México - um com enfoque na sustentabilidade e o outro voltado para o monitoramento do patrimônio histórico e cultural das Cidades Patrimônio; e um último na Região do Danúbio – que congrega quatorze países membros (Alemanha, Áustria, Bósnia-Herzegovina, Bulgária, Croácia, Eslováquia, Eslovênia, Hungria, Moldávia, Montenegro, República Checa, Romênia, Sérvia e Ucrânia) cuja produção de informações para o observatório está voltada para as áreas de cultura e turismo.

Abaixo, uma breve descrição dos observatórios internacionais foi feita a partir de seus próprios *websites* objetivando um conhecimento mais aproximado destas iniciativas⁶. - Porém, salienta-se que as pesquisas dos observatórios chineses e gregos não estão disponíveis nos *websites*, impossibilitando a identificação dos tipos de estudos produzidos por eles; o observatório nacional português disponibiliza suas pesquisas mediante cadastro por e-mail e senha no *website*; e que, ambos os observatórios portugueses, não tem suas iniciativas ligadas diretamente à OMT.

⁶ Todos os observatórios internacionais ligados à OMT foram contatados por *e-mail*, mas apenas o Observatório do Turismo de Lisboa contribuiu com a pesquisa. As informações sobre os demais foram obtidas por meio do *website* da própria OMT. Para mais informações acesse: <http://sdt.unwto.org/content/observatories-sustainable-tourism-under-auspices-world-tourism-organization-unwto>.

Portugal

O Observatório Nacional do Turismo de Portugal é um projeto da Confederação de Turismo Português, resultante da necessidade de criar uma voz única no setor, de obter informação estatística como um todo e de obter dados dos principais mercados emissores de turistas e potenciais de Portugal – assumindo um papel mais ativo na gestão, monitoramento e divulgação da informação estatística do turismo. O observatório realiza pesquisas sobre dados macroeconômicos (visão geral, desemprego, confiança, produto interno bruto - PIB, inflação, balança turística), atividades turísticas nacionais (visão geral, alojamentos, transportes, restauração, cultura e lazer), destinos concorrentes (contribuição, turismo interno, ocupação, alojamentos, viagens, despesas, procura, estabelecimentos) e países emissores (consumo das famílias, emprego, rendimento, PIB, agregados familiares).

Além dele existe, também, o Observatório do Turismo de Lisboa – um organismo especializado em estudos e dedicado a monitorar os resultados das operações de turismo, de iniciativa da Associação de Turismo de Lisboa - ATL (associação privada sem fins lucrativos) e *Visitors & Convention Bureau – V&CB*, constituído em 1999. Como principais objetivos tem-se: o desenvolvimento turístico sustentado da sua área de intervenção; a promoção de Lisboa como destino turístico nos diferentes produtos de lazer; a promoção de Lisboa como local de realização de Congressos, feiras e como destino de viagens e incentivos; a informação e o apoio aos turistas.

Segundo, a coordenação do observatório: os objetivos estão ligados aos interesses e Planos Estratégicos da própria ATL. O observatório é mantido com recursos desta entidade e funciona, inclusive, como ferramenta de promoção da cidade, mantendo atualizadas informações sobre cultura, gastronomia, pontos turísticos (*city breaks* de Lisboa), guias mensais de lazer, alojamentos, transportes públicos, eventos e informações sobre campos de golfe em Lisboa e região (cidades de Sintra, Arrábida, Cascais e Arco do Tejo).

Sobre as pesquisas desenvolvidas, tem-se: 1) Barômetro Mensal de Turismo (desde 2010 com último boletim publicado em outubro de 2015); 2) Observatório-informação da Hotelaria – INFOGEST (desde 2011, com último boletim trimestral publicado em setembro de 2015); 3) Inquéritos ou pesquisas de motivação e satisfação de viagem e perfis de turistas (publicação de outubro de 2015); 4) Revista

de Turismo de Lisboa (desde 2013 -última edição publicada em novembro de 2015); e, 5) Relatório sobre a Conta Satélite do Turismo de Lisboa (2007).

China

Na China o *Monitoring Centre for UNWTO Sustainable Tourism Observatories* – MCSTO é apoiado pela OMT e composto por oito observatórios chineses (Yangshuo, Huangshan, Zhangjiajie, Chengdu, Kanas, Henan, Xishuangbanna e Changshu), gerenciados pelo observatório baseado na Universidade de Sun Yat-Sen, em Guangzhou.

Foi oficializado como unidade de apoio técnico para o desenvolvimento do turismo sustentável, no dia 28 de setembro de 2010 (muito embora a cidade de Yangshuo tenha iniciado suas pesquisas em 2006, tendo sido o primeiro observatório estabelecido na China) com a proposta de monitorar o impacto do turismo, apoiar o desenvolvimento de conteúdo, acompanhar o desenvolvimento econômico e a proteção ambiental - na esperança de guiar o desenvolvimento científico através de pesquisas para melhorar o *status* do modelo de destinos turísticos na China, e promover o intercâmbio e cooperação internacional.

Cada observatório tem a sua função de observação e pesquisa segundo a vocação de cada destino turístico:

- ✓ Yahgshuo: criado em 2006, tem seu foco na participação da comunidade e nos impactos do turismo;
- ✓ Huangshan (Cidade Patrimônio Mundial da UNESCO): fundado em 2011, centra-se na proteção do patrimônio ambiental e cultural;
- ✓ Zhangjiajie (Parque Nacional de Zhangjiajie): estabelecido em 2011, direciona suas pesquisas para o desenvolvimento regional do turismo;
- ✓ Chengdu (grande polo de desenvolvimento econômico, segunda maior cidade da China Continental): constituído em 2012, volta-se para o turismo urbano;
- ✓ Kanas (reserva natural e fronteira com o Cazaquistão, Rússia e Mongólia – noroeste da China): fundado em 2012, dá ênfase ao turismo em áreas remotas e de fronteira;

- ✓ Henan (um dos principais berços da nação e civilização chinesa): instituído em 2014, seu monitoramento relaciona-se a aspectos socioeconômicos, de proteção ambiental e do patrimônio histórico;
- ✓ Xishuangbanna (rica em recursos naturais e histórico-culturais, evidencia o ecoturismo e possui população mista composta de 12 grupos étnicos): originado em 2015, realiza pesquisas sobre sustentabilidade, monitoramento de grupos indígenas, assegurando a geração de benefícios socioeconômicos para várias comunidades;
- ✓ Changshu (cidade modelo pela excelente qualidade de vida dos habitantes): constituído em 2015, produz pesquisas sobre os impactos do desenvolvimento do turismo, a satisfação de empresários e comunidade local, a proteção do meio ambiente e qualidade de vida dos moradores locais.

Nota-se que a diversificação dos focos de pesquisa dos observatórios chineses se dá em função das suas próprias características locais atendendo a questões centrais e indicadores básicos relacionados: em 4 localidades à proteção do patrimônio ambiental, histórico-cultural e sustentabilidade socioeconômica do turismo; em 1 localidade no desenvolvimento regional do turismo; em 2 localidades no turismo urbano e em áreas remotas e de fronteira; e numa última localidade no monitoramento de comunidades e grupos indígenas impactados pelo desenvolvimento do turismo.

Grécia⁷

O Observatório Nacional do Turismo Europeu foi estabelecido pelo Ministério do Turismo na Universidade de Aegean (Ilhas Aegean), em colaboração com a OMT, iniciou suas atividades em 2013. É composto por representantes do governo, das Câmaras de Investimento e de Hotéis, especialistas, pesquisadores e universitários e da Associação de Empresas de Turismo. Além disto, também é formado por dois outros observatórios (um em Rhodes para o Egeu do Sul e outro em Chios para o Norte do Mar Egeu) e um Centro de Monitoramento no Campus da

⁷ Para mais informações acesse <http://www2.unwto.org/en/press-release/2013-02-20/first-european-sustainable-tourism-observatory-under-unwto-auspices-opens-g>

Universidade de Aegean em Mytilene (Ilhas Lesbos). - Este observatório tem o papel de monitorar dados que influem na sua Conta Satélite de Turismo, além de apoiar intervenções baseadas em evidências para o alcance dos objetivos do Plano de Turismo do Governo Grego.

México

O Observatório de Turismo de Guanajuato foi criado em 2008, para monitorar, medir e verificar o desenvolvimento do turismo na cidade de características industriais e polo calçadista, mas que só se tornou membro da INSTO em agosto de 2015. - Segundo a Secretaria de Turismo de Guanajuato, a cidade trabalha para se consolidar como um dos principais destinos turísticos do país, baseado na competitividade do setor, com enfoque na promoção da sustentabilidade.

Há ainda, o Observatório das Cidades Patrimônio, mantido pela Asociación Nacional de Ciudades Patrimonio Mundial – que, por sua vez, inclui as cidades de Campeche, Distrito Federal, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Miguel de Allende, Zacatecas e a própria Guanajuato. – Todavia, em razão da retirada da sessão do observatório do website da Secretaria de Turismo, não foi possível identificar que pesquisas foram produzidas.

Região do Danúbio⁸

A única Rede de Observatórios de Turismo Sustentável constituída sobre os auspícios da OMT é a da Região do Danúbio e foi formalizada em acordo entre as áreas de Cultura e Turismo, em 8 de junho de 2015, a OMT, entre a Presidência e o Ministério do Turismo da Bulgária – a rede é formada por 14 países membros: Alemanha, Áustria, Bósnia-Herzegovina, Bulgária, Croácia, Eslováquia, Eslovénia, Hungria, Moldávia, Montenegro, República Checa, Romênia, Sérvia e Ucrânia.

Seu propósito é o de monitorar os impactos sociais, econômicos, culturais e ambientais, aumentar a competitividade, ao mesmo tempo em que desenvolve ferramentas de cooperação regional que irão ajudar a definir as políticas de turismo,

⁸ Para mais informações acesse o site do Ministério do Turismo da República da Bulgária: <http://www.tourism.government.bg/en/kategorii/novini/unwtodanube-region-host-network-sustainable-tourism-observatories>

tal como irão reforçar a coesão regional através do turismo sustentável e apoiar a cooperação com os fundos de investimento europeus para o seu desenvolvimento.

Entre as pesquisas desenvolvidas estão: projeções financeiras e análises de oportunidades econômicas, pesquisas de marketing para o desenvolvimento da marca Danúbio, elaboração de produtos turísticos verdes ao longo da região, pesquisas relativas a identidade e cultura regionais; mas, que não estão disponíveis para consulta pública.

2.2. OBSERVATÓRIOS BRASILEIROS

O Brasil possui 3.345 municípios turísticos distribuídos em 303 regiões turísticas, de acordo com o Mapa do Turismo no Brasil de 2013⁹. Com a adoção da política de gestão descentralizada do turismo, e diante do volume de regiões turísticas, o MTur optou pela otimização de um outro mapa que servisse à regionalização do turismo através de 65 destinos indutores do desenvolvimento do turismo¹⁰ - distribuídos entre os 26 Estados da Federação e o Distrito Federal, prioritários aos investimentos governamentais e que deveriam definir, concentrar e monitorar as ações regionais estratégicas do turismo.

Os seis observatórios de turismo implantados no país e que formam o universo desta pesquisa são os da Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais e São Paulo – vide Quadro 3.

⁹ O Mapa do Turismo Brasileiro faz parte do Programa de Regionalização do Turismo – PRT (lançado em 2004) e é um instrumento de orientação para a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas setoriais e locais, nos territórios nele identificados, tendo como foco a gestão, estruturação e promoção do turismo, de forma regionalizada e descentralizada (Portaria Mtur, nº 313 de 3 de dezembro de 2013). Possui edições em 2004, 2006, 2009 e 2013. A edição de 2016, será lançada ainda no 1º semestre de 2016, após revisão metodológica sugerida pelo Mtur cujo prazo final para adesão dos Estados expirou no último dia 30 de março de 2016.

¹⁰ Compõem o mapa dos 65 Destinos Indutores do Turismo, as cidades de: Alto Paraíso, Angra dos Reis, Aracajú, Aracati, Armação de Búzios, Balneário Camboriú, Barcelos, Barreirinhas, Belém, Belo Horizonte, Bento Gonçalves, Boa Vista, Bonito, Brasília, Cáceres, Caldas Novas, Campo Grande, Corumbá, Cuiabá, Curitiba, Diamantina, Fernando de Noronha, Florianópolis, Fortaleza, Foz do Iguaçu, Goiânia, Gramado, Ilha Bela, Ipojuca, Jijoca de Jericoacoara, João Pessoa, Lençóis, Macapá, Maceió, Manaus, Maragogi, Marau, Mata de São João, Mateiros, Natal, Nova Olinda, Ouro Preto, Palmas, Paranaguá, Parati, Parintins, Parnaíba, Petrópolis, Pirenópolis, Porto Alegre, Porto Seguro, Porto Velho, Recife, Rio Branco, Rio de Janeiro, Salvador, Santarém, São Joaquim, São Luís, São Paulo, São Raimundo Nonato, Teresina, Tibau do Sul, Tiradentes e Vitória (BRASIL, 2015, pp.26-27).

Quadro 3 – Detalhamento dos observatórios de turismo implantados.

Local	Ano/ Abrangência	Iniciativa	Objetivo do observatório	Pesquisas realizadas
São Paulo/ SP	2009/ Municipal	Prefeitura de São Paulo e São Paulo Turismo - SpTuris	Analisar o comportamento do turismo paulistano, contribuindo com a investigação e divulgação das informações junto aos profissionais, especialistas, acadêmicos, agentes públicos e privados, apoiando-os nas tomadas decisórias com propósito de conhecimento, aprimoramento e desenvolvimento do setor turístico na cidade de São Paulo.	<ul style="list-style-type: none"> - Desempenho dos meios de hospedagem - Arrecadação de imposto ISS no turismo - Movimentação aeroportuária e rodoviária - Atendimentos nas Centrais de Informações Turísticas - Pesquisas de segmentos - Perfis dos turistas, projeção da demanda - Ocupação Hoteleira e custos médio de diárias, frequência e permanência/sazonalidade - Eventos e megaeventos - Alimentos & Bebidas - Demanda Turística (fluxos e satisfação) - Análise de tendências de fluxos e viagens - Impacto do turismo nas finanças e receitas turísticas
Goiânia/GO	2010/ Estadual	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC/GO	Reunir e disseminar dados, estudos e informações relevantes sobre o turismo no estado de Goiás tendo como público-alvo gestores, profissionais e acadêmicos.	<ul style="list-style-type: none"> - Arrecadação de impostos das Atividades Características do Turismo ACT - Movimentação Aeroportuária (Goiânia, Caldas Novas) - Boletim de ocupação hoteleira - Índice de Competitividade - Visitação de Parques (Chapada dos Veadeiros, Itiquira) - Empregos e estabelecimentos formais - Pesquisas de Demanda, perfil do turista, motivação, organização da viagem, gastos médios - Evolução empreendimentos no Cadastur - Principais emissores de turistas - Resultados de eventos - Infraestrutura e serviços turísticos
Belo Horizonte/MG	2013/ Estadual	Secretaria Estadual de Turismo de Minas Gerais - SETUR/MG	Monitorar o desenvolvimento do turismo através do levantamento de pesquisas, dados, números e elaboração de indicadores, de modo que, as informações possam ser visualizadas de forma prática, fácil e rápida, auxiliando no planejamento de ações e na tomada de decisões por parte do poder público, iniciativa privada e demais envolvidos na atividade turística de Minas Gerais.	<ul style="list-style-type: none"> - Análise do mercado de trabalho (emprego e perfil do trabalhador) - Movimentação aeroportuária e rodoviária, trens turísticos - Demanda Turística (fluxos e satisfação) - Ocupação Hoteleira e permanência média - Visitas em Parques e Monumentos Naturais e posicionamento de circuitos turísticos - Economia do Turismo Formal - Fluxo turístico e impacto do turismo nas receitas turísticas (gastos) - Principais países emissores de turistas - Controle de Acesso a Redes Sociais - Pesquisa de Imagem de Minas Gerais

Brasília/ DF	2013/ Estadual	Secretaria de Turismo do Distrito Federal - SETUR/DF	Pesquisar, analisar, apontar tendências e divulgar informações do mercado turístico do Distrito Federal (observação da realidade turística).	<ul style="list-style-type: none"> - Perfil dos visitantes, países/cidades de origem, motivação de viagem - Pesquisa sobre a oferta / atrativos / inventário turístico - Desempenho do setor de hospedagem - Desempenho dos (mega)eventos - captados - Movimentação aeroportuária e rodoviária - Arrecadação de impostos sobre serviços turísticos, receita cambial turística, financiamento - Estimativa de postos de trabalho criados pela Copa - Visitação de atrativos turísticos - Programas Bike Brasília, Capital Federal, Hospedagem Alternativa - Transporte e infraestrutura urbana - Centros de Atendimento ao Turista – CAT's - Competitividade do Destino Brasília - Principais estados e países emissores de turistas - Segmentos de destaque (cultura, natureza, aventura, esporte)
Salvador/ BA	2013/ Estadual	Secretaria de Turismo do Estado da Bahia - SETUR/BA	Tornar-se um canal de referência para a consulta e divulgação da produção técnica e acadêmica do turismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Desempenho da rede hoteleira - País de origem e perfil dos turistas - Movimentação aeroportuária na Bahia e no Nordeste (aeroportos: Ilhéus, Salvador, Porto Seguro, Lençóis, Paulo Afonso + Fortaleza, Natal e Recife; portos: Salvador e Ilhéus) - Dados socioeconômicos das Atividades Características do Turismo – ACTs/CNAEs - Trabalho e renda média (alojamento/alimentação/transporte/locação/cultura/lazer) - Atendimentos nas Centrais de Atendimento ao Turista, Disque Bahia Turismo (telefone e <i>chat</i>), Informações Turísticas (aeroporto, pelourinho e rodoviária) - Acesso ao site e redes sociais - Dados do fluxo doméstico e internacional (receptivo e emissivo) - Produção Associada - Pesquisa de segmentos e avaliação de eventos
Vitória/ ES	2014/ Estadual	Secretaria Estadual de Turismo Do Espírito Santo- SETUR/ES	Desenvolver estudos e pesquisas e disseminar informações sobre a evolução da atividade turística no ES.	<ul style="list-style-type: none"> - Perfil do turista, dados socioeconômicos, origem e motivação de viagens dos turistas - Transporte e locação de automóveis - Gastos médios em alimentação, compras, passeios e atrativos - Meios de hospedagem e destinos prioritários - Frequência e permanência de viagem - Atividade desenvolvida no município (preferências de passeios e atrativos, lazer) - Organização da viagem (agência, empresa, turista, Instituição de ensino) - Avaliação da infraestrutura e serviços turísticos - Fluxo turísticos por temporada - Sazonalidade dos principais destinos - Recomendação do município a amigos - Demanda de alta/média/baixa temporadas - Impactos e resultados de eventos (abrangência e periodicidade, Itinerância)

Fonte: Elaborado pela autora.

O Quadro 3 demonstra que quatro das origens das iniciativas dos observatórios são de Secretarias Estaduais (DF/MG/BA/ES), enquanto uma se liga à Prefeitura Municipal (SP) e é voltada para o segmento de eventos; e a outra é de origem da iniciativa privada (GO).

Analisando os objetivos expressos dos observatórios de turismo brasileiros com os objetivos definidos pela OMT para os observatórios, percebe-se que:

- a) Sobre o desenvolvimento e fornecimento de referências e recomendações metodológicas para a sustentabilidade no turismo, a criação de conscientização e capacidade de suporte em sustentabilidade entre as partes interessadas de turismo e a facilitação, troca e comparação de informações relacionadas à sustentabilidade do turismo (OMT): não estão presentes nas definições dos objetivos de nenhum dos observatórios brasileiros e, ainda, que em nenhum momento são feitas referências à 'sustentabilidade das destinações turísticas';
- b) A respeito dos estímulos para a participação da comunidade, identificação e divulgação de boas práticas (OMT): embora haja a identificação de públicos de interesse, a participação social não é colocada em evidência nos objetivos dos observatórios, ao mesmo tempo em que fica clara a passividade da atuação dos observatórios quando, em seus objetivos, a função de apoiador de processos decisórios e divulgador de dados sobre o turismo. Já em relação a identificação de boas práticas, além de não estarem expressas nos objetivos, nas sessões consultadas nos *websites* não foi possível a identificação desta proposta;
- c) Acerca das análises realizadas e apresentadas em relatórios regulares sobre tendências políticas e impactos no turismo e do fortalecimento da capacidade institucional para a gestão de informação, acompanhamento em apoio da decisão e formulação de políticas (OMT), verificou-se que em relação a tendências políticas e a própria gestão da informação não há direcionamentos neste sentido, mas sim, para o planejamento de ações de monitoramento pontuais e relativas ao desempenho do turismo nos estados e, no caso de São Paulo, no âmbito municipal. Fora isto, o fortalecimento da capacidade institucional

para a gestão da informação e o acompanhamento da formulação das políticas públicas do turismo, também, não destacadas. Por outro lado, o apoio aos processos decisórios autoposiciona os observatórios como repositórios de dados sobre o turismo, passíveis de consulta por empresários, acadêmicos, gestores públicos, parceiros e/ou investidores;

- d) No que concerne a facilitação do estabelecimento de uma rede de observatórios, através da aplicação sistemática de técnicas de gestão de acompanhamento, avaliação e informação (OMT): pela análise de seus objetivos e sessões em seus *websites* não há referência alguma sobre a constituição de redes de observatórios. Ademais não há nenhum Observatório Nacional do Turismo ou Rede de Observatórios constituída nos mesmos moldes da Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável da OMT.

Cabe ainda, traçar um paralelo entre as pesquisas desenvolvidas pelos observatórios de turismo implantados no Brasil (Quadro 3), fazendo um comparativo com os indicadores básicos do turismo determinados no Guia de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável das Destinações Turísticas da OMT (Quadro 4), no intuito de averiguar se há o atendimento das recomendações dadas pela OMT para o desenvolvimento das pesquisas nos observatórios.

9.Limitação do impacto ambiental do turismo	22. Percentual de estabelecimentos (ou alojamentos) turísticos conectados a sistemas de tratamento de águas adequados		X		X		X		X		X		X
	23. Volume de resíduos produzidos no destino (toneladas) ao ano/pessoa ao ano (por mês)		X		X		X		X		X		X
	24. Volume de resíduos reciclados (m³)/volume total de resíduos (m³) – especificar segundo os tipos		X		X		X		X		X		X
	25. Quantidade de resíduos despejados em áreas públicas (total de lixões)		X		X		X		X		X		X
10.Controle das atividades turísticas	26. Número total de turistas (média, mensal, máxima)	X		X		X		X		X		X	
	27. Número de turistas por m² do local (ex:em praias, atrações), por km² do destino - média/mês de máximo fluxo e média/dia máximo fluxo		X		X		X		X		X		X
11.Ordenação e controle no destino	28. Existência de algum processo de planejamento territorial ou desenvolvimento que inclua o turismo (que tenha zonas de desenvolvimento turístico ou critérios específicos para propriedades de uso turístico)	X		X			X		X	X		X	
	29. Percentual de área submetida a algum tipo de controle (densidade, desenho etc)		X		X		X		X	X		X	

Fonte: Elaborado pela autora.

Pelas pesquisas identificadas no Quadro 3 nota-se em comum, o monitoramento de indicadores básicos (a exemplo da demanda/oferta, serviços/infraestrutura, acesso/mercado de trabalho e fluxos) e alguns poucos casos de diversificação destes (a exemplo de pesquisa sobre imagem/posicionamento do destino/circuitos turísticos e sazonalidade turística).

Já em relação ao Quadro 4, percebe-se que:

- Em relação aos indicadores sociais que se referem ao bem estar das comunidades receptoras (questões 1 e 4): os observatórios da BA, DF e SP monitoram os indicadores 5, 6 e 7 (satisfação do turista, percepção da relação qualidade-preço e percentual de retorno dos visitantes ao(s) destino(s), respectivamente); ES, GO realizam pesquisas apenas sobre os indicadores 5 e 7; e o observatório de MG monitora apenas o indicador 5. Além do mais, nenhum deles monitora os indicadores 1, 2 e 4 (satisfação dos residentes, percentual da capacidade dos serviços sociais disponíveis na comunidade relativos ao turismo e proporção de turistas versus população local em média e por dia de maior frequência, respectivamente); e apenas o DF monitora o indicador 3 referente ao nº de pessoas que opinam/contribuem com o turismo;
- Sobre os indicadores ligados aos benefícios econômicos do turismo (questão 6): todos os observatórios monitoram os indicadores 8, 9 e 13 (chegadas de turistas por mês/trimestre, taxa de ocupação em meios de hospedagem com distribuição ao longo do ano em baixa e alta temporadas e o percentual de receitas geradas pelo turismo, respectivamente). Por outro lado, nenhum monitora os indicadores 10,11 e 12 referentes ao percentual de estabelecimentos abertos durante o ano inteiro, número de residentes empregados no turismo em proporção de gênero e relativo ao número total do emprego gerado e o número/percentual de postos de trabalho do turismo que são fixos/anuais em relação aos contratos temporários, respectivamente. Sobre os indicadores 11 e 12, todos os observatórios apresentam pesquisas sobre o trabalho formal e informal no turismo - cujas fontes são o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA e o Cadastro Geral de empregados e desempregados – CAGED/MTE – sem, fazer relação completa entre as variáveis ligadas aos indicadores no tocante a proporcionalidade de empregos no turismo em relação ao

emprego total gerado (indicador 11), nem com relação aos contratos temporários de trabalho (indicador 12);

– Acerca dos indicadores relativos a gestão de recursos naturais e escassos e de limitação do impacto ambiental do turismo (questões 8 e 9, respectivamente), nenhum dos observatórios promove o monitoramento dos indicadores 14 ao 25 – medição do uso, conservação e gestão energética incluindo fontes renováveis, consumo, gestão, contaminação e tratamento das águas (potáveis e residuais) e gestão total dos resíduos sólidos, considerando a sua redução e despejo em áreas públicas;

– Sobre os indicadores de ordenação e controle de atividades turísticas, dos/nos destinos turísticos (questões 10 e 11, respectivamente), todos os observatórios monitoram o indicador 26 (número total de turistas em médias mensais), enquanto que nenhum deles monitora os indicadores 27 e 28 (número de turistas por m² em praias e outros atrativos e/ou por e km² do destino em médias mensais/maior fluxo e existência de algum processo de planejamento territorial ou de desenvolvimento que inclua zonas/áreas turísticas com critérios específicos para o uso de propriedades de uso turístico, respectivamente). O que acontece neste caso dos indicadores 27 e 28 é que os observatórios indicam a existências de planos e projetos de desenvolvimento territorial do destino turístico, mas não monitoram efetivamente o seu desenvolvimento ou controle de execução. Na medida do indicador 29 (percentual de área submetida a algum tipo de controle (densidade e desenho) todos os observatórios apresentam cartografias lúdicas e informativas sobre as áreas/zonas turísticas, embora estas não sejam objeto de monitoramento deles.

Até aqui, percebe-se que pouca atenção é dada aos indicadores relacionados a sustentabilidade das destinações turísticas e que, principalmente, que o composto de variáveis de alguns indicadores caracterizam parcialidades de monitoramento deles dentro dos observatórios – cabendo, portanto, uma crítica à visão macroeconômica da OMT quando da criação destes indicadores.

Assim, para que o entendimento sobre as recomendações e orientações da OMT e do MTur seja melhor qualificado, no contexto normativo serão identificados tanto os documentos quanto os indicadores a eles pertencentes.

3. CONTEXTO NORMATIVO

3.1. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO

Desde a década de 1970, a OMT vem criando, testando e promovendo um conjunto de recomendações internacionais sobre estatísticas de turismo, mas apenas na década de 1990, acrescentou a elas a perspectiva da sustentabilidade como estratégia essencial para os processos de formulação de políticas de planejamento e gestão de destinos turísticos em todo o mundo.

Em 2004, quando foi lançado o Guia de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável de Destinos Turísticos - GSDST¹¹ como referência e recomendação para o monitoramento de 13 questões centrais e 717 indicadores do turismo aos países membros (expressos de forma geral no Quadro 5) – tendo tido a OMT o cuidado de oferecer um ‘mínimo razoável’ às pesquisas, delimitando 29 indicadores básicos (indispensáveis), relativos a 8 questões centrais sobre: bem-estar das comunidades receptoras, satisfação dos turistas, saúde e segurança, gestão de recursos naturais escassos, limitação do impacto ambiental, controle das atividades turísticas, da ordenação e do desenvolvimento do destino.

Quadro 5 – Questões centrais, subquestionamentos e componentes das questões de monitoramento do turismo sustentável

Questão central	Subquestionamento	Componentes da questão
1. Bem-estar das comunidades receptoras	Satisfação dos residentes com o turismo	Nível de satisfação da comunidade; problemas ou insatisfação
	Efeitos do turismo na comunidade	Atitudes da comunidade frente ao turismo; benefícios sociais associados ao turismo; efeitos gerais na vida da comunidade; mudança no modo de vida dos residentes; questões de habitação; indicadores demográficos comunitários
	Acesso dos residentes aos principais recursos	Manutenção do acesso aos principais sítios para os residentes; obstáculos econômicos de acesso; manutenção da satisfação com o nível de acesso
	Igualdade de gênero	Bem-estar familiar; igualdade de oportunidades de empregos formais; papéis tradicionais de gênero; acesso à terra e ao crédito
	Turismo Sexual	Crianças em situação de risco de sofrer abusos sexuais; desconhecimento dos direitos da criança e das formas de proteção à criança; crianças criadas em estabelecimentos de turismo sexual; as crianças não se beneficiam de renda nem recebem educação; os delinquentes sexuais vão a lugares onde creem que não serão pegos pela polícia; as diretrizes e declarações do setor internacional de viagens de turismo para prevenir o turismo sexual infantil, muitas vezes não são impostas em nível local; se documenta o risco das crianças nos destinos turísticos e se compartilha a informação a respeito.

Continua...

¹¹ O Guia de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável para Destinos Turísticos, é o recurso mais abrangente sobre este tema, resultante do trabalho de pesquisa de 62 peritos de mais de 20 países-membros da OMT. Sua última versão data do ano de 2005.

Questão central	Subquestionamento	Componentes da questão
2. Conservação do patrimônio cultural	Conservação do patrimônio construído	Base jurídica para a proteção; designação; financiamento para a proteção; perfil da questão; estado do local e ambiente/entorno; ameaças a integridade e autenticidade dos bens.
3. Participação comunitária no turismo	Tomada de consciência e participação da comunidade	Disponibilidade da informação; acesso à informação (por tipos); análise da informação; aplicação da informação; divulgação da informação; ação/impacto da informação
4. Satisfação dos turistas	Manutenção da satisfação dos turistas	Averiguar se os turistas vão-se satisfeitos; medir o impacto dos níveis de satisfação no setor e no destino.
	Acessibilidade	Acesso no destino; acesso a edifícios públicas, hotéis e serviços turísticos; acesso em atrativos turísticos incluindo paisagens naturais e sítios de interesse turístico, mirantes; acesso a experiências turísticas, incluindo viagens de aventura; acesso a excursões adaptadas às capacidades dos viajantes; assistência/ajuda especializada para pessoas com necessidades especiais; satisfação das pessoas com necessidades especiais com o destino ou o atrativo turístico
5. Saúde e segurança	Saúde	Saúde e segurança do visitante
	Saúde e segurança	Acidentes com visitantes; saúde e segurança geral da comunidade; acesso aos cuidados de saúde; desnutrição; bairros tranquilos e seguros; abuso de substâncias; tabaco; ajuda familiar; educação e formação; emprego; acesso a água potável, eletricidade, saneamento
	Controle de epidemias e transmissão internacional de doenças	Facilidades, advertências e informação; alívio e resposta aportado pelos planos de emergência; efeitos no turismo
	Segurança dos turistas	Incidentes; efeitos dos incidentes no setor turístico; efeitos na percepção; gestão ou resposta diante dos riscos
	Segurança pública local	Delinquência; assédio aos turistas; saúde; prevenção e controle da delinquência
6. Aproveitamento dos benefícios econômicos do turismo	Sazonalidade do turismo	Medida do grau de sazonalidade; reforço do turismo em média e baixa temporadas; oferta de infraestrutura suficiente todo o ano; emprego temporário e sazonal, com temas relacionados a falta de formação, retenção de bons empregados/talentos, oportunidades de promoção
	Fugas ou repatriação de benefícios do capital estrangeiro	Grau de importação dos serviços (fugas internas e externas); fugas invisíveis (cálculo)
	Emprego	Número e qualidade do emprego no setor do turismo; desenvolvimento profissional e pessoal; satisfação com o trabalho, incluindo tipo do trabalho, ambiente, segurança, desenvolvimento etc; falta de mão de obra qualificada
	O turismo como fator de conservação da natureza	Medição do impacto potencial do turismo no meio ambiente; fonte de financiamento para a conservação da biodiversidade e a manutenção de áreas protegidas; alternativas econômicas para que a população local reduza a exploração da fauna silvestre e dos recursos naturais; obtenção de apoio para promover a conservação da biodiversidade entre os turistas; normas locais; oferta de oportunidades para que os turistas participem da conservação
	Benefícios econômicos para a comunidade e o destino	Emprego; investimento empresarial no turismo; receitas turísticas; gasto comunitário; benefícios econômicos líquidos; mudanças no custo de vida
	Turismo e luta contra a pobreza	Estabilidade e melhora das receitas da comunidade; melhora das oportunidades locais de emprego; exportação e apoio a MPEs e médias empresas ou empresas baseadas na comunidade; distribuição equitativa dos fundos/benefícios do turismo em toda a comunidade; avaliação de prioridades de meios de subsistência não-econômicos menos tangíveis; outras questões relacionadas
	Competitividade de negócios turísticos	Vantagens de custos, preço e valor; diferenciação de produtos, atrativos, destinos e experiências; estratégia de especialização/enfoque; cooperação/superação da fragmentação; vitalidade do setor
	7. Proteção dos recursos naturais de valor	Proteção de ecossistemas em perigo
Qualidade da água do mar		Eventos contaminantes/doenças que possam causar danos à saúde dos banhistas ou dos ecossistemas costeiros; degradação gradual da qualidade da água por causa dos efeitos acumulativos dos resíduos industriais, urbanos ou agrícolas; declínio turístico associado a contaminação ou a mudança da qualidade da água do mar.

Continua...

Questão central	Subquestionamento	Componentes da questão
8. Gestão de recursos naturais escassos	Gestão energética	Medição do uso e conservação de energia; programas de gestão energética; uso de fontes de energias renováveis
	Mudança climática e turismo	Nível de danos relacionados com fenômenos climatológicos extremos; nível de exposição ao risco; grau de planejamento dos efeitos da mudança climática; impacto no litoral e na montanha, na fauna silvestre e biodiversidade; mitigação (efeitos de gases estufa, uso de combustíveis, consumo energético, cobertura de espaços naturais).
	Disponibilidade e conservação da água	Consumo global de água em relação à oferta; iniciativas e resultados da conservação; restrições sazonais de água, restrições de água; distribuição da água entre os usuários; qualidade custo e preço da água;
	Qualidade da água potável	Pureza da água potável; impacto da contaminação sobre o turismo; efeito da contaminação da água sobre a imagem do destino turístico
9. Limitação do impacto ambiental do turismo	Tratamento das águas residuais	Águas residuais tratadas; alcance dos sistemas de tratamento de águas residuais; efeito do tratamento das águas residuais
	Gestão de resíduos sólidos	Gestão do total de resíduos coletados no destino; redução dos resíduos produzidos; existência de serviços de coleta de lixo; substâncias perigosas; manutenção de uma imagem de limpeza no destino
	Contaminação atmosférica	Qualidade do ar; efeitos da qualidade do ar sobre turistas e residentes; reação dos turistas ante a qualidade do ar; impacto da contaminação do ar sobre as atrações turísticas; impacto do turismo na qualidade do ar
	Controle de ruídos	Níveis de ruído existentes; efeitos dos ruídos sobre turistas e residentes
	Gestão do impacto visual da infraestrutura e as instalações turísticas	Desenho e construção da infraestrutura; iluminação noturna; forma física; planejamento/ permissões de construção; seleção dos materiais; localização e orientação; integração com a paisagem
10. Controle das atividades turísticas	Controle da intensidade do uso	Nº total de turistas que visitam o destino ou lugares chave; medição e gestão da intensidade do uso do lugar de destino; medição e gestão da densidade de uso de locais particularmente explorados dentro de um destino; níveis de uso x relação a capacidade prevista no desenho/ medidas de capacidade; percepção dos níveis de uso e massificação
	Gestão de eventos turísticos	Vulnerabilidade ambiental do local; repercussões sociais: impacto sobre as comunidades locais; impacto causado por participantes e tráfego de veículos; segurança; abastecimento de alimentos; impacto da infraestrutura
11. Ordenação e controle no destino	Integração do turismo no planejamento local e regional	Comportamento da indústria do turismo; efeitos do turismo no lugar de destino; qualidade do produto turístico; ameaças para o turismo procedentes de outras áreas; avaliação de um plano de turismo; avaliação do marco político e de planejamento
	Controle do desenvolvimento	Existência de algum plano de ordenação territorial ou desenvolvimento que inclua o turismo de forma explícita; alcance e efetividade dos processos de controle e supervisão; existência de algum procedimento para aplicar o plano e seus critérios de forma sistemática
	Transporte turístico	Transporte de entrada/saída do destino (acesso, tráfego, segurança das estradas, gestão da demanda de transporte local e turístico); intermodalidade e integração dos serviços; promoção de meios de transporte que respeitam o meio ambiente
	Transporte aéreo	Impacto ambiental das viagens no transporte aéreo; impacto dos aeroportos e a infraestrutura relacionada; problemas socioeconômicos derivados das viagens em transporte aéreo; acesso; segurança
12. Desenho de produtos e serviços	Criação de circuitos e roteiros turísticos	Integridade do roteiro; conflitos comunitários ou cooperação; intensidade de uso; repercussões econômicas; apoio local
	Oferta e variedade de experiências	Manutenção da diversidade/variedade; fornecimento de gama de serviços turísticos necessários; determinação do grau de satisfação dos turistas com a variedade oferecida no destino
	Atividades de marketing em relação ao turismo sustentável	Identificação no mercado de produtos mais sustentáveis; estimação da imagem do destino ou produtos do ponto de vista da sustentabilidade; satisfação das expectativas dos clientes a respeito da autenticidade dos produtos; atividades de marketing; orientação acerca da clientela adequada; estimação do grau de contato e alcance das atividades de marketing; medição da resposta das atividades de marketing; avaliação das respostas e satisfação dos clientes; resposta a demanda externa
	Proteção da imagem de um destino	Imagem do destino (pelos turistas, mercado); imagem da marca
13. A sustentabilidade das operações e dos serviços turísticos	A sustentabilidade das políticas e práticas de gestão ambiental nos negócios turísticos	Sistema de gestão ambiental e iniciativas ambientais; responsabilidade social

Fonte: UNWTO (2005, p.63-270).

O referido guia, também, é complementar ao Sistema de Contas Nacionais - SCN que está diretamente ligado aos conceitos e definições, classificações e regras contabilísticas internacionalmente acordadas pelo Grupo de Trabalho Intersetorial sobre Contas Nacionais da Divisão de Estatísticas das Nações Unidas, composto pela Comissão das Comunidades Europeias, o Fundo Monetário Internacional – FMI, a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico – OCDE e o Banco Mundial.

Conceitualmente, o SCN “é um marco estatístico que proporciona um conjunto completo, coerente e flexível de contas macroeconômicas para a formulação de políticas, análises e propósitos de investigação (UNWTO, 2008b, p.01)¹²”.

Já em 2008, a OMT publicou um documento chamado Recomendações Internacionais para estatísticas do turismo - RIET, contendo um sistema de definições, conceitos, classificações e indicadores internamente consistentes que deveriam poder ser aplicados em economias desenvolvidas ou em desenvolvimento para facilitar a ligação com os quadros conceituais das Contas Satélite de Turismo - CST¹³, da balança de pagamentos e de estatísticas gerais (UNWTO, 2010, p. 01-06) - em obediência às duas principais classificações econômicas internacionais (*Central product classification – CPC e The international standard industrial classification of all economic activities - ISIC*)¹⁴.

¹² Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, as Contas Nacionais do Brasil consistem em “uma sequência de contas econômicas integradas de fluxos inter-relacionados, detalhadas por setor institucional, incluindo empresas, administração pública e famílias. Vide: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=48

¹³ As Contas Satélites de Turismo são ferramentas de medição econômica do turismo, baseadas no Sistema de Contas Nacionais, que seguem um padrão estatístico internacional que permitem, por sua vez, a comparação com outros conjuntos de dados econômicos (UNWTO, 2008a). A ótica da CST é macroeconômica e está calcada no princípio de análise e equilíbrio entre as forças de oferta e demanda” (LEMOS & BATISTA *in* BENI, 2012, p.221).

¹⁴ Segundo a OECD, a CPC é uma classificação com base nas características físicas das mercadorias ou sobre a natureza dos serviços prestados e abrange os produtos que relativos às atividades econômicas, incluindo bens transportáveis, mercadorias não-transportáveis e serviços; enquanto a ISIC é a classificação de referência internacional das atividades produtivas. Esta última, teve sua primeira edição em 1948 e última revisão em 2008 (OECD, 2008).

The concepts, definitions, classifications and indicators set forth in the present publication have been guided by the following criteria: (a) Definitions and classifications should be of worldwide practical applicability to both developed and developing economies; (b) They should also be:

- *Consistent with definitions and classifications used in national accounts, balance of payments, statistics of international trade in services, and household and migration statistics. Additionally, the classifications used should refer, when relevant, to the two main international economic classifications: the Central Product Classification (CPC) and the International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC);*
- *Applicable for description and analysis of tourism at national and sub-national levels;*
- *Conceptually precise;*
- *Measurable within the constraints of statistical observation of visitors and of the activities serving them (UNWTO, 2010, p.01-06).*

Ressalta-se, que para a constituição das CSTs, a OMT possui estrutura conceitual e quadro metodológico específico, aprovado na 39ª sessão da *United Nations Statistical Commission - UNSC* (Comissão de Estatística das Nações Unidas) - desde março de 2000. Nele, a OMT considera as abordagens econômicas sobre o turismo, aquelas relativas à sustentabilidade de sociedades, culturas e meio ambiente interdependentes; e a orientação é para que as pesquisas sejam realizadas de modo complementar, considerando metodologias quantitativas e qualitativas sobre os impactos positivos e negativos do turismo.

No Quadro 6, apresenta-se um resumo adaptado de alguns dos indicadores monetários como gastos turísticos, oferta interna, consumo e contas turísticas, e no Quadro 7 os indicadores não-monetários, baseados no documento *Tourism Satellite Account: recommended methodological framework* de 2008. Além das referentes a:

- a) Emprego nas indústrias turísticas (que utilizam as mesmas categorias detalhando quantitativos de estabelecimentos e empregos gerados para homens e mulheres, horas trabalhadas, postos de trabalho terceirizados e número de empregos equivalentes aos totais por período/ano de referência) (UNWTO, 2008a, p.68-69);
- b) Formação bruta de capital relacionam as categorias mencionadas (incluindo à elas propriedades e equipamentos utilizados para fins turísticos) com os resultados totais das indústrias (UNWTO, 2008a, p.70-73);
- c) Consumo coletivo do turismo por produtos (que inclui os serviços de promoção e informação turística, serviços administrativos relacionados

com as atividades de alimentação e fornecimento de bebidas, serviços de estudos de mercado e pesquisa de opinião pública, serviços de segurança e proteção contra incêndio e serviços de educação, formação e apoio educativo) (UNWTO, 2008a, p.74).

Segundo Kadota e Rabahy (2003, p.66-68), desde a década de 1990 a OMT vem buscando propiciar informações mais completas sobre o impacto do turismo no resultado global do consumo e da produção na economia, através da estruturação de modelo padronizado da CST para seus países membros. Para tanto, foi definida uma série de conceitos e classificações das estatísticas regulares do turismo, fornecidas por fontes fidedignas, comparáveis no tempo/espaço e entre setores, com vistas à compatibilização e integração às Contas Nacionais – devendo abranger dados sobre a demanda, a produção e consumo de setores interdependentes do turismo, a formação bruta de capital, medidas físicas e não-monetárias, informações de emprego e renda, arrecadação de impostos e avaliação dos efeitos do turismo sobre o Produto Interno Bruto – PIB, entre outros.

Além de dispor de resultados macroeconômicos (como valores agregados e PIB turístico; consumo turístico; conta produção por ramo de atividade, insumos para avaliações de impacto do turismo e outros resultados de caracterização do turismo baseados em nº de chegadas, forma de viagem, duração, motivação, acesso, meio de transporte e hospedagem, destino, procedência, etc), as CSTs constituem um importante instrumento de comparação dos resultados internacionais do turismo – uma vez que as recomendações são dadas pela OMT para todos os países.

Para a construção das CSTs a OMT possui metodologia e marco conceitual próprios e faz registro de funcionamento na Austrália, Canadá, Chile, Cingapura, Estados Unidos, França, México, Noruega, Nova Zelândia, República Dominicana e Suécia; em implantação, na Argentina, Brasil, Espanha e Suíça (NETTO, 2006).

Quadro 6 – Indicadores monetários do turismo na CST.

Produtos/ categorias ¹	Gasto Turístico no núcleo receptor			Gasto Turístico interno									Gasto Turístico emissor			Oferta interna e consumo turístico ²							
				Em viagens internas			Em viagens ao exterior			Em todos os tipos de viagens													
	T	E	V	T	E	V	T	E	V	T	E	V	T	E	V	PI	PT	IM	IP	OI	CT		
1. Produtos de consumo																							
1.1. Produtos característicos do turismo																							
1.1.1. Alojamento para visitantes																							
1.1.2. Fornecimento de alimentos e bebidas (A&B)																							
1.1.3. Transporte ferroviário de passageiros																							
1.1.4. Transporte rodoviário de passageiros																							
1.1.5. Transporte fluvial e marítimo de passageiros																							
1.1.6. Transporte aéreo de passageiros																							
1.1.7. Aluguel de equipamento de transporte (EQT)																							
1.1.8. Agências de viagens/outros serviços reservas																							
1.1.9. Serviços culturais																							
1.1.10. Serviços de esportes/lazer/recreação (ELR)																							
1.1.11. Bens característicos do turismo, específicos de cada país																							
1.1.12. Serviços característicos do turismo, específicos de cada país																							
1.2. Outros produtos de consumo (objetos valiosos)																							
1.2.1. Outros produtos destinados ao consumo																							
CONTAS DE PRODUÇÃO DAS INDÚSTRIAS TURÍSTICAS A PREÇOS BÁSICOS																							
Totais das indústrias³				1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12								
Produção Total																							
Consumo médio total																							
Valor Bruto Total																							
Remuneração de salários																							
Outros impostos líquidos de subsídios à produção																							
Rendimento misto bruto																							
Excedente bruto de exploração																							
Consumo coletivo turístico								Níveis da administração pública				Consumo médio das indústrias turísticas											
Produtos								Nacional		Regional		Local											
Serviços de promoção turística																							
Serviços de informação turística																							
Serviços administrativos relacionados com atividades de preparação de alimentos e bebidas																							
Serviços administrativos relacionados com assuntos turísticos																							
Serviços de estudos de mercado e pesquisas de opinião pública																							
Serviços de segurança e proteção contra incêndios																							
Outros serviços de educação e formação																							
Serviços de apoio educativo																							

Fonte: UNWTO (2008a, pp.55-67), adaptado pela pesquisadora.

¹ Categorias: Turista (visitante que pernoita no local), Excursionista (visitante de dia), Visitante (pessoa em trânsito que visita o local).

² Sobre a oferta e o consumo turístico incluem-se, entre outros, resultados da produção interna-PI, proporção turística-PT, importações-IM, impostos-IP, oferta interna-OI e consumo turístico-CT.

³ Os cabeçalhos das colunas laterais (1.1.1 a 1.1.12) são referentes aos totais dos produtos característicos do turismo.

Quadro 7 – Indicadores não monetários do turismo na CST

Indexadores/Emprego	Distribuição		Nº médio de empregos									
	Homem	Mulher	1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	...	500-999	>1000	Total	
1. Alojamento para visitantes												
2. Indústria de fornecimento de alimentos e bebidas												
3. Transporte ferroviário de passageiros												
4. Transporte rodoviário de passageiros												
5. Transporte fluvial e marítimo de passageiros												
6. Transporte aéreo de passageiros												
7. Aluguel de equipamento de transporte												
8. Indústria das agências de viagens e outros serviços de reservas												
9. Indústria cultural												
10. Indústria desportiva e de lazer/recreação												
11. Comércio de bens característicos do turismo, específicos de cada país												
12. Outras indústrias turísticas, específicas de cada país												
Número de viagens e pernoites, por formas de turismo e categorias de visitantes ^{1 e 2}												
Descrições/formas/categorias	Receptivo			Interno			Emissivo					
	T	E	V	T	E	V	T	E	V			
Número de viagens												
Pernoites		X			x			x				
Nº de estabelecimentos e capacidade por tipo de alojamento												
Itens	Alojamentos para visitantes						Outros		Atividades imobiliárias			
	Atividades de curto prazo		Terrenos, camping, estacionamento, parques para caravanas						Com bens próprios ou arrendados		Sobre comissão ou contrato	
1. Nº de estabelecimentos												
2. Capacidade (UH)												
3. Capacidade (leitos)												
4. Utilização da capacidade (UH)												
5. Utilização da capacidade (leitos)												
Número de chegadas e pernoites/ meios de transporte												
Meios de transporte	Turismo receptivo						Turismo interno			Turismo emissor		
	Nº chegadas			Nº pernoites			Nº chegadas			Nº pernoites		
	T	E	V	T	E	V	T	E	V	T	E	V
1. Aéreo												
2. Aquático												
3. Terrestre												

Fonte: UNWTO (2008a, pp.75-76), adaptado pela pesquisadora.

¹ Categorias: Turista (visitante que pernoita no local), Excursionista (visitante de dia), Visitante (pessoa em trânsito que visita o local).

² Este item (X) não se aplica no caso.

³ Todos os números por meios de transportes: aéreos (voos regulares, não regulares, aeronaves privadas, outros meios); Transporte aquático (*ferryboat*, cruzeiros, iates, outros meios); Transporte terrestre (carro, ônibus, táxi/limusine com condutor, veículo privado/alugado com capacidade de até 8 pessoas, outros meios – bicicletas, cavalos, motos etc)

Sobre os indicadores não monetários (Quadro 7), a CST apresenta quantitativos de: 1) número de viagens e pernoites, por formas de turismo e categorias de visitantes; 2) número de chegadas e pernoites, por meios de transporte; 3) número de estabelecimentos e capacidades, por tipo de alojamento; 4) número de estabelecimentos nas indústrias turísticas, classificados segundo o número médio de empregos (UNWTO, 2008a, p.75-76).

Embora os indicadores não monetários ligados à CST sirvam para exprimir padrões de viagem e dados sobre a oferta e a demanda em cada localidade, não são suficientes para explicar suas dinâmicas e movimentos – além de possuírem uma coleta de dados complexa, já que as fontes são tão diversificadas e não há um sistema integrado onde essa validação seja promovida gerando confiabilidade dos dados.

3.2. MINISTÉRIO DO TURISMO DO BRASIL

O Ministério do Turismo do Brasil – MTur, criado em 2003, é um órgão da administração direta do Brasil responsável pela elaboração das políticas nacionais de turismo, coordenação, supervisão e avaliação de planos e programas, desenvolvimento, promoção e divulgação do turismo, gestão do Fundo Geral de Turismo – FUNGETUR e o desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Certificação e Classificação das atividades, empreendimentos, equipamentos e prestadores de serviços turísticos.

O MTur reúne em sua estrutura: o gabinete do ministro (relações públicas e gerências de expediente), o Conselho Nacional de Turismo – CNT¹⁵, as Secretarias Nacionais de estruturação do turismo (responsável pelo planejamento, ordenamento estruturação e gestão das regiões turísticas), de qualificação e promoção do turismo (encarregada da formalização/qualificação, marketing e comercialização do turismo), a secretaria executiva (incumbida do auxílio ao ministro quanto às diretrizes propostas pelo CNT, da realização de pesquisas e estudos de monitoramento e avaliação, da

¹⁵ O CNT é um órgão colegiado de assessoramento que tem por atribuições: propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo; emitir pareceres e recomendações sobre as questões de turismo nacional, além de propor ações para a democratização das atividades turísticas, a melhoria da qualidade e produtividade do setor entre outras. Integrado por 70 representantes de instituições públicas e privadas distribuídos em 10 câmaras temáticas, comissões especiais e técnicas de apoio. (BRASIL, 2008, p.1).

supervisão geral das demais secretarias e da administração financeira-administrativa) e o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR (que cuida da promoção e o apoio à comercialização, no exterior, dos produtos turísticos do Brasil).

E como instrumentos de planejamento e elos balizadores das políticas estaduais e municipais e das estratégias de promoção ligadas ao turismo, edita a cada quadriênio, os Planos Nacionais de Turismo – PNT, cujas edições cobrem os períodos de 2003-2007, 2007-2010 e 2013-2016 (onde entre as diretrizes encontra-se o desenvolvimento das Contas Satélites de Turismo – CST).

Entre os anos de 2011-2014 o MTur elaborou um Documento Referencial do Turismo Brasileiro - DRTB em razão do realinhamento estratégico da política nacional que deveria incluir diretrizes sobre os megaeventos que o país receberia, a exemplo de: Jogos Mundiais Militares (2011), Conferência RIO+20 (2012), Copa das Confederações e Jornada Mundial da Juventude (2013), Copa do Mundo FIFA Brasil (2014) e os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos (2016).

Dentro dos planos e do próprio DRTB, as pesquisas que balizaram suas construções estavam ancoradas em estatísticas sobre as Atividades Características do Turismo – ACTs¹⁶. E, embora a temática do monitoramento e avaliação seja transversal a todas as fases de qualquer planejamento percebeu-se, após um detalhamento associativo feito no Quadro 8, que estas questões figuraram de formas diferentes:

- No PNT (2003-2007, p. 08-13): como estratégias de gestão e relações institucionais e acompanhamento do CNT; no suporte às ações de promoção, marketing e apoio à comercialização do produto Brasil; no conhecimento da oferta turística nacional e demanda internacional; nas avaliações de impacto do turismo na economia e oportunidades de investimento.
- No PNT (2007-2010, p.15-16): como estratégias de integração e descentralização da gestão pública entre os entes federativos; de avaliação dos resultados do PNT; de estruturação do Sistema de Informações

¹⁶ As atividades características do turismo referem-se aos meios de hospedagem, alimentação, agências de viagens, transporte aéreo, terrestre e aquaviário, aluguel de transportes, cultura e lazer; e fazem parte de blocos de recomendações para o monitoramento de indicadores turísticos da OMT. Sobre elas recaem os dimensionamentos ligados aos estabelecimentos ligados ao turismo, ao perfil dos empregos associados ao consumo dos turistas – ocupações formais e informais, remuneração média e gênero dos trabalhadores e à própria indústria (artigos e serviços adquiridos pelos visitantes e produzidos pela indústria do turismo ou outras indústrias) (COELHO, 2011, pp.9-12).

Estatísticas do Turismo para avaliações dos impactos econômicos do turismo através da constituição da CST e com acesso amplo aos públicos de interesse; e ao desenvolvimento da competitividade do turismo brasileiro.

– No DRTB (2011-2014, p.129-141): como estratégia de acompanhamento da política nacional; de fortalecimento da implementação do Sistema Integrado de Gestão do Turismo; de promoção do mapeamento georreferenciado das ações do PNT; de estabelecimento de parcerias para implementar instrumentos de controle dos impactos turísticos; de avaliação ambiental estratégica; de acompanhamento de estruturas de consumo, evolução de mercado e investimentos em inteligência comercial; de apoio a produção científica e intercâmbio de conhecimentos para o desenvolvimento sustentável do turismo; de criação de mecanismos de redução de custos em operações financeiras e incentivos tributários para empreendimentos turísticos; de criação de Selos de Qualidade em prestação de serviços e novas rotas aéreas na América do Sul; de orientação para a implantação de programas de qualificação para o turismo.

– No PNT (2013-2016, p.64-101): como estratégias de aumento da qualidade e legalidade na prestação dos serviços turísticos – cumprimento de marcos regulatórios/fiscalização; de fomento público a pesquisa, a inovação e ao conhecimento contínuos; de implementação de sistemas de inteligência e plataforma interinstitucional de dados estatísticos do turismo; de mensuração de estágios de desenvolvimento e competitividade de destinos turísticos; de atração de investimentos e avaliação de impactos tributários nos negócios turísticos; de acompanhamento de resultados orçamentários e da eficácia, eficiência e efetividade das políticas definidas; e na criação de metodologias inovadoras e de incentivo à formação de redes que garantam a diversificação da oferta e o incremento de diferenciais competitivos de sustentabilidade das iniciativas locais.

Quadro 8 – Planos Nacionais de Turismo – objetivos, metas, macroprogramas e ações correspondentes*

PNT	Objetivo Geral	Objetivo específico	Metas	Macroprogramas/Objetivos
PNT (2003-2007)	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais 	<ul style="list-style-type: none"> Dar qualidade ao produto turístico Diversificar a oferta turística; estruturar os destinos turísticos Ampliar e qualificar o mercado de trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada Estado da Federação e Distrito Federal Criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações 	<p><u>1.Gestão e relações institucionais</u> (articulação e descentralização da gestão do turismo)</p> <p>1.1.Programa de acompanhamento do CNT (integração da gestão do turismo)</p> <p>1.2.Programa de Monitoramento do plano (monitoramento e avaliação dos resultados alcançados)</p> <p>1.3.Programa de relações internacionais (cooperação técnica internacional)</p> <p><u>3.Infraestrutura</u></p> <p>3.1.Programa de Desenvolvimento Regional (melhorar a qualidade de vida nas cidades turísticas, criar condições para a implantação de equipamentos turísticos, equilibrar o desenvolvimento das regiões)</p> <p>3.2.Programa de acessibilidade aérea, terrestre, marítima e fluvial (facilitar o acesso do fluxo de turistas)</p> <p><u>4.Estruturação e diversificação da oferta turística</u></p> <p>4.1.Programa de Roteiros Integrados (aumentar o número de produtos turísticos de qualidade colocados para comercialização; diversificar os produtos turísticos contemplando nossa pluralidade cultural e diferença regional; aumentar o fluxo de turistas nacional e internacional e o tempo de permanência do turista internacional com um leque maior de serviços ofertados; diminuir as desigualdades regionais, estruturando produtos em todos os estados brasileiros e Distrito Federal)</p> <p>4.2. Programa de Segmentação</p> <p><u>5.Qualidade do Produto Turístico</u></p> <p>5.1.Programa de Normatização da atividade turística (promover a qualidade dos produtos turísticos; apoiar a programação de certificação da qualidade para as empresas do setor; descentralizar e fortalecer o sistema de fiscalização delegada aos serviços turísticos; intensificar esforços para o cumprimento das normas/regulamentos garantindo a defesa do consumidor)</p> <p>5.2.Programa de qualificação profissional (promover a capacitação/(re)qualificação dos agentes da cadeia produtiva do turismo, nos diversos níveis hierárquicos – público e privado – visando ocupar os novos postos de trabalho gerados; estabelecer para os segmentos, normas padrões e regulamentos relativos aos serviços prestados para referenciar os programas da qualificação profissional e orientar a melhoria da qualidade e segurança dos serviços prestados ao turista)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado Internacional Ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional Aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil Gerar 8 bilhões de dólares em divisas; Aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos voos domésticos 	<p><u>2.Fomento</u></p> <p>2.1.Programa de atração de investimentos (ampliação e melhoria da estrutura turística e ampliação de investimentos, captação de investidores para projetos em regiões potenciais remotas, geração de divisas e de postos de trabalho)</p> <p>2.2.Programa de Financiamento para o turismo (facilitação do acesso ao crédito para o consumidor final e a pequena e média empresa)</p> <p><u>6.Promoção e apoio à comercialização</u></p> <p>6.1.Programa de promoção nacional e internacional do turismo brasileiro (aumentar o fluxo de turistas estrangeiros no Brasil realizando intensa promoção nos grandes mercados emissores internacionais; fortalecer o segmento de negócios, captando uma quantidade maior de eventos para o Brasil)</p> <p>6.2.Programa de reposicionamento da imagem do Brasil (promover a diversidade cultural e regional brasileira; promover as diferentes regiões brasileiras diminuindo as suas desigualdades)</p> <p>6.3. Programa de apoio à comercialização (aquecer o mercado interno, promovendo um número maior de produtos de qualidade)</p> <p><u>7.Informações Turísticas</u></p> <p>7.1.Programa de Base de Dados (conhecer a oferta turística do mercado nacional; dar suporte as ações de promoção, marketing e apoio à comercialização do produto Brasil)</p> <p>7.2.Programa de Pesquisa de Demanda (conhecer a demanda turística do mercado internacional)</p> <p>7.3.Programa de Avaliação do Impacto do Turismo (avaliar o impacto da atividade turística na economia)</p> <p>7.4.Programa de Avaliação da Oportunidade de Investimento (dar suporte a decisão de potenciais investidores no setor de turismo)</p>

Continua...

PNT	Objetivo Geral	Objetivo específico	Metas	Macroprogramas/Objetivos
PNT (2007-2010)	Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais.	<ul style="list-style-type: none"> Garantir a continuidade e o fortalecimento da Política Nacional do Turismo e da gestão descentralizada. Estruturar os destinos, diversificar a oferta e dar qualidade ao produto turístico brasileiro. Desenvolver e implementar estratégias relacionadas à logística de transportes articulados, viabilizando a integração de regiões e destinos turísticos e promovam a conexão soberana do País com o mundo. 	<ul style="list-style-type: none"> Promover a realização de 217 milhões de viagens no mercado interno Qualificar 65 destinos turísticos para o mercado internacional 	<p>1.Planejamento e gestão</p> <p>1.1. Programa de implementação e descentralização da Política Nacional de Turismo (formular e implementar, de forma descentralizada e participativa, a Política Nacional de Turismo, orientada pelas diretrizes do CNT; descentralizar a execução das ações definidas no PNT, em alinhamento com os planos macrorregionais, estaduais, regionais e municipais do turismo; estruturar os mecanismos e as ferramentas institucionais capazes de promover o planejamento integrado nos ambientes interno e externo ao MTur).</p> <p>1.2.Programa de Avaliação e Monitoramento do PNT (integrar as esferas públicas federal, estadual, municipal, regional e macrorregional e o setor privado na construção do turismo brasileiro, promovendo a avaliação e o monitoramento do Plano Nacional de Turismo; monitorar e avaliar os resultados do PNT e as políticas públicas relacionadas ao turismo pelos impactos econômicos e socioambientais)</p> <p>3. Logística de Transportes</p> <p>3.1.Programa de Ampliação da malha aérea internacional (ampliar a conectividade aérea internacional do País, com mais voos regulares e charters; fortalecer as empresas aéreas nacionais)</p> <p>3.2.Programa de Integração da América do Sul</p> <p>3.3.Programa de Integração modal nas regiões turísticas (ampliar a oferta de voos domésticos regulares e charters; desconcentrar os fluxos aéreos no País, possibilitando o atendimento das diversas regiões brasileiras, particularmente os polos e destinos turísticos indicados pelo Macroprograma de Regionalização do Turismo; fortalecer a aviação aérea regional; melhorar a rede e a qualidade da infraestrutura de transportes de passageiros nos diversos modais, atendendo as regiões turísticas; integrar os diversos modais de transportes no País; induzir a ação interministerial para a implementação de estratégias relativas à logística de transportes)</p> <p>4.Regionalização do Turismo</p> <p>4.1 Programa de planejamento e gestão da regionalização do turismo (apoiar o planejamento, a estruturação e o desenvolvimento das regiões turísticas; dinamizar as economias regionais)</p> <p>4.2.Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos</p>
	Promover o turismo com um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros.	<ul style="list-style-type: none"> Apoiar a recuperação e a adequação da infraestrutura e dos equipamentos nos destinos turísticos, garantindo a acessibilidade aos portadores de necessidades especiais. Ampliar e qualificar o mercado de trabalho nas diversas atividades que integram a cadeia produtiva do turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> Criar condições para gerar 1,7 milhões de novos empregos e ocupações 	<p>4.3.Programa de Estruturação da Produção Associada ao Turismo (fomentar a produção associada ao turismo, agregando valor à oferta turística e potencializando a competitividade dos produtos turísticos; integrar e dinamizar os arranjos produtivos do turismo)</p> <p>4.4.Programa de apoio ao desenvolvimento regional do turismo (promover o desenvolvimento e a desconcentração da atividade turística; aumentar e diversificar produtos turísticos de qualidade, contemplando a pluralidade cultural e a diferença regional do País; possibilitar a inserção de novos destinos e roteiros turísticos para comercialização; potencializar os benefícios da atividade para as comunidades locais; aumentar o tempo de permanência do turista nos destinos e roteiros turísticos)</p> <p>5.2.Programa de financiamento para o turismo (ampliar e melhorar a oferta de equipamentos e serviços turísticos em todo o País; incentivar a micro, pequena e média empresa, facilitando o acesso ao crédito; gerar novos postos de trabalho por meio da ampliação e diversificação dos equipamentos turísticos; fortalecer o mercado interno por meio do financiamento ao consumidor final)</p> <p>6.Macroprograma de infraestrutura pública</p> <p>6.1.Programa de articulação interministerial para a infraestrutura de apoio ao turismo (garantir a qualidade e a sustentabilidade dos destinos turísticos; melhorar a qualidade de vida nas regiões e destinos turísticos; garantir as condições adequadas para que o desenvolvimento do turismo se dê de forma sustentável)</p> <p>6.2.Programa de apoio à infraestrutura turística (criar condições para implantação de equipamentos turísticos; potencializar os benefícios decorrentes do desenvolvimento turístico; facilitar o acesso de turistas, inclusive dos portadores de necessidades especiais)</p> <p>7.Programa de qualificação dos equipamentos e serviços turísticos</p> <p>7.1.Programa de normatização do turismo (promover a qualidade dos produtos turísticos no Brasil; estabelecer, em cooperação com as entidades representativas dos segmentos turísticos, normas, padrões e regulamentos relativos aos serviços prestados para referenciar os programas de qualificação profissional e orientar a melhoria da qualidade</p>

				<p>e segurança dos serviços prestados ao turista; descentralizar e fortalecer o sistema de regulação e de fiscalização dos serviços turísticos, garantindo aos órgãos públicos delegados condições de disciplinar os serviços com base nas peculiaridades locais; intensificar esforços voltados para o cumprimento das normas e regulamentos para os serviços, facilitando a garantia da defesa do consumidor turista)</p> <p>7.2. Programa de Certificação do Turismo (sistematizar o conjunto de normas e regulamentos que dispõe sobre a prestação de serviços e equipamentos turísticos no País)</p> <p>7.3. Programa de Qualificação Profissional (promover a qualificação e o aperfeiçoamento dos agentes atuantes em toda a cadeia produtiva do turismo, nos diversos níveis hierárquicos, tanto do setor público quanto do setor privado; incentivar e apoiar a certificação de profissionais e equipamentos turísticos)</p>
	<p>Fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado nacional e internacional e proporcionar condições favoráveis ao investimento e à expansão da iniciativa privada. • Promover a ampliação e a diversificação do consumo do produto turístico no mercado nacional e no mercado internacional, incentivando o aumento da taxa de permanência e do gasto médio do turista. • Consolidar um sistema de informações turísticas inovador, capaz de monitorar os impactos do turismo e facilitar a tomada de decisões 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerar U\$ 7,7 bilhões em divisas 	<p><u>2. Informações e Estudos Turísticos</u></p> <p>2.1. Programa Sistema de Informações Turísticas (conhecer as características e o dimensionamento da oferta e da demanda turística no mercado nacional e internacional; avaliar o impacto da atividade turística na economia por meio da implantação da Conta Satélite em nível nacional e regional, conforme recomendação da OMT; desenvolver pesquisas qualitativas junto aos empresários de setor de turismo; promover a disseminação de informações sobre o turismo junto ao setor público, privado e à sociedade civil em geral, de forma a facilitar o acesso da população a dados, indicadores e análises sobre a atividade turística; estruturar o sistema nacional de estatística de turismo; reunir, sistematizar e disseminar informações primárias e secundárias sobre a atividade turística)</p> <p>2.2. Programa de Competitividade do Turismo Brasileiro (articular a realização dos estudos e pesquisas sobre a competitividade da atividade turística no Brasil de modo a subsidiar a atuação das diversas áreas do MTur)</p> <p><u>5. Fomento à iniciativa privada</u></p> <p>5.1. Programa de atração de investimentos (captar investidores para projetos localizados em regiões potenciais remotas, ainda não desenvolvidas; gerar divisas, promovendo a captação de investidores para o Brasil; divulgar as oportunidades de investimentos no turismo, sensibilizando os potenciais investidores para o desenvolvimento da atividade no País)</p> <p>1.3. Programa de relações internacionais (identificar práticas exitosas implementadas por outros países que possam auxiliar no desenvolvimento do turismo no Brasil; defender o interesse do turismo brasileiro em foros internacionais e em suas relações bilaterais; estabelecer mecanismos de cooperação técnica bilateral e multilateral que contribuam para o intercâmbio de conhecimentos e o desenvolvimento mútuo)</p> <p><u>8. Promoção e Apoio à comercialização</u></p> <p>8.1. Programa de Promoção Nacional do Turismo Brasileiro</p> <p>8.2. Programa de Apoio à comercialização nacional (fomentar o mercado interno, promovendo um número maior de produtos de qualidade; possibilitar o aumento das viagens domésticas por meio de mecanismos que viabilizem a oferta de produtos acessíveis e de qualidade, possibilitando a inserção de novos grupos de consumidores nacionais; promover as regiões brasileiras por meio da diversidade cultural e natural, no País e no exterior, contribuindo para a diminuição das desigualdades regionais)</p> <p>8.3. Programa de Promoção internacional do turismo brasileiro (fortalecer o segmento de negócios, eventos e incentivos)</p> <p>8.4. Programa de Apoio à comercialização internacional (aumentar o fluxo de turistas estrangeiros ao Brasil, realizando intensa promoção nos grandes mercados emissores internacionais)</p>

Continua...

PNT	Objetivo Geral	Objetivo específico	Metas	Macroprogramas/Objetivos
PNT (2013-2016)	Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar toda a cadeia produtiva para receber os turistas internacionais e o expressivo aumento do fluxo doméstico durante o período dos eventos • Qualificar os serviços e os produtos a serem ofertados a esses turistas nacionais e internacionais • Projeção da imagem do Brasil e para a consolidação do país como destino turístico de excelência 	1. Aumentar para 7,9 milhões a chegada de turistas estrangeiros no país	<p>2) Estruturar os destinos turísticos</p> <p>2.1) Apoiar o desenvolvimento das regiões turísticas (Promoção do planejamento, organização e gestão territorial e institucional das regiões turísticas por meio do apoio à sensibilização e mobilização das comunidades, do fortalecimento de instâncias de governança, do apoio à elaboração e implementação de planos estratégicos de desenvolvimento do turismo, da formalização de redes de relacionamentos, da realização de estudos e eventos para subsidiar a implementação das ações de regionalização do turismo e, sobretudo, da articulação interna com os demais programas do MTur)</p> <p>2.2) Apoiar a elaboração e implementação dos Planos de Desenvolvimento Turístico (qualificar a oferta turística nacional através da organização dos investimentos públicos para o desenvolvimento da atividade turística, geração de emprego e renda nas regiões turísticas priorizadas pelos estados e municípios participantes)</p> <p>2.3) Melhorar a infraestrutura turística (apoiar os investimentos de infraestrutura turística para permitir a expansão da atividade e a melhoria da qualidade dos produtos e serviços ofertados nas diversas regiões)</p> <p>2.5) Estruturar os segmentos turísticos priorizados (formular, coordenar, acompanhar e articular políticas públicas para o ordenamento e o desenvolvimento dos segmentos turísticos; promover e apoiar estudos e pesquisas acerca da oferta e da demanda turística segmentada (especialmente os idosos, os jovens, as pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, grupos LGBT entre outros); fortalecer os arranjos institucionais e setoriais relacionados aos segmentos turísticos de oferta e demanda; apoiar a estruturação ou reposicionamento de produtos turísticos com foco nos segmentos de demanda e de oferta, agregando valor a esses produtos – para dar identidade a produtos turísticos, minimizar os efeitos da sazonalidade, e aumentar e diversificar a oferta turística no mercado doméstico e internacional)</p> <p>2.6) Melhorar a sinalização, acessibilidade e os Centros de Atendimento aos Turistas nas cidades-sede da Copa do Mundo (promover a acessibilidade em equipamentos, atrativos e serviços turísticos, com adaptação dos espaços, mobiliários e equipamentos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação – para universalizar a experiência turística)</p> <p>3) Fomentar, regular e qualificar os serviços turísticos</p> <p>3.1) Cadastrar os prestadores de serviços turísticos (promover o cadastramento de empresas, equipamentos e profissionais do setor como estratégia de incentivo à formalização dos prestadores de serviços turísticos; sensibilizar para a importância do cadastramento para legalização e qualificação da atividade turística no país)</p> <p>3.2) Fiscalizar os serviços turísticos (monitoramento da qualidade e legalidade da prestação dos serviços turísticos com o objetivo do cumprimento dos marcos regulatórios do setor e garantia da formalidade e a legalidade na prestação dos serviços turísticos no Brasil).</p> <p>3.3) Classificar e certificar os serviços e equipamentos turísticos (estabelecimento de padrões e normas de qualidade, eficiência e segurança na prestação de serviços turísticos por meio do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem; definição de referenciais de qualidade para as demais atividades de prestação de serviços turísticos, previstos na Lei nº 11.637/2007 para melhorar a qualidade e a consequente competitividade dos equipamentos e serviços turísticos, visando ao aperfeiçoamento dos agentes da cadeia produtiva do turismo).</p> <p>3.4) Capacitar e qualificar profissionais e gestores do setor de turismo (qualificar os profissionais e gestores turísticos; fomentar à oferta de cursos de aperfeiçoamento em diferentes áreas do conhecimento; incentivar a formação de mão de obra para o primeiro emprego no setor)</p> <p>3.5) Incrementar as linhas de financiamento a iniciativa privada (desenvolver parcerias com instituições financeiras, entidades privadas e órgãos públicos, buscando a ampliação dos recursos e a adequação de linhas de crédito e outros instrumentos financeiros direcionados para o financiamento das atividades dos prestadores de serviços turísticos e do público final)</p> <p>3.6) Implementar o apoio ao fomento público a pesquisa, a inovação e ao conhecimento (implementar programa contínuo de fomento público para o desenvolvimento de pesquisa, inovação e conhecimento pelos programas de pós-graduação reconhecidos e recomendados pela Capes, pelos institutos sem fins lucrativos e para empreendimentos privados, bem como apoiar a inserção da inovação na Leis nº 11.196/2005 e nº 10.093/2004)</p>

				3.8) Qualificação profissional para melhoria da qualidade dos serviços a serem ofertados aos turistas que visitarão o país nos megaeventos (melhoria da qualidade dos serviços através da oferta de 240 mil vagas em cursos de qualificação do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – PRONATEC até a Copa do Mundo em 2014; e instituir o PRONATEC Turismo que integrará a Política Nacional de Qualificação Profissional, buscando elevar a competitividade do país como destino turístico)
Incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros	<ul style="list-style-type: none"> • Equilibrar essa balança e reduzir o déficit final sem dificultar o acesso do turista nacional às viagens internacionais • Ampliar a geração de divisas internacionais 	2. Aumentar para US\$ 10,8 bilhões a receita com o turismo internacional até 2016		4.5 Fortalecer a estratégia de promoção internacional do turismo brasileiro (formulação, implementação e execução de ações de promoção comercial dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior, apoiadas em uma ferramenta de gestão capaz de determinar a adequada estratégia de marketing tradicional e eletrônica (<i>websites</i> , redes e mídias sociais, <i>eMobile</i> , <i>APP</i>), estudo sobre o comportamento do consumidor (real e potencial para visitar o Brasil), orçamento destinado para cada mercado e análise da atuação dos competidores do Brasil no mercado internacional – para posicionar o Brasil como destino competitivo no mercado internacional, aumentar a entrada de divisas, chegada de turistas estrangeiros, seu tempo de permanência e o gasto médio no território nacional).
Incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar o brasileiro a viajar mais pelo Brasil • Reduzir os efeitos da sazonalidade do turismo internacional, distribuindo a atividade turística de forma mais homogênea ao longo do exercício • Gerar mais empregos e renda através do turismo • Promover o aumento de viagens com a inserção de novos grupos de consumidores até então excluídos desse tipo de consumo 	3. Aumentar para 250 milhões o número de viagens domésticas realizadas até 2016 5. Aumentar em 3,6 milhões de ocupações formais o setor de turismo até 2016		<p>4) Promover os produtos turísticos</p> <p>4.1) Realizar campanhas publicitárias de promoção do turismo interno (para incentivar os brasileiros a viajarem mais pelo país nos períodos de baixa ocupação hoteleira, feriados, finais de semana e férias; consolidar a imagem do Brasil como destino seguro, qualificado, diversificado e sustentável, fomentando o mercado interno de forma a contribuir para a diminuição das desigualdades regionais).</p> <p>4.2) Apoiar eventos de comercialização (participação e apoio do MTur em eventos temáticos, geradores de fluxo turístico e de apoio à comercialização para divulgar e agregar valor à imagem do destino turístico brasileiro, aumentar a geração de emprego e renda e de fluxos turísticos nacionais).</p> <p>4.3) Realizar ações de apoio à comercialização do produto turístico brasileiro no mercado interno (incentivar a cadeia de distribuição do turismo, promover a inserção de novos grupos de consumidores, ampliar e diversificar os produtos turísticos ofertados e dinamizar os fluxos turísticos domésticos)</p> <p>4.4) Realizar mostra dos produtos e roteiros turísticos brasileiros (apoiar a promoção e a comercialização dos diversos destinos; ampliar, fortalecer e renovar canais de distribuição dos produtos turísticos nacionais, proporcionando condições iguais de divulgação, apresentação, promoção e comercialização, principalmente dos novos produtos/roteiros turísticos desenvolvidos sob as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo)</p> <p>4.6) Apoiar a realização de eventos de fortalecimento ao desenvolvimento turístico (fortalecer as políticas públicas do desenvolvimento/promoção do turismo interno; gerar novos empregos e melhorar a distribuição de renda e a qualidade de vida das comunidades; valorizar, conservar e promover o patrimônio cultural, natural e social; estimular processos que resultem na criação e na qualificação de produtos turísticos regionais, genuínos e que valorizem a identidade cultural do brasileiro; estimular a inovação na concepção de novos produtos turísticos e no processo de promocomercialização (estratégias de <i>websites</i>, redes e mídias sociais, <i>eMobile</i>, <i>APP</i>, entre outros))</p> <p>4.7) Articular com as demais esferas de governo a necessidade de uma reavaliação dos encargos tributários (reavaliar os encargos tributários sobre a atividade turística, objetivando a sua redução para elevar a colocação do país no <i>ranking</i> de competitividade do Fórum Econômico Mundial)</p>
Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a competitividade do turismo no Brasil • Geração de emprego e empreendedorismo com qualidade no turismo 	• 4. Elevar para 70 pontos o índice médio de competitividade turística nacional até 2016		<p>1) Conhecer o turista, o mercado e o território</p> <p>1.1) Desenvolver estudos e pesquisas sobre a atividade turística (Sistema de Informações Turísticas para a consolidação dos dados e avanços na CST; subsidiar políticas públicas e privadas de planejamento e desenvolvimento do turismo)</p> <p>1.2) Implantar uma plataforma interinstitucional de dados (baseada no RIET-2008 para a CST e o Projeto de Harmonização Estatística de Turismo dos Países do Cone Sul)</p> <p>1.3) Implementar o sistema de inteligência (criar um repositório de conhecimento intraorganizacional a partir da integração dos sistemas de informação do MTur, das Secretarias Estaduais e Municipais de Turismo que permita a obtenção de dados e informações (estruturados ou não), a extração, o armazenamento, a criação e socialização do conhecimento)</p>

			<p>2.4) Mensurar a competitividade nos destinos turísticos (Implementação de metodologia de avaliação do estágio de desenvolvimento e competitividade dos destinos turísticos brasileiros; apoiar a estruturação e a gestão de destinos turísticos brasileiros no desenvolvimento de competências relacionadas à competitividade)</p> <p>3.7) Atração de investimentos e questões tributárias (criação de conjunto de informações para orientação sobre onde investir em equipamentos turísticos no Brasil e divulgação para potenciais investidores; apoiar a preparação de empreendedores nacionais para a captação de investimentos; avaliar os impactos tributários nos negócios de turismo; articular com os entes federativos a adequação dessas questões, buscando maior competitividade nacional e internacional na atração de investimentos e na oferta de produtos que favoreçam a escolha do Brasil como destino turístico – disputa internacional)</p> <p>5) Estimular o desenvolvimento sustentável da atividade turística</p> <p>5.1) Combater a exploração de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo (divulgar conteúdos vinculados a objetivos sociais de interesse público, com caráter educativo, informativo, de mobilização ou de orientação social aos prestadores ou usuários de serviços turísticos - prevenção e ao enfrentamento da exploração sexual de crianças e de adolescentes nos equipamentos turísticos)</p> <p>5.2) Integrar a produção associada na cadeia produtiva do turismo (promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo por meio de ações de promoção/comercialização, apoio a projetos de desenvolvimento; criar metodologias inovadoras e de incentivo à formação de redes que garantam a sustentabilidade das iniciativas locais para assim, contribuir com a diversificação da oferta e o incremento de diferencial competitivo de destinos e roteiros turísticos)</p> <p>5.3) Fomentar o turismo de base comunitária (fomentar e apoiar projetos/ações de desenvolvimento local e sustentável do turismo pela organização e qualificação da produção, melhoria da qualidade dos serviços, incentivo ao associativismo, cooperativismo, empreendedorismo, formação de redes, estabelecimento de padrões e normas de atendimento diferenciado e estratégias inovadoras, de modo a inserir esses produtos na cadeia produtiva do turismo (de base comunitária)</p> <p>6) Fortalecer a gestão descentralizada, as parcerias e a participação social</p> <p>6.1) Fortalecer a gestão do turismo no Brasil (sensibilizar e mobilizar os atores sobre a importância da descentralização, participação e integração das políticas públicas do setor, apoio e fortalecimento ao Sistema Nacional de Turismo que inclui órgãos oficiais e instâncias de governança estaduais, municipais, regionais e macrorregionais, a partir do Conselho Nacional de Turismo; planejar e capacitar institucionalmente estes atores para a realização da 1ª Conferência Nacional de Turismo).</p> <p>6.2) Definir modelos referenciais de infraestruturas de gestão para as Organizações Públicas de Turismo – OPT (apoiar os gestores públicos no atendimento/adequação de requisitos mínimos que possam assegurar a execução e a implementação das ações definidas pelo MTur e seus modelos referenciais)</p> <p>6.3) Ampliar a cooperação internacional em turismo (coordenar e apoiar as atividades do MTur em organismos internacionais de prospecção e difusão de melhores práticas internacionais para subsidiar a elaboração de políticas nacionais e o assessoramento de missões internacionais bem como gestão de demandas e ofertas de cooperação técnica em turismo, de modo a fortalecer a posição da política do país no cenário mundial)</p> <p>6.7 Promover a melhoria de ambiente jurídico favorável (realizar estudos de identificação de pontos de estrangulamento jurídico institucional, que travam o desenvolvimento de empreendimentos turísticos, de modo a promover alterações normativas capazes de melhorar o ambiente de negócios e estimular investimentos)</p>
--	--	--	---

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

* Elaborado a partir de correspondências entre objetivos e metas dos planos com os seus macroprogramas e ações estratégicas (sem sequências numéricas lógicas).

O Quadro 8 mostra que, a partir do PNT 2007-2010, o MTur dá ênfase ao objetivo de desenvolver um Sistema de Informações do Turismo que permita tanto avaliar o impacto da atividade turística na economia (Conta Satélite), da mesma maneira que incentiva a elevação dos patamares de competitividade do Produto Brasil e seu posicionamento no mercado internacional.

E a partir daí, são elaborados os Estudos de Competitividade do Turismo Nacional, apoiados na estruturação/diversificação da oferta turística, na qualificação de produtos e serviços turísticos e da produção associada, na articulação integrada e fortalecimento das instâncias colegiadas (públicas, privadas e organizadas); no empreendedorismo e promoção de investimentos; na promoção e comercialização; na informação qualificada ao turista; e no monitoramento e avaliação do turismo (BRASIL, 2014, p.23).

Os Estudos de Competitividade que estão na sua 7ª edição em 2015, reúnem análises dos 65 destinos indutores do turismo, em relação a 13 dimensões (infraestrutura, acesso, serviços, equipamentos e atrativos turísticos, marketing e promoção do destino, políticas públicas, cooperação regional, monitoramento, economia local, capacidade empresarial, aspectos sociais, ambientais e culturais) cujas variáveis avaliadas referem-se a (BRASIL, 2015, p.36-51):

- Infraestrutura (capacidade de atendimento médico para o turista no destino; estrutura urbana nas áreas turísticas; fornecimento de energia; serviço de proteção ao turista);
- Acesso (acesso aéreo, rodoviário, aquaviário e ferroviário; sistema de transporte no destino e proximidade de grandes centros emissores de turistas);
- Serviços e equipamentos turísticos (sinalização turística; centro de atendimento ao turista; espaços para eventos; capacidade dos meios de hospedagem, do turismo receptivo e dos restaurantes; estrutura de qualificação para o turismo);
- Atrativos turísticos (atrativos naturais, culturais, eventos programados, realizações técnicas/científicas/artísticas);
- Marketing e promoção do destino (plano de marketing, participação em feiras e eventos, promoção do destino e estratégias de promoção digital);

- Políticas públicas (estrutura municipal para apoio ao turismo, grau de cooperação com o governo estadual e federal, planejamento para a cidade e para a atividade turística e grau de cooperação público-privada);
- Cooperação Regional (governança, projetos de cooperação e planejamento turístico regional, roteirização, promoção e apoio à comercialização);
- Monitoramento (pesquisas de demanda e oferta, sistema de estatísticas do turismo, medição dos impactos da atividade turística e setor específico de estudos e pesquisa);
- Economia local (aspectos da economia local, infraestrutura de comunicação, infraestrutura e facilidades de negócios, empreendimentos e eventos alavancadores);
- Capacidade empresarial (capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local, presença de grupos nacionais e internacionais do turismo, concorrência, barreiras de entrada e geração de negócios e empreendedorismo);
- Aspectos sociais (acesso à educação; empregos gerados pelo turismo, uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; cidadania, sensibilização e participação na atividade turística; política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes);
- Aspectos ambientais (estrutura e legislação municipal de meio ambiente; atividades em curso potencialmente poluidoras; rede pública de distribuição de água/tratamento de esgoto; coleta e destinação pública de resíduos e patrimônio natural; e unidades de conservação no território municipal); e
- Aspectos culturais (produção cultural associada ao turismo; patrimônio histórico e cultural; e estrutura municipal de apoio à cultura)

Frisando a dimensão do monitoramento que inclui avaliações sobre a capacidade de realizar e/ou divulgar estudos e pesquisa sobre o destino indutor, onde no *ranking* demonstrado no Quadro 9 pode-se verificar os melhores resultados individuais em cada uma das dimensões.

Quadro 9 – Destinos com melhores resultados por dimensões no Índice de Competitividade do Turismo Nacional – Relatório Brasil 2015

Ranking 2015	Dimensões/Destinos				
	Infraestrutura	Acesso	Serviços e equipamentos turísticos	Atrativos turísticos	Marketing e promoção do destino
1º lugar	Curitiba/PR	São Paulo/SP	São Paulo/SP	Rio de Janeiro/RJ	Foz do Iguaçu/PR
2º lugar	Florianópolis/SC	Brasília/DF	Rio de Janeiro/RJ	Foz do Iguaçu/PR	Porto Alegre/RS
3º lugar	Vitória/ES	Rio de Janeiro/RJ	Porto Alegre/RS	Curitiba/PR	São Paulo/SP
4º lugar	São Paulo/SP	Porto Alegre/RS	Recife/PE	São Paulo/SP	Bento Gonçalves/RS
5º lugar	Belo Horizonte/MG	Salvador/BA	Belo Horizonte/MG	Petrópolis/RJ	Belo Horizonte/MG
6º lugar	Porto Alegre/RS	Recife/PE	Florianópolis/SC	Recife/PE	Petrópolis/RJ
7º lugar	São Luís/MA	Curitiba/PR	Campo Grande/MS	Bonito/MS	São Luís/MA
8º lugar	Brasília/DF	Florianópolis/SC	Salvador/BA	São Raimundo Nonato/PI	João Pessoa/PB
9º lugar	Rio de Janeiro/RJ	Belo Horizonte/MG	Foz do Iguaçu/PR	Salvador/BA	Balneário Camboriú/SC
10º lugar	Aracaju/SE	Belém/PA	Maceió/AL	Manaus/AM	Brasília/DF
Ranking	Políticas públicas	Cooperação Regional	Monitoramento	Economia Local	Capacidade Empresarial
1º lugar	São Paulo/SP	Bento Gonçalves/RS	São Paulo/SP	São Paulo/SP	Rio de Janeiro/RJ
2º lugar	Curitiba/PR	Bonito/MS	Foz do Iguaçu/PR	Rio de Janeiro/RJ	São Paulo/SP
3º lugar	Florianópolis/SC	Paranaguá/PR	Belo Horizonte/MG	Porto Alegre/RS	Belo Horizonte/MG
4º lugar	Belo Horizonte/MG	Tiradentes/MG	João Pessoa/PB	Brasília/DF	Porto Alegre/RS
5º lugar	Porto Alegre/RS	Maraú/BA	Ouro Preto/MG	Vitória/ES	Florianópolis/SC
6º lugar	Ilha Bela/SP	Diamantina/MG	Santarém/PA	Belo Horizonte/MG	João Pessoa/PB
7º lugar	Corumbá/MS	Balneário Camboriú/SC	Brasília/DF	Bento Gonçalves/RS	Manaus/AM
8º lugar	Vitória/ES	Nova Olinda/PE	Goiânia/GO	Manaus/AM	Recife/PE
9º lugar	Pirenópolis/GO	Vitória/ES	Paranaguá/PR	Curitiba/PR	Brasília/DF
10º lugar	Recife/PE	Ouro Preto/MG	Porto Alegre/RS	Goiânia/GO	Curitiba/PR
Ranking	Aspectos sociais	Aspectos ambientais	Aspectos culturais		
1º lugar	Balneário Camboriú/SC	Curitiba/PR	Salvador/BA		
2º lugar	Curitiba/PR	Foz do Iguaçu/PR	Rio de Janeiro/RJ		
3º lugar	Fernando de Noronha/PE	Palmas/TO	Recife/PE		
4º lugar	Porto Alegre/RS	Fortaleza/CE	Ouro Preto/MG		
5º lugar	Bento Gonçalves	Rio de Janeiro/RJ	Belém/PA		
6º lugar	Petrópolis/RJ	Porto Alegre/RS	Vitória/ES		
7º lugar	Foz do Iguaçu/PR	Vitória/ES	Campo Grande/RS		
8º lugar	São Paulo/SP	Natal/RN	São Luís/MA		
9º lugar	Salvador/BA	Brasília/DF	Porto Alegre/RS		
10º lugar	Ouro Preto/MG	Manaus/AM	Florianópolis/SC		

Fonte: BRASIL (2015, p.51)

O Quadro 9 permite uma aproximação ao desempenho alcançado pelos destinos indutores aonde estão lotados os observatórios deste estudo, quando revela a maior participação no *ranking* sendo da capital paulista (em 10 das dimensões analisadas); enquanto a participação menos expressiva foi de Goiânia/GO (figurou em apenas 2 dimensões); e mostra que, ao mesmo tempo em que Salvador/BA ficou de fora do *ranking* relativo à dimensão economia local, só este destino figurou no *ranking* de cooperação regional. Esta análise simplificada abre, inclusive, possibilidades de novos estudos sobre as estratégias adotadas pelos destinos indutores para melhorar seu desempenho avaliativo.

Além das pesquisas já citadas, o MTur possui uma série de indicadores básicos do turismo que são monitorados sistematicamente - para os quais será possível fazer algumas séries históricas no final deste capítulo -, utilizando-se de dados das fontes indicadas pelo próprio ministério (*website*). Trata-se dos seguintes indicadores:

- Movimentação de passageiros em:
 - o Aeroportos (voos nacionais/internacionais, regulares/não regulares) – com dados mensais/anuais da Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – INFRAERO;
 - o Rodoviárias (linhas interestaduais e internacionais): com dados anuais da Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT (periodicidade: anual).
- Locação de automóveis: com base nos dados anuais da Associação Brasileira de Locadoras de automóveis – ABLA.
- Chegadas de turistas (por vias de acesso, segundo continentes e países de residência permanente e pelos principais países emissores): elaborada com dados anuais de operadores e agentes turísticos sobre os principais emissores de turistas.
- Investimentos e financiamentos do turismo: com base nos dados mensais/anuais do Banco do Brasil - BB, Caixa Econômica Federal - CAIXA, Banco do Nordeste - BNB, Banco da Amazônia - BAM e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES.
- Mercado de trabalho formal no turismo: com dados anuais da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS e do Cadastro Geral de Emprego e desemprego – CAGED/Ministério do Trabalho e Emprego) – consolidados pelo Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – IPEA.
- Receita Cambial do Turismo: processada com dados mensais/anuais compilados do Banco Central do Brasil - BACEN.

A transparência em relação às suas fontes de dados, permite não só ao MTur mas, também, aos observatórios de turismo o acesso direto aos dados (locais ou por região), descentralizando o acompanhamento dos resultados alcançados por cada destino.

Atualmente, o MTur está elaborando o Plano Nacional Estratégico de Estatísticas Turísticas - PNEET¹⁷ que visa “melhorar o Sistema de Informações e Estatísticas de Turismo, de forma que o governo e a iniciativa privada disponham de informações oportunas e confiáveis, tanto para a tomada de decisões, quanto para o monitoramento e avaliação do desenvolvimento turístico do país” (BRASIL, 2014, p.23) - de modo colaborativo, com a participação de especialistas brasileiros e de países integrantes do Conesul¹⁸ (Argentina, Chile, Uruguai, Paraguai e outros como México e Porto Rico), além dos representantes e estatísticos dos observatórios de turismo, pesquisadores e o *trade* turístico nacional.

O objetivo geral do PNEET é “a definição de diretrizes estratégicas a serem seguidas em nível nacional para a produção, armazenamento e disseminação de estatísticas padronizadas e comparáveis sobre a atividade turística no Brasil” (BRASIL, 2013, p.11) e entre os específicos:

- Promover a harmonização das estatísticas turísticas no Brasil - alinhada com as Recomendações Internacionais de Estatísticas de Turismo - RIET 2008 e com as recomendações do Projeto de Harmonização de Sistemas de Estatísticas de Turismo dos Países do Conesul - PROJETO CONE SUL;
- Avançar no processo de renovação das operações estatísticas sob responsabilidade do Ministério do Turismo, componentes do núcleo básico do Sistema Federal de Informações Turísticas, referente a turismo receptivo, interno e ocupação hoteleira;
- Estimular para o desenvolvimento de esforços que incrementem a produção padronizada e comparável, de dados estatísticos em diferentes níveis de abrangência;
- Estruturar o desenho de plataforma que facilite a armazenagem e difusão, análise e acompanhamento de dados sobre a atividade turística;

¹⁷ O termo de referência do PNEET prevê uma vigência de 5 anos para o Plano e está associado ao Programa de Desenvolvimento Regional do Turismo – PRODETUR, sendo financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID. Para mais informações acesse: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/outros_estudos/plano_nacional/

¹⁸ O Brasil é beneficiário de um Projeto de Harmonização dos Sistemas de Estatística de Turismo nos Países do Cone Sul (Projeto Conesul) cujo objetivo é o de contribuir para a melhoria da qualidade das estatísticas turística dos países do Cone Sul e impulsionar a harmonização dos principais instrumentos de observação e mensuração da atividade turística nos países e na região do Cone Sul.

- Contribuir para o desenvolvimento e fortalecimento dos sistemas de informações turísticas em nível nacional, estadual e municipal, com particular atenção para aqueles onde o turismo possa ser particularmente relevante;
- Incentivar a cooperação entre os diferentes níveis de governo para o aprimoramento das informações estatísticas que subsidiem a tomada de decisão e definição de políticas públicas para o setor;
- Estimular a participação e a cooperação entre as instituições e agentes do setor de turismo no desenvolvimento do sistema de estatística de turismo incremento de ações que aprimorem a mensuração e análise do turismo
- Contribuir para o fortalecimento da gestão do turismo nacional e da liderança do Ministério Turismo.

O PNEET desenvolverá uma agenda compartilhada de cooperação e discussão das estatísticas com articulação entre autoridades e técnicos da união, estados e municípios onde poderão ser desenvolvidas alternativas de monitoramento paralelas e adaptadas às singularidades subnacionais, num exercício exploratório de identificação dos principais indicadores, para a estruturação de seus próprios Sistemas de Informações Turísticas (BRASIL, 2013).

Para a implementação do PNEET, as ações estão organizadas em três componentes: 1) fortalecimento da gestão nacional de turismo; 2) apoio ao planejamento estadual e municipal de turismo; 3) apoio aos investimentos estaduais e municipais no âmbito do Programa de Desenvolvimento do Turismo - PRODETUR Nacional¹⁹.

¹⁹ O PRODETUR é um programa de planejamento de intervenções públicas para o turismo que tem o objetivo de fortalecer a Política Nacional de Turismo e consolidar a gestão e o desenvolvimento do turismo em regiões prioritárias. Seus investimentos são operacionalizados pelo Mtur, que orienta tecnicamente as propostas estaduais e municipais; em parceria com organismos multilaterais, em especial o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e a Corporação Andina de Fomento - financiadores internacionais. Mais informações em: <http://www.turismo.gov.br/programas/5066-prodetur.html>

O desenvolvimento do *Plano Federal Estratégico de Estatísticas de Turísticas* vincula-se ao primeiro componente referente ao Fortalecimento da Gestão Nacional de Turismo e objetiva impulsionar a melhoria do Sistema de Informações e Estatísticas de Turismo Brasil, de forma que o governo e a iniciativa privada disponham de informações oportunas e confiáveis, tanto para a tomada de decisões, quanto para o monitoramento e avaliação do desenvolvimento turístico do país.- Em linhas gerais, o Ministério reconhece que tanto do ponto de vista dos responsáveis pela política de turismo, como das principais instituições que integram o setor, é necessário contar com uma visão conceitualmente aprofundada da atividade turística, que permita tanto a mensuração rigorosa da sua contribuição econômica, como a análise da atividade na perspectiva da demanda turística (em suas três vertentes de turismo receptivo, interno e emissor), dos estabelecimentos produtores de bens e serviços demandados pelos visitantes, e do correspondente emprego a eles associados (BRASIL, 2013, p.4)

Como fontes complementares o Termo de referência do PNEET identifica como indicadores complementares aos nacionais, para a mensuração local: a) turismo como setor econômico (demanda, oferta, emprego, outros); b) turismo e desenvolvimento sustentável (meio ambiente, impacto social e cultural sobre a população residente e contribuição do impacto econômico); c) desenvolvimento turístico e impacto territorial; d) cooperação entre os principais atores dos destinos turísticos (BRASIL, 2013).

Entre os resultados da integração de estatísticas do turismo espera-se uma gestão integrada do Sistema de Informações Turísticas Fortalecido – SITUR Fortalecido, entre as instituições públicas, privadas e sociais, formando uma rede colaborativa, estruturada e instrumentalizada para a produção, o gerenciamento e a difusão de dados estatísticos nacionais, subnacionais e internacionais do setor – tendo elas, diferentes níveis de envolvimento, participação, responsabilidades e benefícios; e todas sob a liderança, apoio técnico e suporte para articulações interinstitucionais do próprio MTur.

O PNEET estão discutindo numa série de Seminários e Reuniões Técnicas um modelo de monitoramento integrado que possibilite a construção da Conta Satélite de Turismo - CST. Valendo lembrar, que no caso do Brasil, segundo Kadota e Rabahy (2003, p.76), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE é a entidade responsável pela elaboração das Contas Nacionais, da Pesquisa Anual de Serviços de empresas formalmente constituídas (ligada a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE), Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios – PNAD (que incluem dados sobre consumo e orçamentos familiares, emprego e renda, entre outros) – fundamentais para o desenvolvimento da CST Brasileira. E que a primeira

CST brasileira foi construída pela Fundação de Pesquisas Econômicas - FIPE para o então Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur.

Ainda de acordo com os autores, as CSTs apresentam como resultados as indicações dos agregados econômicos (Produto Interno Bruto do Turismo - PIB Turístico e valores agregados), consumo turístico, conta de produção, emprego e renda, indicadores de caracterização do turismo – movimentação aeroportuária, ocupação hoteleira, transporte e forma de viagens, destinos e procedências (KADOKA, RABAHY, 2003, p.69).

O IBGE, esclareceu - através da sua Diretoria de Pesquisas e Coordenação de Comércio e Serviços, nos últimos dias 2 e 3 de setembro de 2015, no II Seminário de Técnico do PNEET 2016-2021 - que, é possível saber pelas CSTs, por exemplo: a representação do turismo no Produto Interno Bruto – PIB (comparativamente a outros segmentos econômicos), os gastos de consumo totais e por produto, perfil do mercado e fluxo dos destinos, além de fazer mensurações de impacto macroeconômico do país, regiões etc.

Porém, para tanto, seria necessário ter as mesmas definições de produção e consumo, separar os impactos sobre os segmentos turísticos, que as estatísticas estejam relacionadas com as Contas Nacionais e que provenham de fontes confiáveis, permitindo as comparações temporais nacionais e internacionais – tudo isto, sob a égide de uma Plataforma Institucional na qual fossem reunidos seus principais produtores e usuários destas estatísticas. O PNEET, portanto, traz entre suas ações estratégicas a renovação das metodologias de pesquisa do turismo nacional e internacional (IBGE, 2015, pp.7-13) e sua discussão segue em curso.

O Quadro 10 apresenta a identificação das variáveis propostas no PNEET.

Quadro 10 - Variáveis do PNEET 2016-2021

CATEGORIA	VARIÁVEIS PNEET
1. Viajantes	<ul style="list-style-type: none"> - País de residência fixa, nacionalidade, viagem acompanhada, trabalhador temporário ou de fronteira - Maneira social de viajar (sozinho, casal, família, amigos, grupo ou associação)
2. Meio de transporte	<ul style="list-style-type: none"> - Via (terrestre, aérea, aquaviária) utilizada na chegada e saída do Brasil - Veículo terrestre alugado utilizado para chegar e sair do Brasil (bicicleta, moto, carro, van, motor home etc) - Tipo de voo utilizado para chegar e sair do Brasil (privado, comercial, cia aérea, aeroporto de destino final) - Está saindo do Brasil para regressar diretamente ao seu país de residência (países que pretende visitar) - Data da chegada ao Brasil e se chegou direto do país de residência ou de outro(s) - Quantidade de pernoites feitos em cada um dos outros países visitados
3. Informações sobre a estadia	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de pernoites no Brasil (quantidade) ou informação de “em trânsito/passeio de dia” - Razão principal da viagem ao Brasil (razões pessoais – férias, estudos, saúde etc; profissionais/comerciais; não-turísticas – diplomatas, membros consulares, militares, nômades, refugiados; membros de tripulação) - Frequência do tipo de viagem (todos os dias, uma vez por semana ou menos) - Razão para a estadia com pernoite no Brasil (férias, estudos, saúde, religião, compras, trânsito etc; razões comerciais/profissionais, não turísticas; membros de tripulação) - Localidades onde pernoitou no Brasil, tipo de alojamento e quantidade de noites que ficou em cada um - Que atividades foram realizadas durante a vista ao Brasil, relacionadas a turismo de sol e praia, gastronômico, cultural, de natureza, de aventura, esportivo, náutico, de lazer/diversão, cênico, estudos/educação, religioso, saúde/bem-estar, compras, voluntariado, eventos familiares, visitas de cuidados a doentes, de negócios/profissional)
4. Aquisição de serviços em seu país/outros, antes de chegar ao Brasil	<ul style="list-style-type: none"> - Gastos de referências (sozinho ou em grupo) - Viagem organizada por meio de pacote turístico e valor do pacote - Pacote inclui transporte de ida e volta ou somente ida; inclui transporte interno e hospedagem (pensão completa, meia pensão, café, nenhuma refeição – valor e moeda) e/ou outros serviços (de alimentação, de saúde, educação, guia turístico durante toda a viagem, visitas guiadas, aluguel de veículos ou outros serviços).
5. Aquisição de bens e serviços no Brasil reservados ou pagos antes, durante ou depois da viagem	<ul style="list-style-type: none"> - Sim, não, valor, moeda, através de agência virtual - Tipo de serviço (transporte externo/interno; hospedagem, outros serviços) - Compras de produtos (lembrecinhas, presentes ou outros – sim, não, valor, moeda)
6. Pré-viagem	<ul style="list-style-type: none"> - Em que medida cada aspecto a seguir influenciou positivamente sua decisão de visitar o Brasil (amigos, paisagens, destinos urbanos, preço, distância do país de origem, clima, equipamentos turísticos, estar incluído em um circuito/pacote turístico, segurança, outros) - Se teve acesso a informações prévias que foram determinantes em sua motivação para realizar esta viagem (sim, não, já esteve antes no destino) - Fonte de informação que considerou determinante para a decisão da viagem (publicidade na TV/jornal/rádio/internet, artigos e reportagens, feiras de turismo, informações de agentes de viagens, livros/novelas/filmes, amigos/conhecidos/ familiares, ofertas, viagem proposta por um clube/associação/organização com a qual tem relações) - Onde buscou informações para a organização da viagem (artigos/reportagens/publicidade, feiras/salões de turismo, guias de viagem/hospedagem/revista, catálogo de agências e operadoras, revistas de turismo que apresentam o destino – internet (sites de viagem, fóruns, redes sociais, comunidades virtuais, outros), informações pessoais dos profissionais de turismo (agências de viagem, postos de informações turísticas do destino, amigos/conhecidos/familiares, outros)). - Realizou reserva para esta viagem antes de viajar (para toda a viagem, para alguns serviços, não); e por onde a reserva foi feita (agência, central de reservas online, telefone direto com o prestador de serviços ou por internet com o prestador de serviços, através de associação organizada da viagem) - Serviços incluídos na reserva (transporte, hospedagem, alimentação, aluguel de veículos, atividades programadas/entradas, outros serviços) - Quanto tempo levou entre a reserva/compra da viagem e a sua saída (menos de 1 semana, entre uma semana e um mês, de 1 a 2, 3 a 5,6 a 8, 9 a 12 meses ou mais de um ano)

7. Informações turísticas no destino	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de informações adicionais no destino (sim, não) - Usou que meios para obter as informações (posto de informação turística, estabelecimento de pernoite, pessoal de serviços públicos, internet)
8. Avaliações	<ul style="list-style-type: none"> - Preços praticados no Brasil em comparação a outros destinos (muito caro, caro, normal, barato, muito barato, não responde) - Em relação a qualidade e tratamento recebido (muito bom, bom, regular, ruim, muito ruim, não responde) - A viagem atendeu as suas expectativas (expectativas superadas, atendidas, atendidas parcialmente, não atendidas, não sei opinar) - Indicação de 3 aspectos do país que mais gostou e que menos gostou - Viagem por motivo de férias ou negócios
9. Férias/lazer	<ul style="list-style-type: none"> - Primeira vez que visita o Brasil em férias (sim, não, quantas vezes veio anteriormente) - Recomendaria o Brasil como destino de viagem a amigos/familiares (com certeza, provavelmente sim/não, não, não sei responder) - Tem intenção de retorno ao Brasil nos próximos 12 meses para uma estadia de mais de um dia (sim, provavelmente sim/não, não, não sei opinar)
10. Negócios	<ul style="list-style-type: none"> - Frequência de viagem e pernoite no Brasil por motivos de negócios ou trabalho (1 vez ao mês ou mais, 1 vez ao ano, 2 a 4 vezes ao ano, esta é a primeira vez) - Mesmo numa viagem de negócios você realizou quais atividades de lazer durante a sua visita (até 6)
11. Informações sociodemográficas	<ul style="list-style-type: none"> - Houve, no último ano, viagem ao Brasil com pernoite por motivos de férias, lazer ou recreação (sim, não, quantas) - Vontade de retornar ao Brasil nos próximos 12 meses em uma viagem de lazer pernoitando aqui (sim, provavelmente sim/não, não, não sei opinar) - Sexo (feminino, masculino) e Idade (18-24, 25-29,30-39,40-49, 50-59, 60 anos ou mais) - Grau de escolaridade (analfabeto/ensino fundamental I e II, ensino médio completo/formação profissional/cursos técnicos, universitário/pós-graduação completa) - Atividade econômica atual (trabalhando no momento, estudante, aposentado, dono(a) de casa, procurando emprego, outros) - Situação profissional atual ou anterior caso seja aposentado ou esteja procurando emprego (empresário/ autônomo, assalariado/gerência/sênior, assalariado/posto de média gerência, assalariado/sem qualificação) - Nível de renda (alta, média/alta, média, média/baixa, baixa)

Fonte: Adaptado pela pesquisadora do Termo de Referência e Anexos do PNEET (2013).

Atualmente, as variáveis do PNEET estão sendo coletadas em operações piloto de fluxo e gasto, entrada e saída de turistas e excursionistas em regiões de fronteiras terrestres e aeroportuárias, visando o levantamento prévio de dados para, só então, definir a viabilidade e o custo do monitoramento das variáveis do plano tal como foi proposto e, conseqüentemente, fazer o seu lançamento nacional.

Pondera-se, entretanto, que o MTur percebe a importância dos observatórios de turismo como fontes de dados para a retroalimentação das pesquisas desenvolvidas; inclui seus gestores na discussão do PNEET, mas não possui orientações oficiais sobre a abertura, manutenção e desenvolvimento das pesquisas dentro dos observatórios.

Isto posto, faz-se necessário identificar alguns dos resultados das pesquisas feitas pelo MTur que são utilizadas e até reproduzidas pelos observatórios de turismo brasileiros.

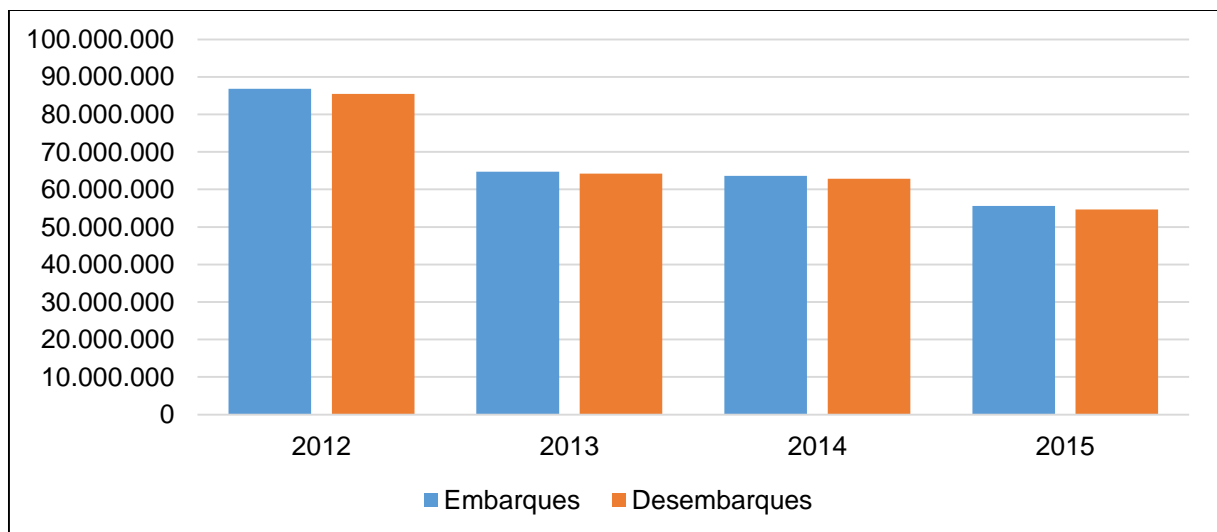
3.2.1. Algumas estatísticas do turismo publicadas pelo MTur

Pretendendo dar visibilidade aos indicadores monitorados nas estatísticas básicas do turismo no Brasil e utilizando as fontes indicadas pelo próprio MTur, optou-se por construir séries históricas de dados sobre a movimentação de passageiros em aeroportos e rodoviárias, a locação de automóveis, a chegada de turistas por vias de acesso, os investimentos e financiamentos do turismo, o mercado formal e informal de trabalho e a receita cambial do turismo, para ilustrar o trabalho.

Movimentação de passageiros em aeroportos

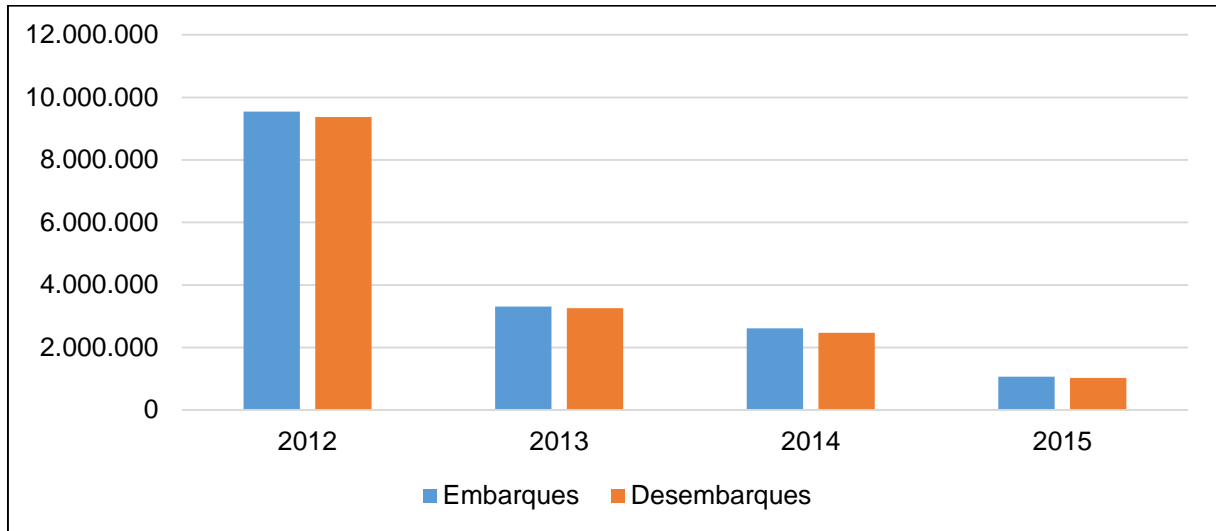
A principal fonte dos dados sobre a movimentação de passageiros em aeroportos no Brasil é a Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – INFRAERO, administradora de 66 aeroportos no país. Entre os dados fornecidos mensalmente, pode-se obter números de: transporte aéreo regular e não regular, passageiros embarcados e desembarcados (somados aos de conexão aérea), passageiros de cabotagem (passageiros domésticos transportados em voos internacionais); além de boletins estatísticos de movimentação de cargas.

Gráfico 1 - Embarques e desembarques em voos domésticos regulares e não regulares - série 2012 a 2015



Fonte: INFRAERO (2012 - 2015)

Gráfico 2 - Embarques e desembarques em voos internacionais regulares e não regulares - série 2012 a 2015



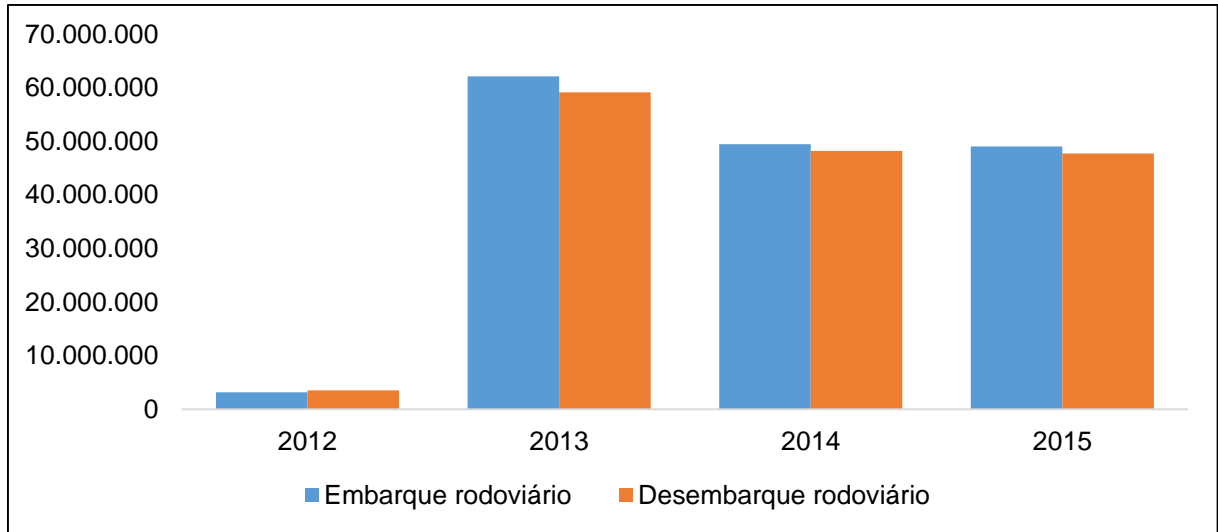
Fonte: INFRAERO (2012 - 2015)

Os Gráficos 1 e 2 demonstram, comparativamente, os resultados da movimentação nos aeroportos brasileiros onde é possível destacar, por exemplo, que entre os anos de 2012 e 2015 os brasileiros viajaram mais pelo Brasil do que fizeram viagens ao exterior; e que houve uma redução de 89% no total dos embarques internacionais na comparação dos anos de 2012 e 2015, enquanto que os embarques nacionais reduziram apenas 36% do total (voos regulares e não-regulares).

Movimentação de passageiros em transporte terrestre

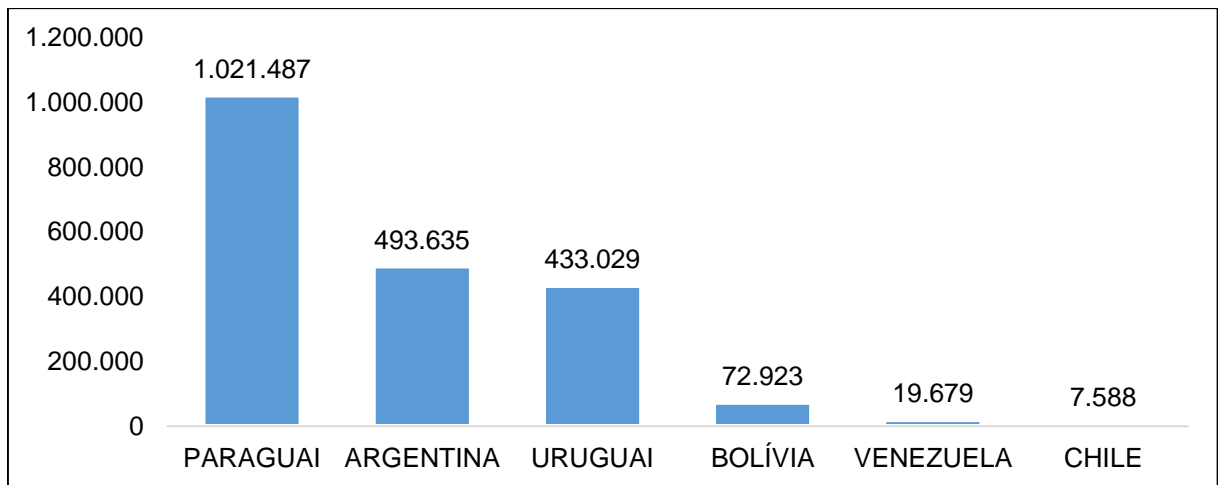
A Agência Nacional de Transportes Terrestres - ANTT é a principal fonte de dados do Ministério do Turismo para a produção de pesquisas sobre transportes. A autarquia, vinculada ao Ministério dos Transportes, regula a atividade de exploração da infraestrutura ferroviária e rodoviária federal e a prestação de serviços de transporte terrestre (interestadual e internacional) e fornece dados sobre a movimentação de passageiros e cargas.

Gráfico 3 – Comparativo de embarque e desembarque de passageiros rodoviários de/para destinos brasileiros, entre os anos de 2012 e 2015.



Fonte: ANTT (2012 - 2015)

Gráfico 4 – Passageiros do transporte rodoviário – destinos internacionais (2013-2015)



Fonte: ANTT (2013 - 2015)

O Gráfico 3, inclui os totais de passageiros pagantes e, também, daqueles que possuem gratuidades de “passe livre” e “idoso”. Já o gráfico 4 inclui linhas para destinos de fronteira como: Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai, Uruguai e Venezuela.

Dados operacionais sobre o setor de locação de automóveis

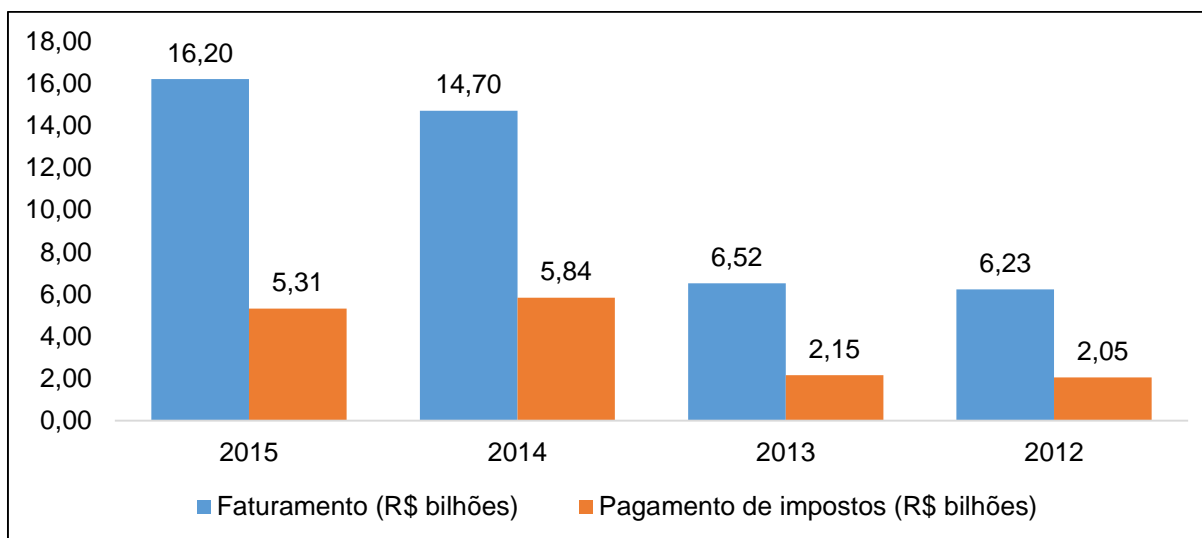
A Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis - ABLA é uma associação privada que congrega empresas locadoras de veículos automotores em todo o país e dispõe de dados relativos a: frotas (quantidade e qualidade), faturamento e desempenho do setor, empregos e tributos.

Tabela 1 – Dados gerais do segmento de locação de automóveis no Brasil.

Anos	Nº de usuários (milhões)	Locadoras existentes	Geração de empregos diretos e indiretos	Frota do setor	Idade média da frota (meses)
2015	26,8	7.455	472.113	853.217	19,5
2014	25,9	5.624	450.920	773.222	18
2013	21,72	2.596	309.017	529.890	17,5
2012	20,2	2.217	293.715	489.548	18

Fonte: ABLA (2012 – 2015)

Gráfico 5 – Relação entre o faturamento e as despesas com impostos das locadoras de automóveis no Brasil, entre 2012 e 2015.



Fonte: ABLA (2012 – 2015)

A Tabela 1 demonstra um crescimento tanto no número de empresas abertas e em funcionamento, quanto no número de usuários do serviço de locação de automóveis de 2012 a 2015. Juntas as locadoras geraram, em média, 381.441 postos de trabalho no país; sua frota quase dobrou de 2012 para cá; e a idade média da frota de veículos é de 1,5 anos. Já no Gráfico 5, percebe-se um faturamento médio de R\$

11 bilhões, enquanto os impostos representam em média R\$ 3,8 bilhões em números brutos.

Chegadas de turistas por continentes, países emissores e vias de acesso

A Polícia Federal é uma instituição policial brasileira, subordinada ao Ministério da Justiça, que desempenha a função de polícia judiciária, aeroportuária, de fronteira e marítimas, além de ser responsável pela repressão ao tráfico de drogas, contrabando e descaminho. A PF é a principal fonte dos dados utilizados pelo MTur para a elaboração das pesquisas de chegadas de turistas em razão do controle sistemático das fronteiras do país, através de suas Superintendências Regionais.

Tabela 2 – Chegada de turistas ao Brasil, por via de acesso e continentes de residência permanente 2013-2014.

Continentes	Chegadas de turistas							
	Vias de acesso							
	Aérea		Marítima		Terrestre		Fluvial	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Brasil	4.066.216	4.540.509	87.200	65.572	1.612.495	1.759.612	47.431	64.159
África	92.160	125.086	235	161	2.411	2.949	26	56
América Central e Caribe	49.674	58.337	66	24	2.725	3.562	55	45
América do Norte	703.222	807.059	6.399	5.075	26.863	29.786	691	3.049
América do Sul	1.450.165	1.537.721	54.907	35.440	1.391.441	1.514.263	40.240	46.205
Ásia	260.634	293.710	2.004	926	38.291	37.801	69	148
Europa	1.470.680	1.655.538	21.901	22.679	137.763	155.116	6.225	14.501
Oceania	39.485	62.903	1.687	1.267	12.985	16.122	124	155

Fonte: Polícia Federal e Ministério do Turismo (BRASIL, 2015)

Tabela 3 – *Ranking* de países emissores de turistas para o Brasil entre 2010 e 2014.

Principais países emissores	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	1º	1º	1º	1º	1º
Estados Unidos	2º	2º	2º	2º	2º
Chile	6º	6º	5º	4º	3º
Paraguai	8º	8º	6º	3º	4º
França	7º	7º	8º	8º	5º
Alemanha	5º	4º	3º	6º	6º
Itália	3º	5º	7º	7º	7º
Uruguai	4º	3º	4º	5º	8º
Inglaterra	11º	11º	11º	10º	9º
Portugal	9º	10º	10º	11º	10º
Espanha	10º	9º	9º	9º	11º
Colômbia	13º	12º	13º	12º	12º
Peru	14º	13º	14º	13º	13º
México	17º	18º	20º	16º	14º
Venezuela	20º	20º	23º	19º	15º

Fonte: Polícia Federal e Ministério do Turismo (BRASIL, 2015)

A Tabela 2 mostra uma redução considerável da entrada de turistas no Brasil por via marítima em 2014 em todos os continentes. Já na Tabela 3, a Argentina e os Estados Unidos mantiveram suas posições no *ranking de países emissores* enquanto houve revezamentos de países em 3 ou 4 posições em relação aos concorrentes (exemplo: a Itália, 3º lugar em 2010 e 7º lugar em 2014).

Financiamento do Turismo por Bancos Brasileiros

Sobre o financiamento do turismo, é importante lembrar que os bancos possuem finalidades e regras juros e financiamento diferenciadas para diversas categorias de empresa.

- A Caixa Econômica Federal - CAIXA opera o Fundo Geral do Turismo para Empresas – FUNGETUR, que investe na ampliação de meios de hospedagem, centros de convenções, parques temáticos, modernização e reforma de empreendimentos turísticos, aquisição de máquinas e equipamentos, além do CREFROTA (linha específica para locadoras de veículos) e do INVESTGIRO Caixa Turismo (financia projetos de investimento fixo, com capital de giro associado ou não e que proporcionem a geração/manutenção de emprego e renda);
- O Banco do Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES possui o BNDES FINEM (que investe em comércio, produtos e serviços turísticos relacionando-se com iniciativas de fomento, estruturação, acompanhamento e desenvolvimento de projetos turísticos de modernização, ampliação de infraestrutura e ações institucionais para o estabelecimento de parcerias público-privadas); o BNDES Automático (voltado para micro e pequenas empresas - MPEs), o BNDES FINAME (para compra de máquinas e equipamentos por MPEs, médias e grandes empresas) e o Cartão BNDES (crédito rotativo, pré-aprovado, de até R\$ 1 milhão para MPEs).
- O Banco do Brasil - BB opera o Proger Turismo com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT, o BB Crédito Empresa e o FCO Empresarial de Desenvolvimento do Turismo Regional, direcionadas a

MPEs que possuam projetos ligados ao aumento da sua produtividade e proporcionam a geração ou manutenção do emprego/renda; reformas, instalações, implantação de sistemas, aquisição de máquinas, equipamentos de informática e veículos automotores.

– O Banco do Nordeste do Brasil - BNB opera o Programa de Apoio ao Turismo Regional – PROATUR que, financia a implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos relacionados à economia da cultura; elaboração de estudos/licenças ambientais; aquisição de empreendimentos que constituam meios de hospedagem, com unidades já construídas ou em construção; capital de giro associado ao investimento fixo; aquisição de veículos para locadoras, reparação de embarcações turísticas; e aquisição de insumos para empresas turísticas.

– E o Banco da Amazônia - BAM opera o Programa de Financiamento do Desenvolvimento Sustentável da Amazônia, investindo em implantações/reformas, ampliações, diversificações ou re-localização de empresas turísticas na região norte, envolvendo investimento fixo/misto e aquisição de insumos

Tabela 4 – Financiamento do turismo no Brasil – 2010-2014

Ano	Total	Instituições financeiras federais						
		BB	CAIXA	BNDES			BNB	BAM
				Total	Direto	Indireto		
2010	6.678.237	2.327.182	3.913.741	132.603	79.127	53.476	242.715	61.996
2011	8.677.587	2.924.648	4.281.118	1.065.737	894.971	170.766	288.455	117.629
2012	11.272.539	2.727.347	6.250.128	1.659.149	1.476.332	182.817	389.688	246.227
2013	14.168.939	4.285.433	7.167.110	1.569.748	1.371.442	198.306	725.758	420.890
2014	13.381.749	4.736.799	6.846.420	756.091	395.959	360.132	615.969	426.470

Fonte: Anuário Estatístico de Turismo 2015.

Os dados da Tabela 4 destacam a liderança de investimentos da Caixa e o somatório de mais de R\$ 17 milhões investidos no turismo de 2010 a 2014²⁰.

²⁰Para mais informações acesse: <http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/linhasDeCredito.mtur>.

A série de dados, neste caso, foi diferenciada (2010 a 2014), porque a versão do Anuário Estatístico do Turismo de 2015, versa sobre dados até 2014 – assim apenas no final do ano de 2016 poderão ser incluídos os dados de 2015.

Mercado formal e informal de trabalho pelas Atividades Características do Turismo - ACTs

O IPEA é a principal fonte de dados sobre o mercado de trabalho no turismo por consolidar dados do Ministério do Trabalho, Emprego e Previdência Social – MTE cuja base está na Relação Anual de Informações Sociais – RAIS e no Cadastro Geral de Emprego e desemprego – CAGED. A entidade possui um programa extrator de dados que possibilita aos usuários do *website* a geração de conjuntos de dados anuais por atividades características do turismo, por empregos formais e informais.

Tabela 5 – Mercado formal e informal de trabalho no turismo

Atividades características do Turismo - ACTs	2011	2012	2013	2014
Agência de Viagem	1.181.772	1.207.671	1.230.239	694.826
Alimentação	11.146.204	11.296.713	10.068.232	4.073.611
Alojamento	3.440.257	3.507.126	3.602.963	3.087.229
Aluguel de Transportes	428.332	383.716	383.559	274.576
Cultura e Lazer	373.099	316.577	375.559	117.718
Transporte Aéreo	666.315	687.097	634.465	631.789
Transporte Aquaviário	70.497	70.107	70.804	33.763
Transporte Terrestre	4.264.682	4.357.080	4.186.943	2.185.700

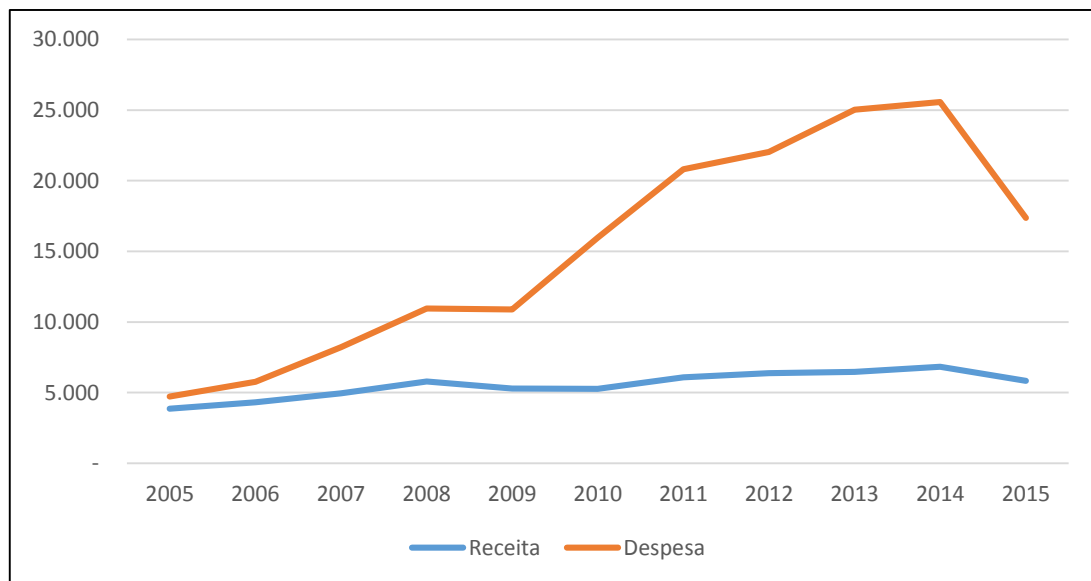
Fonte: IPEA/MTE (2011 – 2014) – adaptado pela pesquisadora.

A Tabela 5 demonstra que em relação a 2013, o ano de 2014 suportou um decréscimo de geração de empregos formais e informais em todas as atividades características do turismo e a atividade que menos sofreu decréscimo, em número absoluto de postos de trabalho foi a relacionada ao transporte aéreo, com perda de apenas 2.676 postos ou 0,4% do total de 2013. Fica claro que no ramo de alimentação quase 6 milhões de postos de trabalho foram perdidos. Cabe observar, que os números de 2015 ainda não foram disponibilizados pelo IPEA.

Receita e despesa cambial turística

O Banco Central do Brasil – BACEN é o detentor das informações sobre receitas e despesas cambiais e é no Anuário Estatístico do Turismo, que o Ministério do Turismo divulga os seus resultados relativos ao setor.

Gráfico 6 – Receita e despesa cambial turística brasileira dos últimos 10 anos (em milhões de dólares)



Fonte: MTUR/BACEN (2005 – 2015).

Percebe-se através da representação do Gráfico 6, que até 2014 houve um déficit cambial turístico crescente e que apenas em 2015 a situação melhorou um pouco - mesmo não sendo significativo para uma efetiva positivação das contas. Este impacto cambial necessita ter suas causas investigadas e medidas sobre elas adotadas tanto pelo poder público quanto pelos segmentos econômicos associados – evitando-se um efeito dominó na economia do turismo.

Outras pesquisas também são realizadas no turismo, como: perfil do turista, motivações de viagens, os principais meios de transportes utilizados, equipamentos e prestadores de serviços turísticos/profissionais cadastrados no MTur; o panorama do turismo internacional e o posicionamento do Produto Brasil; o desempenho econômico (sondagem conjuntural qualitativa trimestral) e a conjuntura econômica do turismo. Todas demonstrando a importância do conhecimento dos dados sobre a área para a gestão pública e privada.

4. MAPEAMENTO DOS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO

Antes de iniciar o mapeamento dos observatórios de turismo no Brasil, cabe lembrar alguns pontos importantes destacados no contexto normativo.

O primeiro deles é que, enquanto a OMT descreve claramente recomendações para a criação dos observatórios e sugere uma série de indicadores ligados ao desenvolvimento sustentável do turismo a serem monitorados, o Ministério do Turismo publica Estudos de Competitividade de Destinos Indutores do Turismo, mas não dispõe de orientações específicas para o monitoramento de dados nos observatórios.

Assim, cada gestor teria a liberdade de escolha dos conjuntos de indicadores a serem monitorados, fossem estes baseados no Guia de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável de Destinos Turísticos (OMT) ou outros documentos da OMT, ou nas estatísticas básicas do turismo, relatórios dos Índices de Competitividade do Turismo dos 65 Destinos Indutores, ou outros estudos do MTur. Abrindo precedentes para a produção de estudos pouco integrados aos objetivos da Política Nacional de Turismo e da própria regionalização do turismo. Como tentativa de padronizar as estatísticas do turismo no Brasil, o MTur se vale, mais recentemente, do Plano Nacional Estratégico de Estatísticas do Turismo – PNEET, mas que ainda está em discussão e tem previsão de lançamento para o segundo semestre de 2016.

O segundo ponto é que cada uma das iniciativas se valeu das suas próprias estruturas (e limitações delas) para desenvolver os seus trabalhos.

Urge, portanto, caracterizar e categorizar os observatórios, conhecer as peculiaridades de cada um e traçar o seu perfil.

4.1. OS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO BRASILEIROS

No mapeamento final da ocorrência dos observatórios de turismo nos 65 Destinos Indutores do Turismo foram encontrados: 06 implantados, 10 descontinuados, 06 em fase de implantação e 45 não implantados²¹, nos 65 destinos indutores totalizando 67 observatórios de turismo, a saber:

²¹ O Estado do Rio de Janeiro possui 2 observatórios (um ligado ao governo estadual e o outro à Universidade) e ambos foram descontinuados. E o Espírito Santo também possui 2 observatórios,

Destinos Indutores com observatórios implantados:

Belo Horizonte/MG - Observatório de Turismo de Minas Gerais

Brasília/DF – Observatório de Turismo do Distrito Federal

Goiânia/GO – Observatório de Turismo de Goiás

Salvador/BA – Observatório de Turismo da Bahia

São Paulo/SP - Observatório de Turismo e Eventos de São Paulo

Vitória/ES – Observatório de Turismo do Espírito Santo.

Destinos Indutores com observatórios descontinuados:

Boa Vista/RR – Observatório de Turismo de Boa Vista

Bonito/MS - Observatório de Turismo de Bonito

Curitiba/PR – Observatório de Turismo do Paraná

Florianópolis/SC – Observatório de Turismo de Florianópolis

Foz do Iguaçu/PR - Observatório de Turismo de Foz do Iguaçu

Rio de Janeiro/RJ - Observatório de Turismo do Estado do Rio de Janeiro; e da Universidade Federal Fluminense - UFF

Porto Alegre/RS - Observatório de Turismo do Rio Grande do Sul

Paranaguá/PR – Observatório Municipal de Turismo de Paranaguá

Vitória/ES - Observatório Municipal de Turismo de Vitória

Destinos Indutores em fase de implantação dos observatórios:

Armação de Búzios/RJ, Barcelos/AM, Belém/PA, João Pessoa/PB, Manaus/AM e Rio Branco/AC.

Destinos Indutores onde os observatórios não foram implantados nem estão em fase de implantação

Alto Paraíso/GO

Angra dos Reis/RJ

Aracajú/SE

Aracati/CE

Balneário Camboriú/SC

Barreirinhas/MA

Bento Gonçalves/RS

Cáceres/MT

ligados às Secretarias Estadual Turismo (implantado) e Secretaria Municipal de Turismo, Trabalho e Renda da Prefeitura Municipal de Vitória – SEMTTRE (descontinuado).

Caldas Novas/GO	Nova Olinda/CE
Campo Grande/MS	Ouro Preto/MG
Corumbá/MT	Palmas/TO
Cuiabá/MT	Parati/RJ
Diamantina/MG	Parintins/AM
Fernando de Noronha/PE	Parnaíba/PI
Fortaleza/CE	Petrópolis/RJ
Gramado/RS	Pirenópolis/GO
Ilha Bela/SP	Porto Seguro/BA
Ipojuca/PE	Porto Velho/RO
Jijoca de Jericoacoara/CE	Recife/PE
Lençóis/BA	Santarém/PA
Macapá/AP	São Joaquim/SC
Maceió/AL	São Luís/MA
Maragogi/AL	São Raimundo Nonato/PI
Maraú/BA	Teresina/PI
Mata de São João/BA	Tibau do Sul/RN
Mateiros/TO	Tiradentes/MG
Natal/RN	

É importante destacar que não se teve acesso aos projetos de implantação dos observatórios e que, dando sequência a pesquisa foram aplicados os roteiros de entrevistas com os observatórios categorizados como implantados e descontinuados para qualificar melhor as reflexões sobre suas dinâmicas.

4.2. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS REALIZADAS COM OS GESTORES DOS OBSERVATÓRIOS

Antes de iniciar os relatos consolidados das entrevistas com os gestores/responsáveis pelos observatórios de turismo brasileiros é importante lembrar os critérios das categorias estabelecidas para aqueles que foram classificados como implantados, descontinuados e em fase de implantação, como o descrito anteriormente; em razão das entrevistas terem sido aplicadas apenas com os observatórios implantados e descontinuados dos destinos indutores do turismo – Quadro 11.

Quadro 11 – Categorias e critérios de classificação dos observatórios de turismo

Categorias	Critérios de classificação	Destino indutor
Implantados	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aqueles que possuem <i>websites</i> que propiciam tanto o conhecimento de seus objetivos, quanto das pesquisas realizadas e mais atuais; ✓ Que tenham pesquisas sistematizadas e com periodicidade comprovadas e passíveis de consulta pública (não só aos grupos de iniciativa); ✓ Que possibilitem a identificação de autoria e responsabilidade tanto de gestão quanto das fontes dos dados utilizados nas pesquisas - para fins de checagens e controle social; ✓ Que disponham de canais de comunicação diversificados para difusão das informações e integração da sociedade e parceiros. 	Belo Horizonte Brasília Goiânia Salvador São Paulo Vitória (observatório estadual)
Descontinuados	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aqueles que tiveram seus <i>websites</i> retirados do ar por qualquer razões técnicas ou financeiras; ✓ Que contenham indicativos de atualizações de pesquisas antigas (entre 6 meses e 2 anos) ou páginas de repositório de documentos, que sugiram a descontinuidade das divulgações dos trabalhos de investigação – mesmo que estes arquivos estejam publicamente acessíveis; ✓ Que demonstrem ausência de atividade ou retorno dos meios de comunicação informados no <i>website</i>, impossibilitando o acesso às coordenações de pesquisa e responsáveis de origem das iniciativas; ✓ Aqueles que funcionam em seus organismos de modo <i>off-line</i> (transparência, participação social e consulta pública prejudicadas) 	Boa Vista Bonito Curitiba Florianópolis Foz do Iguaçu Paranaguá Porto Alegre Rio de Janeiro Vitória (observatório municipal)
Em fase de implantação	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aqueles que, embora estando na lista de observatórios de turismo do MTur e que participaram do 1º Encontro dos Observatórios de Turismo em 2015; ✓ Figuram apenas em notícias nas páginas de suas organizações de origem, em jornais, <i>blogs</i> ou outros (todos pesquisados utilizando filtros aplicados às pesquisas no Google); ✓ Aqueles que encontram-se em fase de criação de metodologias ou fase embrionária de pesquisas (ainda não publicadas). 	Armação de Búzios Barcelos Belém João Pessoa Manaus Rio Branco
Não implantados	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Referem-se aos que, entre os 65 destinos indutores do turismo, não apresentaram resultados nas buscas realizadas ✓ Para os quais não foram identificados projetos ou iniciativas institucionais de projetos de implantação. 	45 destinos (vide página 78)

Fonte: Elaborado pela autora.

O relato que segue foi consolidado pela pesquisadora a partir de perguntas voltadas para o conhecimento da criação, manutenção e planejamento de suas pesquisas. Cabe ressaltar que, quatro observatórios classificados como descontinuados, não responderam as questões direcionadas à eles (Curitiba, Florianópolis, Foz do Iguaçu e Estadual do Rio de Janeiro); e que outros cinco responderam como implantados (Bonito, Paranaguá, Porto Alegre, Municipal de Vitória e da Universidade Federal Fluminense), mas não foram assim considerados em razão dos critérios de categorização dos observatórios definidos para esta pesquisa – conforme o exposto na sessão das entrevistas com os observatórios descontinuados.

4.2.1. Sobre os observatórios implantados.

Cada um dos gestores/responsáveis respondeu a uma série de 16 (dezesesseis) questões que tanto corroboraram os levantamentos prévios do diagnóstico (algumas presentes no Quadro 10), quanto serviram para esclarecer outras dúvidas²² (parceiros, perfil dos gestores, financiamento, documentação de base indicadores monitorados, periodicidade das pesquisas, participação na elaboração das pesquisas, monitoramento do acesso às informações pelos usuários, eventos, novas tecnologias, importância dos observatórios – inclusive para a regionalização do turismo, facilidades e dificuldades enfrentadas.

4.2.1.1. Perfil dos gestores e equipe

Os observatórios contam com equipes que variam de duas a seis pessoas, sendo o de Minas Gerais detentor da maior equipe, seguido por Bahia e São Paulo (ambos com cinco pesquisadores), Espírito Santo (três pesquisadores) e Goiás (dois pesquisadores). No Distrito Federal, a coordenadora não informou a quantidade de técnicos que formam a equipe – mencionando apenas a sua formação como Mestre em Turismo pela Universidade de Brasília – UnB e informando que os técnicos responsáveis pelo Observatório de Turismo eram servidores comissionados do GDF e que quadro funcional da Secretaria Adjunta de Turismo não havia nenhum especialista.

Sobre a formação acadêmica das equipes, elas se apresentam multidisciplinares, sendo constituídas por Mestres em Turismo/Hotelaria e Geografia, Gestores em Negócios Turísticos, Turismólogos, Administradores, Estatísticos, Economista, Especialistas em Desenvolvimento Humano e Social e Políticas Públicas e Gestão Governamental. Incluindo às equipes, corpos técnicos e estagiários de áreas não mencionadas pelos observatórios.

A configuração dos cargos das coordenações das equipes é de comissionados no Distrito Federal (Secretaria de Estado de Economia, Desenvolvimento Sustentável e Turismo do Distrito Federal – SEDEST) e Bahia

²² O roteiro das entrevistas pode ser encontrado no Apêndice deste trabalho. E no anexo 2 foram disponibilizadas as sistematizações das entrevistas dadas por telefone pelos observatórios de Minas Gerais e São Paulo.

(Secretaria de Turismo do Estado da Bahia – SETUR-BA), servidores concursados e contratações diretas em São Paulo (São Paulo Turismo - SPTuris) e Goiás (Secretaria de Turismo do Estado do Goiás - SETUR/ Instituto de Pesquisas Turísticas da Goiás Turismo - IPTUR/Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC). O observatório de Minas Gerais não informou sua composição.

4.2.1.2. *Financiamento e os parceiros (formas de participação)*

O financiamento das pesquisas dos observatórios pesquisados é proveniente de recursos dos governos estaduais (Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo e Minas Gerais) e municipal (São Paulo). No Estado do Goiás os recursos são tanto de convênios estabelecidos com os municípios turísticos de Goiânia, Caldas Novas, Alto Paraíso e Pirenópolis, quanto da própria Agência de fomento Goiás Turismo.

Vale destacar que apesar do Governo do Distrito Federal – GDF, bancar a maioria das pesquisas, há verbas de projetos que são feitos em parceria com outras instituições como: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE/DF, Companhia de Planejamento do Distrito Federal – CODEPLAN e do próprio Ministério do Turismo- MTur.

O coordenador do observatório de São Paulo, acrescentou: a Prefeitura paga por pesquisas específicas e a SPTuris faz as pesquisas periódicas recorrentes, bancando as contratações anuais para pesquisas, quando há necessidade de especialistas, como economistas ou estatísticos. Segundo ele:

Todos os anos a SPTuris manda uma programação de pesquisas para a Prefeitura de São Paulo que, por sua vez, avalia e também a utiliza para encomendar pesquisas específicas. Como temos indicadores mínimos que são monitorados com frequência, toda e qualquer pesquisa nova precisa ser solicitada e paga diretamente pela Prefeitura, embora ela seja sócia majoritária da SPTuris. Ela repassa os recursos necessários para nós desenvolvermos as pesquisas. Mas é só ela quem paga – nós não vendemos pesquisas. A razão do observatório existir é a de fornecer dados para fomentar o mercado turístico. Nós só contratamos empresas ou consultorias para realizar atividades de campo ou quando precisamos de especialistas para fazer, no final do ano, pesquisas de conjuntura econômicas como economistas e estatísticos. O resto nós mesmos fazemos.

Sobre o estabelecimento de parcerias e as formas de participação destes no processo de elaboração das pesquisas, os observatórios informaram que, a

participação se dá prioritariamente por meio do fornecimento/suporte de dados para a realização das pesquisas. No Distrito Federal, a coordenadora afirmou que, além do suporte de dados, os parceiros validam os instrumentos, contribuem na articulação para aplicação de novos indicadores e na cobrança para a continuidade do observatório e monitoramento constante. Todos mencionaram em alguma medida, além da OMT e MTur, parceiros ligados a:

- Empresas, associações ou sindicatos que fazem parte do *trade* turístico: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Distrito Federal – ABIH, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL, Sindicato dos Restaurantes, Bares e Similares – SINDBARES, Associação brasileira de locadoras de automóveis do Distrito Federal – ABLA, Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo – ABBTUR, Inframérica Aeroportos/Brasília, Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - INFRAERO, Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT, Consórcio Novo Terminal Rodoviário de Brasília, Sociedade de Transporte Coletivo de Brasília – TCB, Companhia Docas do Espírito Santo – CODESA, Sindicato dos permissionários de táxis e motoristas auxiliares do Distrito Federal – SINPERTAXI, Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB/SP, Associação dos dirigentes de vendas e marketing do Brasil do Distrito Federal - ADVB/DF, Rodoshopping de Guarapari/ES, Terminal Rodoviário de Vila Velha e Vitória/ES;
- Agências de fomento ao turismo: Agência Estadual de Turismo do Estado de Goiás - Goiás Turismo;
- Institutos de pesquisa e fundações de amparo à pesquisa: Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – IPEA, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE, Fundação de Amparo à Pesquisa do Goiás – FAPEG, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE;
- Instituições de ensino: Universidade de Brasília – UnB, Universidade Federal do Goiás – UFG, Universidade Estácio de Sá/ES;
- Órgãos da administração direta e indireta estaduais e municipais: Companhia de Planejamento do Distrito Federal – CODEPLAN/DF, Secretarias de Estado de Fazenda, de Cultura, de Esporte, de Segurança Pública e Paz Social, de Meio Ambiente e Recursos Hídricos/DF,

Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia – SEI/BA, Secretaria do Trabalho e de Finanças/SP, Instituto Estadual de Meio Ambiente do Espírito Santo – IEMA/ES, Secretaria de Ciência, Tecnologia, Inovação, Educação Profissional e Trabalho – SECTTI/ES;

- Organizações civis ou não-governamentais: Grupo de Visitação Interna Institucional de Brasília – ViiBra, Mobilicidade - Bike Brasília
- Outros parceiros de desenvolvimento: Serviço brasileiro de apoio à micro e pequenas empresas – SEBRAE, *Convention & Visitors Bureau*, Instâncias de Governança do Turismo; Mineradora Vale.

4.2.1.3. Documentação de base e indicadores monitorados

Sobre as referências bibliográficas ou fontes de consulta e orientação (documentos oficiais) que os observatórios se utilizaram para basear a escolha dos indicadores a monitorar nas pesquisas, apenas Minas Gerais e São Paulo citaram o Guia de Indicadores para o Desenvolvimento Sustentável de Destinações Turísticas – GSDST/OMT. A Bahia indicou se basear no Plano Nacional de Estratégias para Estatísticas do Turismo – PNEET/MTur (apesar desta metodologia ainda estar em discussão e, portanto, não ter sido lançada) e os observatórios de Vitória que, citou o documento *International Recommendations for Tourism Statistics – 2008/OMT* e do Estado do Espírito Santo que indicou como fonte dos dados de empregos gerados no turismo, a Relação Anual de Informações Sociais – RAIS do Ministério do Trabalho e Previdência Social²³.

O Estado de Goiás foi o único a mencionar que utiliza os dados do Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que trabalham com o turismo – CADASTUR/MTur e os dados de Parques Naturais do Estado e eventos municipais.

Todos os observatórios, embora não indicando nominalmente os documentos utilizados, citaram como fontes as seguintes instituições: a OMT, MTur, IPEA, IBGE, FIPE, FGV; e em Minas Gerais a União Europeia foi citada como fonte,

²³ O observatório estadual indicou como fonte dos dados de empregos gerados no turismo, a Relação Anual de Informações Sociais – RAIS do Ministério do Trabalho e Previdência Social - que serve às necessidades de controle da atividade trabalhista e provê dados para a elaboração de estatísticas do trabalho, disponibilizando informações às entidades governamentais. Mais informações acesse: <http://www.rais.gov.br/sitio/sobre.jsf>

(sem maiores referências). Já o observatório do Estado do Espírito Santo indicou ter como fonte, também, o Observatório de São Paulo.

Cada um dos observatórios deu informações adicionais sobre os indicadores/dados monitorados, a saber:

- Minas Gerais²⁴: monitoram tanto dados primários (relação de indicadores monitorados localmente e definidos a partir das normativas e documentos orientadores da OMT e União Europeia) e dados secundários (produzidos a partir de filtros de pesquisas que são realizadas pelo Ministério do Turismo – destacadas e sobre Minas Gerais). – O coordenador afirmou:

Nós pesquisamos normativas da OMT e da União Europeia e escolhemos alguns indicadores para monitorar. Mas fazemos uma relação entre o que é ideal de monitorar e o que conseguimos monitorar no turismo – o que é possível. Por exemplo, sobre a ocupação hoteleira nós temos indicadores da capital, mas não temos do interior do Estado. Os indicadores de fluxo e receita turística são mundialmente monitorados, mas como ainda não temos um Plano Estadual de Turismo, não conseguimos ir muito além. Acredito, inclusive, que esse plano saia ainda neste ano.

- Distrito Federal: se propõe a monitorar os principais indicadores do turismo no país e no mundo, com referência a mais de 50 variáveis. A coordenadora assim pontuou:

Em uma única pesquisa realizada trabalhamos com mais de 50 variáveis, portanto o Observatório do turismo trabalha com inúmeros indicadores e tem ampliado a cada ano o número de indicadores, os principais são: oferta turística do Distrito Federal; Perfil do turista: motivação, permanência, procedência, preferência, hábitos, satisfação...; Ocupação hoteleira, tarifa média; Nº de embarques, desembarques, fluxo de passageiros, nº de voos, nº de voos fretados, nº de voos diretos, nº de voos com escala, nº de voos internacionais que operam no Aeroporto Internacional de Brasília; Nº de visitantes nos atrativos da cidade (aproximadamente 20 dos principais atrativos); Arrecadação do ISS; Mão de obra no setor de turismo; Nº de empresas do setor.

- Bahia: são nove os indicadores monitorados, segundo o coordenador, ressaltando que já quatro tipos de pesquisas realizadas:

O projeto de pesquisa é discutido com o trade turístico e outros órgãos do governo estadual como é o caso da SEI, não havendo participação da sociedade civil no planejamento da pesquisa. Os envolvidos opinam no

²⁴ Entrevista sistematizada na íntegra no Anexo 2.

questionário e no tamanho da amostra a ser estudada e participam, juntamente com a sociedade civil (Fórum e Conselho Estadual de Turismo), na apresentação dos resultados das pesquisas.

Os indicadores monitorados são: emprego direto nas atividades característica do turismo - ACT; fluxo turístico; receita gerada pelo turismo; taxa de ocupação hoteleira de Salvador; diária média da rede hoteleira de Salvador; parque hoteleiro; movimentação de portos e aeroportos; frequência de voos internacionais; e perfil do turista da Bahia.[...] O observatório, através da DPEE realiza as seguintes pesquisas: caracterização e dimensionamento do turismo receptivo do estado (bianual); avaliação dos serviços turísticos no carnaval e no São João da Bahia (eventual); pesquisa de ocupação hoteleira e diária média de Salvador (mensal); pesquisa de movimentação de passageiros portos e aeroportos (mensal).

- São Paulo²⁵: além dos indicadores básicos do turismo (MTur) o coordenador citou ainda a frequência nos atrativos que possuem controle (sem identificar quais) e determinadas pesquisas solicitadas pela Prefeitura esporadicamente (sociodemográficas, hábitos de consumo do turista, eventos municipais). E ainda comentou: “em relação ao Ministério do Turismo, a orientação foi verbal – eles ainda estão fazendo o Plano de Estatísticas e eu acho muito bom, porque vai padronizar muita coisa”.

Sobre indicadores de sustentabilidade nós coletamos alguns, mas não fazemos nem publicamos nenhuma análise no observatório. Nós queremos incluir esses indicadores nos relatórios de monitoramento a partir deste ano, 2016. Mesmo porque os indicadores relacionados pela OMT são relativamente fáceis de serem coletados, porque as concessionárias já os têm. Nós queremos incluir, também, os impactos dos eventos na produção de resíduos sólidos, no uso na água e da energia. Ainda estamos estudando como fazer isto.

- Espírito Santo: segundo o coordenador: “são várias as fontes que basearam nossa metodologia, principalmente: Observatório de Turismo de São Paulo, IPEA, FGV, MTur e OMT”. Mas a demanda e execução das pesquisas é da Gerência de Estudos e Negócios Turísticos - GENTUR/SETUR e estão pautadas no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo, aprovado no Conselho Estadual de Turismo do Espírito Santo – CONTURES²⁶ e, este último, é composto por

²⁵ *Idem*

²⁶ A resolução do CONTURES nº1 de 27 de abril de 2010, dispõe sobre a composição das comissões temáticas (legislação, regionalização e segmentação, qualificação, promoção e comercialização, financiamento, investimento, infraestrutura e segurança) do CONTURES – que inclui: órgãos governamentais, entidades de classe, associações, sindicatos e outras secretarias estaduais. A resolução pode ser acessada em <http://setur.es.gov.br/Media/setur/Contures/Legislacao/394-4c8fc77a7f9aa.pdf>

representantes dos municípios, iniciativa privada e sociedade civil. Incluem-se às pesquisas: indicadores de satisfação do turista, avaliação do destino, temporadas de verão, inverno e entre estações, feriados nacionais, pesquisas de mercado e imagem, hábitos de consumo (junto a operadoras e agências de viagem), pesquisas em eventos.

4.2.1.4. Periodicidade das pesquisas

As periodicidades das pesquisas são na sua maioria mensais, como o demonstrado no Quadro 12; mas algumas outras pesquisas que foram realizadas em megaeventos como Copa do Mundo, por exemplo (esporádicas), que foram incluídas como anuais no mesmo quadro demonstrativo.

Quadro 12 – Periodicidade das pesquisas nos observatórios implantados

Pesquisas realizadas	Mensal	Trimestral	Semestral	Anual
Acesso ao site e redes sociais	BA			
Alimentos & Bebidas	SP			
Anuário Estatístico do Turismo				DF/SP
Atendimentos nos Centros de Atendimento ao Turista – CAT's, Centrais Telefônicas (exemplo: Disque Bahia Turismo)	BA/DF/SP			
Atividades Características do Turismo – ACTs/CNAEs (dados socioeconômicos)	BA			
Cadastur - evolução empreendimentos				GO
Competitividade do Destino				DF/GO
Demanda e Projeção de demanda turística		ES	SP	
Demanda Turística		GO/MG		
Destinos (sazonalidade, expectativas não cumpridas, recomendações a amigos e parentes)			ES	
Eventos/ Megaeventos (desempenho, abrangência, periodicidade, Itinerância)	BA/DF/ES/GO/MG/SP			
Fluxo turísticos por temporada	ES			
Gastos e Permanência		GO/MG		
Gastos médios em alimentação, compras, passeios e atrativos		ES		
Imagem				MG
Impostos sobre serviços turísticos – ISS e atividades características do turismo - ACTs	DF/SP(ISS)		GO (ACT)	
Infraestrutura/Transporte e Serviços turísticos		SP	BA/DF/ES/GO	
Motivação de viagem para determinado destino	ES			
Motivo da Viagem		DF		
Movimentação aeroportuária (doméstica/internacional)	BA/DF/ES/MG/SP			
Movimentação rodoviária	DF/ES/GO/MG/SP			
Ocupação Hoteleira (custos médio de diárias, frequência e permanência/sazonalidade)	BA/DF/ES/GO/MG/SP			
Oferta - atrativos / inventário turístico			DF	
Organização e Fonte de Informações para a Viagem			ES/GO	
Outros programas de incentivo ao turista (exemplos: Programas Bike Brasília, Capital Federal, Hospedagem Alternativa)	DF			
Perfil dos turistas/visitantes e países/cidades de origem	BA/ES		DF/SP	
Preferências de passeios, opções de lazer			MG	
Principais estados e países emissores de turistas	DF/GO			
Produção Associada ao Turismo				
Receita cambial turística, financiamento do setor				DF/MG/SP
Segmentos turísticos	DF			BA/MG/SP
Tendências de fluxos e viagens			SP	
Trabalho e emprego			BA/DF/GO/MG	
Visitação de atrativos turísticos/ Matriz de posicionamento de circuitos turísticos (MPCT)	DF/GO/MG		ES	MG (MPCT)

Fonte: Elaborada pela autora - com base nos repositórios das pesquisas dos respectivos *websites*.

A coordenadora do observatório do Distrito Federal informou que a maioria das pesquisas são atualizadas mensalmente, mas que havia outras semestrais e

algumas esporádicas por serem mais específicas. No entanto, não especificou quais seriam essas pesquisas. De acordo com ela: “A pesquisa de perfil, uma das mais importantes fontes de dados, é feita anualmente. Anualmente, também, é publicado o anuário estatístico do turismo, bem como o boletim do perfil do turista. [...] Alguns detalhes são fornecidos apenas aos parceiros.”

Em relação ao observatório de São Paulo, foi dito que a periodicidade dos boletins conjunturais são mensais, semestrais e anuais – esses boletins integram uma série de indicadores que, também, fazem parte de pesquisas segmentadas.

No Estado do Espírito Santo, o pesquisador responsável, informou que as pesquisas de demanda turística (temporada de verão – em dezembro e janeiro; temporada de inverno - em julho; a Entre Estações – entre fevereiro e junho e de agosto a novembro; e as realizadas nos feriados nacionais como, por exemplo: a da Semana Santa); pesquisas de fluxo turístico no aeroporto de Vitória (realizada no ano inteiro).

4.2.1.5. *Monitoramento do acesso às informações pelos usuários*

O acesso às informações disponibilizadas pelos observatórios são monitoradas em apenas três deles: Distrito Federal (utilizando-se do *Google Analytics*), Goiás e São Paulo (controle interno do site, ferramentas não especificadas).

A coordenação do observatório de Goiás lembrou, sobre a desativação do *website* do observatório que, no início o *website* apresentou problemas temporários de funcionamento no servidor local de armazenamento compartilhado da Goiás Turismo, (questões técnicas com o servidor), mas depois de identificado o problema, e de um período de adaptação, não tiveram mais problemas.

O coordenador do Estado da Bahia informou que o observatório possui um contador de acessos ao *site*, mas não mecanismos de controle de *downloads*. E não há registros de quando, por exemplo, os dados entraram na pauta de reuniões/encontros de Fóruns, Câmaras e Conselhos Estaduais de Turismo. E ainda disse que: desde sua fundação o *website* do observatório do turismo nunca saiu do ar, porém, devido a dificuldades financeiras, a inserção de dados atualizados tem sido prejudicada.

Minas Gerais não respondeu e os observatórios do Espírito Santo e Vitória não possuem controle. E apenas o Distrito Federal forneceu informações mais específicas sobre os acessos do site do observatório: os relatórios produzidos pela ferramenta do *Google Analytics*²⁷ e os resultados mostram de que regiões/estados brasileiros e países as informações foram acessadas. Atualmente a média é de 6.000 visualizações mensais, a sua maioria realizada por brasileiros e os Estados Unidos é o segundo país que mais acessa (300 acessos/mês). Sobre desativações ou suspensões temporárias do *website*, este nunca saiu do ar e tem manutenção constante.

A coordenadora do observatório de Goiás comentou que monitora enquetes disponíveis no site e o cadastramento de *e-mails* para o recebimento de *mailings* com novidades do observatório (*newsletter*).

São Paulo informou que, apesar do observatório não possuir um contador visível para quem acessa o *website*, a equipe técnica tem ferramentas de controle e é através delas, que se faz este acompanhamento. Já o observatório do Espírito Santo não tem este tipo de controle e, segundo o coordenador o site nunca saiu do ar e para ele: “*a garantia da transparência se dá, justamente, em função da disseminação das informações no site do Observatório do Turismo*”.

4.2.1.6. *Eventos técnicos promovidos*

Sobre os eventos de publicização e discussão dos resultados das pesquisas desenvolvidas pelos observatórios, em nenhum deles foram produzidos eventos com esta finalidade. No entanto, todos participam de palestras em eventos promovidos pelo MTur (exemplo: Seminários do PNEET), universidades (exemplo: Seminários sobre Políticas Públicas e Gestão do Turismo), associações de classe (exemplo: Feira da Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV) e reuniões de conselhos de turismo (exemplos: CONDETUR/DF e CONTURES/ES).

O observatório de Minas Gerais não informou suas participações em eventos, mas afirmou haver uma proposta prevista de realização de um Seminário

²⁷ O *Google Analytics* é uma ferramenta de análise de dados, acessos, de análise de conteúdos e redes sociais que ajuda a medir o impacto do engajamento nos websites e da publicidade utilizada. Mais informações acesse: http://www.google.com/intl/pt-BR_ALL/analytics/index.html

Anual de Estatísticas do Turismo, mas antes disto, diz que há a necessidade de oficialização do observatório.

O Distrito Federal informou que, até o momento, não foram realizados eventos com este fim. Mas, segundo a coordenação, um Termo de Cooperação Técnica está sendo desenvolvido com a Universidade de Brasília – UnB, com o objetivo de desenvolver pesquisas e, também, de realizar eventos para a análise mas técnica dos dados produzidos. E em Goiás e São Paulo, houve participações em eventos para divulgação de dados em 2015, junto à universidades (Goiás) e na ABAV, Salão São Paulo de Turismo, Ministério do Turismo/Seminário PNEET (São Paulo). O coordenador de São Paulo, completou:

Em 2014 fazíamos reuniões semestrais, mas em 2015 elas passaram a ser anuais. São reuniões onde o trade expõe suas opiniões e avaliam tendências. Mas quando eles querem algum dado, nós fornecemos independentemente desses momentos. Mas é comum, antes de publicarmos os boletins, enviarmos os dados para eles verem se os dados representam o desempenho deles. Queremos saber o que eles têm a dizer sobre alguma diferença nos percentuais apresentados para garantir uma margem de discussão e melhorar a análise.

Na Bahia, o coordenador lembrou que: *“muitas vezes os dados entram na pauta de uma reunião/encontro do Fórum, Câmaras e Conselhos Estaduais de Turismo, mas não para discutir um tema específico; mas sempre geram reflexões e boas discussões sobre o resultado de alguma pesquisa (nada sistemático)”*.

4.2.1.7. *Novas tecnologias*

Sobre novas tecnologias, aplicativos ou outras ferramentas que facilitem a produção e o monitoramento de dados realizado pelos observatórios foram citados: sistema de inventariação turística e aplicativos próprios desenvolvidos para *tablet's*, tal como as ferramentas de elaboração de questionários e tabulação/correlação de dados, *Survey Monkey*, *Google Docs* e *Google Forms*, *Statistical Package for the Social Sciences* - SPSS e SPHINX.

Em Minas gerais o *website* foi produzido internamente, sem investimentos adicionais em plataformas, consultorias de tecnologias de informação e comunicação – TICs ou programação visual. A Secretaria de Turismo Estadual - SETUR-MG, trabalha atualmente num sistema de inventariação da oferta turística para facilitar a

(retro) alimentação do *site* de promoção turística do Estado. No entanto, o observatório não dispõe de um plano para o desenvolvimento de novas tecnologias de captação de informações turísticas. Segundo o coordenador do observatório mineiro:

O site do observatório foi desenvolvido pela própria equipe da secretaria e não possui web designer ou programadores exclusivos para a sua manutenção ou desenvolvimento. Os próprios técnicos do observatório é responsável por atualizá-lo e colocá-lo no ar. E com relação a sistemas de informações, nós trabalhamos apenas com o SPSS para o monitoramento estatísticas dos dados, mas nada relacionado à captação de informação para uso do observatório. Achemos, inclusive, que os processos de sistematização das informações turísticas, de ocupação hoteleira, por exemplo, muito frágil. Nós recebemos os boletins de ocupação e não as fichas preenchidas pelos hóspedes, mas mesmo assim, os dados vem incompletos, muitas vezes aparecem errados e isso atrapalha o nosso trabalho. Teve uma vez que nós deixamos de executar um projeto, porque o Ministério do Turismo falou que faria uma determinada ação de sistematização de dados do turismo, e acabou não fazendo. Isso também dificulta o trabalho – as coisas não saem do papel.

No Distrito Federal, embora o uso de *tablet's* (dispositivos/computadores portáteis) é considerado uma inovação para a realização de pesquisas e os dados são tabulados através do uso da ferramenta *Google Docs*²⁸.

Em São Paulo, o uso que se faz de novas tecnologias são por meio de ferramentas gratuitas, como o *Survey Monkey*, mas que já havia se utilizado do *SPSS* logo no início das atividades do observatório:

Trabalhamos com o SPSS logo no início do observatório, mas hoje não temos como pagar por isto. Através do Survey Monkey, mandamos a pesquisa para os hotéis com os dados que precisamos – eles recebem um link, clicam ali e respondem. A adesão é ótima, todos querem participar porque sabem que o trabalho é sério. E como a cidade é dividida em regiões hoteleiras e 4 segmentos (standard, econômico, luxo e super luxo) – só na capital são 400 hotéis -, dá para trabalhar com essa amostra. Agora, usamos como ferramenta para Análise Estatística um software nacional chamado SPHINX e o Google Forms.²⁹

4.2.1.8. Importância dos observatórios para o desenvolvimento regional do turismo

²⁸ O *Google Docs* permite que você gerencie (crie, renomeie e exclua arquivos), incorpore, edite e compartilhe documentos (páginas na web, imagens, apresentações, *slides*, formulários, desenhos, planilhas etc) e os acesse de qualquer lugar, a qualquer hora. Mais informações acesse: <https://www.google.com/docs/about/>

²⁹ Os softwares citados (*Survey Monkey*, *Sphinx* e *Google Forms*) são ferramentas de coleta e análise de dados que também facilitam a organização dos dados em gráficos. Dependendo do tamanho da amostra você poderá usar os três softwares de forma gratuita. Mais informações acesse: <https://pt.surveymonkey.com/>; <http://www.sphinxbrasil.com/>; e <https://www.google.com/forms/about/>.

Há unanimidade sobre a relevância da função social dos observatórios tanto para o (re)conhecimento dos panoramas turísticos, quanto para o apoio ao desenvolvimento regional do turismo, através da formulação de redes entre governos, iniciativa privada e sociedade civil. Os destaques dos coordenadores foram dados da seguinte forma:

- MG: como base da execução de projetos e serve para orientar a aplicação dos recursos e investimentos estaduais no turismo, agindo de maneira integrada e potencializando os resultados das políticas no turismo. Tem Ele tem o papel de fazer esse raio x, de elucidar as tendências de mercado e fundamentar a elaboração das políticas públicas;
- DF: como ferramenta importante de gestão no subsídio à planejamentos eficientes e de monitoramentos regionais que proporcionam ganhos efetivos para o turismo;
- GO: Detentor das informações necessárias para a promoção dos destinos turísticos;
- BA: Núcleo gerador e aglutinador de dados e indicadores estratégicos para subsidiar as revisões ou reformulações das políticas, planos e/ou projetos privados de desenvolvimento turísticos – principalmente, se estes forem financiados por recursos internacionais;
- SP: ferramenta de monitoramento de dados e avaliação do destino, eventos e serviços prestados que garante a tomada de decisão – através dele se conhece os recursos que o destino tem como oferta e demanda, sendo fundamental para desenvolver o turismo e fundamentar o processo decisório local. Segundo o seu coordenador: *“O principal desafio dos observatórios é fazer com que o trade enxergue a importância do uso da análise de dados, que é o nosso produto final de pesquisa; e vê-lo como um apoio para as decisões e não como fiscalização do setor”*.
- ES: norteador das políticas públicas e econômicas do Turismo, canal de transferência e a divulgação dos dados de atividades turística aos

cidadãos; e mediador de parcerias entre a iniciativa privada e o setor público no fortalecimento regional do Turismo.

Como proposta do observatório, o coordenador de Minas Gerais indicou: *“formular de uma rede de especialistas, empresários e organizações que trabalham com o turismo, para qualificar melhor a oferta e atender melhor a demanda. Não se trata da formação de um novo conselho, porque nós já temos o Conselho Estadual”*.

4.2.1.9. Facilidades e dificuldades enfrentadas

Questionados sobre as facilidades e dificuldades encontradas para a manutenção e o desenvolvimento das pesquisas dentro dos observatórios, os coordenadores pontuaram desta maneira (exceto o Distrito Federal e Goiás que não mencionaram as facilidades dos trabalhos de pesquisa):

Facilidades

- MG: credibilidade e autonomia de trabalho da equipe técnica fez com que o diálogo com as demais secretarias fosse facilitado e os entraves inexistissem no desenvolvimento das atividades;
- BA: existência de diversas instituições (fontes de dados) que ajudam a esclarecer o desempenho do turismo na economia;
- SP: consolidação do trabalho do observatório, o apoio do mercado e das entidades de turismo facilitando a coleta das informações, a percepção do trade sobre os benefícios das análises de mercado e o fato da administração pública financiar os custos de pesquisa do observatório;
- ES: a infraestrutura disponibilizada pela Secretaria de Turismo (equipamentos, climatização do ambiente de pesquisa), facilidades de criação de séries históricas sobre o turismo;

Dificuldades

- MG: falta de recursos para a coleta de dados e de fiscalização da obrigatoriedade da transmissão da informação para os órgãos governamentais; a baixa qualidade da coleta; falta da validação dessas informações e ausência de um sistema de

cruzamento de dados com outros segmentos em tempo real; pouco investimento em *Big Data*³⁰ e no monitoramento de mídias e redes sociais; falta de um processo de sistematização de informações qualificado contínuo e com critérios de validação das informações.

- DF: financeiras (dificuldade de priorização de recursos para as pesquisas no turismo) e burocráticas (processos licitatórios para a contratação de pesquisas dificultados, incluindo a sensibilização dos gestores administrativos da complexidade das pesquisas e dos cuidados que devem ser tomados para esse tipo de contratação);
- GO: Pouco investimento financeiro em tecnologias/equipe técnica;
- BA: as pesquisas turísticas ainda não são prioridade para o governo e enfrentam-se dificuldades financeiras para desenvolvê-las;
- SP: necessidade de maior aporte de recursos para as pesquisas, principalmente para a reformulação das amostras; ausência de *softwares* (licenças) mais robustos para a tabulação e análise dos dados (hoje são utilizadas ferramentas gratuitas);
- ES: falta de atualização tanto do Sistema Nacional de Registro de Hóspedes - SNRHos³¹ (últimos dados de 2005 – capacidade/oferta hoteleira por município), do atraso no recebimento de dados dos parceiros e da baixa adesão ao Cadastur³².

4.2.1.10. *Informações complementares dadas pelos gestores/responsáveis*

- MG: o observatório não possui marco legal (não está oficialmente constituído), porém mantém suas atividades em curso. A ideia é de que em 2016 ele seja incluído e oficializado na Lei Estadual do Turismo e regulamentado por Decreto.
- DF: o planejamento do observatório de turismo do Distrito Federal se iniciou em 2011, mas só em dezembro de 2013, ele foi oficialmente lançado. Sua implantação foi

³⁰ Big Data refere-se ao armazenamento, processamento e análise de grande volume de dados, em alta velocidade e em nível global, considerando sua diversidade, complexidade e variabilidade de fontes, formatos e estruturas.

³¹ As empresas de turismo são obrigadas ao fornecimento de dados aos órgãos governamentais (Lei 11.771/2008 Lei Geral do Turismo/Decreto 7.381/2010). As informações da Ficha Nacional de Registros de Hóspedes – FNRH tem suas informações utilizadas por estes órgãos para fins de monitoramento. Mais informações acesse: <http://www.hospedagem.turismo.gov.br/>

³² O Cadastur é o sistema de cadastro obrigatório de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, executado pelo Mtur em parceria com os órgãos oficiais de turismo das unidades da federação. O sistema recebe cadastros de prestadores de serviços de: meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos, acampamentos turísticos, guias de turismo, entre outros (estes últimos em caráter opcional). Mais informações acesse: <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/SobreCadastur.mtur>

demandada, pelo próprio trade turístico de Brasília, cujos representantes faziam parte do Grupo Gestor do Destino Brasília e, por sua vez, queriam reativar o Conselho de Desenvolvimento do Turismo – CONDETUR.

– BA: a iniciativa para criação do observatório foi da Superintendência de Investimentos em Polos Turísticos – SUINVEST/SETUR-BA, por meio de sua Diretoria de Planejamento e Estudos Econômicos – DPEE. Entre os 65 Destinos Indutores do Turismo do Programa de Regionalização do Turismo, o estado baiano é representado por 5 (cinco) municípios turísticos: Salvador, Lençóis, Marauá, Mata de São João e Porto Seguro. Destes, a única iniciativa de constituição de um observatório de turismo refere-se a da capital.

– SP: A São Paulo Turismo – SPTuris é uma empresa de economia mista onde a Prefeitura de São Paulo é sócia majoritária, que gere o observatório e atua em nível municipal e no segmento de eventos. Seu coordenador informou que já sofreu restrições no passado às publicações feitas/a serem feitas no/pelo observatório, destacando:

A missão do observatório é fomentar o mercado. E para isto o trade precisa de informações consistentes e confiáveis. Como nós somos um observatório que tem um trabalho consolidado e não omite informações, além de muita exposição na mídia - ele é muito acessado e utilizado pelos parceiros -, embora já tenha acontecido de termos restrições, lá no comecinho das nossas atividades, hoje em dia isso não acontece mais. Temos tanta credibilidade que se atrasarmos em 2 ou 3 dias os boletins sobre a hotelaria, por exemplo, os hoteleiros ligam pra cá perguntando o que aconteceu. Então é difícil as entidades pedirem.

– ES: o observatório estadual de turismo foi fundado em junho de 2014, mas o mais antigo é o municipal (2010). No entanto, houve, no municipal, um período de desativação das atividades, tendo elas sido retomadas apenas em 2015. O observatório estadual, está em funcionamento, com dados e informações *online* e disponíveis ao público, porém estas encontram-se desatualizadas (fev./2016).

4.2.2. Sobre os observatórios descontinuados

Em relação às perguntas feitas aos gestores dos observatórios descontinuados: sete questões - relativas à iniciativas, parceiros, origem de recursos, quando e porque razão eles foram descontinuados, dificuldades enfrentadas em relação à sua manutenção e produção de pesquisas, impacto da descontinuidade, se

houve alguma mobilização dos parceiros para a manutenção das atividades e equipes, e o que falta para que eles se tornem relevantes para o desenvolvimento do turismo local e na regionalização do turismo – foram encaminhadas via *e-mail*.

De acordo com os levantamentos *online* o observatório de turismo do Paraná tem iniciativa ligada à Universidade Federal do Paraná; o observatório de Florianópolis/SC está sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Turismo; e o observatório de Foz do Iguaçu/PR é uma ação do Instituto Polo Internacional do Iguaçu. Os dois primeiros, com *websites* acessíveis porém desatualizados; e o último, tem seu endereço eletrônico inacessível. Diante desta situação, estes observatórios foram considerados como descontinuados.

Em relação às respostas dadas apenas o observatório de Boa Vista/RR respondeu às questões próprias de sua descontinuidade, apresentando os motivos desta. Já os observatórios de Bonito/MS, Paranaguá/PR, Porto Alegre/RS, Rio de Janeiro (Universidade Federal Fluminense - UFF) e Vitória/ES (Municipal) responderam perguntas do grupo de observatórios implantados, mesmo sendo categorizados como descontinuados. O que ocorreu foi que:

- A coordenação do observatório da UFF não disponibilizou pesquisas recentes realizadas, em seu *website* só foram encontrados arquivos do ano de 2013³³ e por esta razão não foi possível categorizá-lo como implantado;
- Em Bonito/MS, mesmo diante das afirmativas sobre seu *status* de implantado, o observatório não possui *website* ativo; nem foram disponibilizadas pesquisas recentes que confirmassem a sua manutenção nesta categoria;
- O observatório de Paranaguá/PR não possui website ou pesquisas passíveis de consultas e, em contato telefônico a gestão afirmou que não há recursos para a elaboração de novas pesquisas;
- No Rio Grande do Sul, a descontinuidade do observatório foi promovida pelo próprio governo estadual ao retirá-lo das prioridades e reduzir os recursos para o desenvolvimento das pesquisas em razão da crise financeira por que passava o Estado – informações dadas pelo antigo coordenador do observatório, então Diretor do Departamento de

³³ Pesquisas sobre: dimensionamento econômico da indústria de eventos, perfil e impacto econômico do turista no Rock In Rio e Na Jornada Mundial Da Juventude; e 2 boletins sobre a Conjuntura Econômica do Rio de Janeiro (ambos do 2º semestre de 2013).

Desenvolvimento do Turismo da Secretaria Estadual do Rio Grande do Sul. Além disso a nova coordenação foi contactada mas respondeu a pesquisa fora do prazo em que foram finalizados os levantamentos dos dados, no dia 15.fev.2016.

Assim, todos foram categorizados como observatórios descontinuados.

4.2.2.1. *Sobre a descontinuidade do observatório de Boa Vista/RR*

A ideia de constituir o observatório surgiu como resultado da execução do projeto Turismo em Roraima desenvolvido pela Fundação *L'Hermitage* e que envolveu o IFRR e outros parceiros como: Diretoria Estadual de Turismo (DETUR), Secretaria de Planejamento (SEPLAN), Fundação de Educação Turismo e Cultura do Município (FETEC), Universidade Federal de Roraima (UFRR), Universidade Estadual (UERR), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima (IFRR), Faculdades Catedral, algumas entidades/empresas privadas e associações (Turismo Roraima Adventure, *Convention & Visitors Bureau* (C&VB), Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (ABLA) e agências de viagens, hotéis e restaurantes, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC).

Sua descontinuidade aconteceu em 2012, em razão da desarticulação dos pesquisadores que estavam à frente da sua gestão - alguns deles saíram para estudar e outros foram desvinculados do Instituto Federal de Roraima – IFRR (instituição de origem do projeto do observatório) por terem solicitado vacância para assumir outro cargo público.

Além disso, a maior dificuldade enfrentada foi o financiamento das pesquisas, já que o envolvimento das organizações parceiras quase inexistiu – o setor privado não tem segurança em investir e nunca houve dotação orçamentária para o observatório.

As pesquisas eram realizadas por professores e alunos voluntários do curso de turismo que, frente as dificuldades enfrentadas acabaram por não se manter na equipe. E, não houve nenhum interesse dos parceiros em dar prosseguimento ao projeto.

Questionada sobre o(s) impactos da descontinuidade do observatório a coordenação informou que: o impacto foi pouco, pois as pesquisas foram acontecendo apenas no âmbito acadêmico e não havia conhecimento dos dados do turismo na região, muito menos divulgação das pesquisas desenvolvidas.

Na última questão, sobre o que faltava para que os observatórios de turismo pudessem ser relevantes no para o desenvolvimento do turismo local e regionalização do turismo, a coordenação disse que se trata da necessidade de uma maior articulação da academia com o mercado de trabalho, da destinação de recurso para o financiamento das pesquisas e pesquisadores e mobilização do setor turístico.

Além disto, deve haver uma agenda prioritária tanto para que os pesquisadores possam se dedicar às atividades do observatório no IFRR, quanto junto aos parceiros (horários alternativos) e, também, que se possa discutir a importância do observatório no Fórum de Turismo do Estado e do Município.

A coordenação do observatório afirmou ainda que, embora haja pesquisas que são desenvolvidas pelos Fóruns de Turismo e outras concentradas no *trade* turístico, elas não são divulgadas e não há qualquer integração de esforços para que isto aconteça.

Por fim, nas evidências finais da pesquisa dão luzes sobre as análises pertinentes em relação aos levantamentos feitos até este momento e sugerindo novas abordagens de pesquisas.

EVIDÊNCIAS FINAIS

Muitos são os desafios dos observatórios de turismo no Brasil, a começar pela sua própria sustentabilidade, passando pela sua capacidade de monitoramento e avaliação, até chegar na mobilização e sensibilização dos parceiros para obter um suporte mais qualificado e comprometido com os resultados e benefícios do desenvolvimento local e regional do turismo.

Observando as origens da maioria das iniciativas implantadas, provenientes das Secretarias de Turismo, percebe-se que, a ideia de criação dos observatórios se estabeleceu muito mais como extensões de seus núcleos internos de pesquisa - como forma de otimizar recursos e equipes - do que como uma estratégia institucionalizada de apoio a produção e divulgação do conhecimento do turismo e o estabelecimento de redes. - Não que se tenha algo contra esta estratégia de otimização de recursos materiais e humanos, muito pelo contrário, mas como reflexão sobre os riscos assumidos de se reduzir a capilaridade e limitar a participação social, ao não se criarem novos e diferenciados espaços de debate e se manterem as mesmas estruturas, meramente repositórias e de reprodução de conteúdo.

Ao mesmo tempo em que produzir e divulgar o conhecimento sobre o turismo é fundamental para subsidiar seus processos decisórios de regionalização, a gestão da informação e comunicação nos observatórios seja de suma importância para que essa inteligência coletiva se efetive, gerando confiabilidade, minimizando impactos ambientais e ampliando os benefícios socioeconômicos e culturais do turismo.

No que se refere às razões da desarticulação e incipiência do monitoramento e avaliação do turismo pelos observatórios, a primeira os impede de estabelecer e consolidar redes de conhecimento não, por suas iniciativas serem independentes do ponto de vista da sua criação, mas pela falta de discussão ampliada sobre o tema em outras instâncias de governança e, também, pelo descompromisso dos parceiros em apoiar suas atividades - eles atuam apenas como fornecedores de dados.

Numa perspectiva mais regional, a questão do financiamento para a manutenção das equipes e desenvolvimento das pesquisas promovidas apenas pelo governo, limita a atuação e a articulação dos mesmos, não só em relação a

procedimentos administrativos burocratizados mas, também, pela redução do número de profissionais qualificados e de áreas diversificadas dentro das equipes de pesquisa.

A incipiência do monitoramento do turismo de uma maneira geral, pode ser observada pela carência de recomendações nacionais, somadas a morosidade de definições sobre as prioridades da Política Nacional de Turismo, em relação ao que deve ser monitorado para que seja produzida a Conta Satélite de Turismo - merecendo uma consideração sobre o destaque dado apenas a sustentabilidade econômica, em detrimento da sustentabilidade ambiental e sociocultural do turismo.

Há uma lacuna sobre os objetivos de fornecimento de referências metodológicas para a sustentabilidade do turismo e do acompanhamento dos resultados das políticas locais de turismo que poderiam colaborar com o desenvolvimento do setor. O potencial do monitoramento e da revisão das metas de execução das políticas nos Destinos Indutores está, justamente, na agregação de subsídios importantes aos processos decisórios que, quando compartilhados, possibilitam no fortalecimento, no controle social e na geração da credibilidade necessária para que os observatórios se transformassem em estratégias regionais de desenvolvimento do turismo.

Além disso, percebeu-se que quando da aproximação dos objetivos definidos pela OMT para o funcionamento dos observatórios internacionais de turismo com os dos observatórios nacionais, praticamente nenhum deles os adotou e que a função de apoio a processos decisórios pela divulgação de dados e pesquisas pontuais sobre o turismo (por meio de boletins mensais e relatorias anuais desprovidas em sua maioria de análises de tendências políticas e limitadas aos impactos econômicos do turismo) não oferece uma leitura conjunta e crítica das realidades turísticas que possam influenciar o direcionamento de políticas de regionalização do turismo, mantendo ainda, a perspectiva da participação de seus grupos de interesse.

No que concerne às recomendações da OMT para o uso dos 717 indicadores de desenvolvimento sustentável das destinações turísticas, sendo 29 deles indicadores básicos ou indispensáveis ao monitoramento do turismo, importa realizar uma reflexão crítica sobre o monitoramento dos impactos ambientais, culturais e socioeconômicos nos destinos turísticos pelos observatórios:

- É visível que os indicadores estipulados pela OMT, respondem às necessidades do conhecimento geral dos impactos do turismo e que o documento é apenas recomendativo (não tem peso de obrigatoriedade a nenhum país); mas ele é essencialmente quantitativo e insuficiente para explicar o alcance multidimensional dos impactos do turismo somente através de números. Então, é fundamental que os observatórios também criem mecanismos qualitativos de análises de cenários e tendências e, ambos, integrem as reflexões sobre a regionalização integral do turismo.
- O volume de indicadores a serem monitorados e a construção destes indicadores não considera as vocações dos destinos turísticos e a diversidade de segmentos turísticos presentes numa destinação e a generalização na leitura dessas estatísticas incorre no risco do justo pagar pelo pecador. A sugestão é que os observatórios leiam o documento contextualizando e adaptando-o de forma a não engessar as suas análises e poder integrar esforços com outras instituições de pesquisas buscando a gestão integrada do turismo.
- De positivo, as recomendações oficiais trazem a perspectiva a compreensão de que muito ainda há para fazer e inovar dentro do monitoramento do turismo e, também, induzem uma emergência sobre o bem-estar das comunidades receptoras e a saúde e segurança de ecossistemas e sobre o aproveitamento dos benefícios do turismo de uma forma mais integrada.
- E de negativo, a recomendação da adoção de um único padrão ao monitoramento do turismo, inexecutável pelo volume de indicadores a serem monitorados e, numa perspectiva ampliada dos impactos do turismo sem a observância das diversidades regionais e locais, não parece factível nem coerente.

O equilíbrio entre a incorporação de indicadores de sustentabilidade do turismo e econômicos voltados para a elaboração das Contas Satélites de Turismo devem ser perseguidos pelos destinos turísticos, considerando ainda as suas capacidades de monitoramento.

E que apesar de muitos dos indicadores econômicos do turismo, presentes no documento da OMT sejam monitorados pelo MTur, não os reproduzam sem uma

análise de seus resultados agregada aos contextos locais, mas sim, analisando a sua competitividade em função da sustentabilidade do destino. - Além disto, a articulação e negociação entre parceiros e comunidades potencializam tanto, o acesso aos dados sobre o turismo, o descobrimento de soluções inovadoras e criativas sobre a regionalização do turismo – podendo ainda promover mobilizações e sensibilizações sobre o tema.

Faz-se necessário, além de tudo isto, para que a responsabilidade do financiamento das pesquisas seja compartilhada e que os investimentos em gestão da informação e tecnologias da informação e comunicação – TICs sejam possíveis: projetos de fomento à pesquisa através de parcerias público-privadas, incentivos fiscais (tal como a Lei Rouanet, da cultura), projetos de cooperação técnica internacional etc, devem ser elaborados visando consolidar pesquisas periódicas, criar agendas colaborativas e estimular a construção de vínculos socioculturais e econômico-empresariais.

Ademais, como sugestão e na ausência de orientações nacionais para a implantação e funcionamento dos observatórios no Brasil, elaborar um projeto consorciado, integrado e regionalizado de observatório, buscando recomendações internacionais para tentar promovê-lo, adaptando-o às realidades turísticas e discutindo-o com a população local e com os reais e potenciais parceiros.

Desta forma, estes projetos teriam grande possibilidade de serem bem sucedidos, sendo evidente, que por trás destas iniciativas, a vontade e prioridade políticas dadas a sua institucionalização ou legalização seria de grande valia, pois ao mesmo tempo em que sinalizaria a importância dos observatórios como estratégias de apoio às políticas locais do turismo, os fortaleceriam perante os seus públicos de interesse.

Por fim, sugere-se para novos estudos, ampliar os olhares sobre as limitações de capacidade de monitoramento de indicadores de desenvolvimento sustentável recomendadas pela OMT e o peso que elas têm de fato sobre os países membros já que este organismo assume a responsabilidade da produção e gestão do conhecimento do turismo mundial, mas por outro lado, não se aproxima o suficiente dos países para de fato conhecer as diversidades que os detém – o que pode explicar a baixa adesão aos mecanismos de gestão do turismo internacional da OMT.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. **Decreto 6705 de 19 de dezembro de 2008** – dispõe sobre o Conselho Nacional de Turismo e dá outras providências. Brasília: MTur, 2008. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/media/k2/attachments/Decreto_6705_Regulamenta_Conselho_Nacional_Turismo.pdf>. Acesso em 03.nov.2015 às 10:08.

_____. **Documento de Referência do Turismo Brasileiro (2011-2014)**. Brasília, DF: MTur, [s.d]. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosetudos/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf>. Acesso em 01.jul.2015 às 19:00.

_____. **Estudos de Competitividade dos 65 destinos indutores**. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/destinos_indutores/> Acesso em 01.set.2015 às 21:00

_____. **Índice de competitividade do Turismo Nacional: destinos indutores do desenvolvimento turístico nacional - Relatório Brasil 2014**. Brasília: SEBRAE, 2014. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosetudos/Relatorio_Brasil_2014_web.pdf>. Acesso em 01.jul.2015 às 02:20.

_____. **Índice de competitividade do Turismo Nacional: relatório Brasil 2015**. Brasília: MTUR, 2015. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Relatorio_Brasil_2015_WEB.pdf>. Acesso em 03.abr.2016 às 02:20.

_____. **Observatórios de turismo do Brasil**. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/observatorios_de_turismo/> Acesso em 30.jun.2015 às 16:00.

_____. **Plano Nacional Estratégico de Estatísticas Turísticas** – termo de referência. Programa de apoio ao PRODETUR Nacional. Brasília, DF: MTur, set.2013. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/outros_estudos/plano_nacional/>. Acesso em 30.jun.2015 às 16:02.

_____. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007**: diretrizes, metas e programas. Brasília, DF: MTur, abr,2003. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2003_2007.pdf>. Acesso em 01.jul.2015 às 18:30.

_____. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010**. Brasília, DF: MTur, [s.d]. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf>. Acesso em 01.jul.2015 às 19:15.

_____. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília, DF: MTur, [s.d]. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_2013.pdf>. Acesso em 01.jul.2015 às 18:37.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo**: diretrizes. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf>. Acesso em 01.jul.2015 às 18:37

CELLARD, André. **A análise documental**. In POUPART, Jean *et al.* A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Ana Cristina Nasser [trad]. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

COELHO, Margarida Hatem Pinto. **Ocupação do setor do turismo no Brasil**: análise da ocupação nas principais ACTs nos Estados, regiões e Brasil. Brasília: IPEA, fev.2011.

CONTRERAS, Tomás Cuevas; JUÁREZ, Ricardo Varela. **Competitividad, innovación e imaginário em el tejido socioeconómico: una aproximación teórico-metodológica em turismo**. México: UNAM/GASCA, 2012.

DEMO, Pedro. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2000.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. 8.ed. Curitiba-PR: Positivo, 2010.

FLECK, Marcelo P.A.; BOURDEL, Marie C. Método de simulação e escolha de fatores na análise dos principais componentes. **Revista de Saúde Pública**, Brasília, n.32, pp.267-272, 1998. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rsp/v32n3/p267-272.pdf>> Acesso em 01.abr.2016 às 10:24

FLEURY, Maria Tereza Leme; OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda (orgs). **Gestão estratégica do conhecimento**: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. 5.reimp. São Paulo: Atlas, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Sistema de Contas Nacionais do Brasil**. Brasília: IBGE, [s.d]. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=48>. Acesso em 01.jul.2015 às 13:14.

_____. **Contas satélites**. Diretoria de Pesquisas - Coordenação de Comércio e Serviços. Apresentado no II Seminário Técnico do Plano Nacional de Estatísticas Turísticas 2016-2021. Brasília: IBGE, set.2015. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/outros_estudos/plano_nacional/downloads_plano_nacional/I_Seminario_Tecnico_Plano_-_Jun_2015_-_Contas_Satxlites_2015.pdf>. Acesso em 19.dez.2015 às 16:21.

JIGANG, BAO. Promoting Sustainable Tourism in China. Presentation. In 1st UNWTO Sustainable Tourism Observatory Conference. Madrid, Spain: 11-13 December 2013. Disponível em

<<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/4513bao.pdf>>. Acesso em 20.fev.2016 às 21:05.

KADOKA, Décio K., RABAHY, Wilson Abrahão. **Conta satélite de turismo no Brasil: método de avaliação e impacto econômico do turismo.** In Revista Turismo e Análise, v.14, n.1, p.69, mai.2003. Disponível em <<http://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/view/494/280>>. Acesso em 30.jun.2015 às 18:25.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** São Paulo: Edições Loyola, 1994.

MOITA, Graziella Ciaramella; MOITA NETO, José Machado. Uma introdução à análise exploratória de dados multivariados. Teresina, PI: UFMG, 1997. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/qn/v21n4/3193.pdf>> Acesso em 01.abr.2016 às 10:29.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOURA, Maria Aparecida. [org]. **A construção social do acesso público à informação no Brasil: contexto, historicidade e repercussões.** Belo Horizonte: UFMG, 2014.

MOTA, Keila Cristina Nicolau, VIANNA, Silvio Luiz Gonçalves, DOS ANJOS, Francisco Antônio. **Competitividade das destinações turísticas: estudo dos casos brasileiros.** São Paulo: Atlas, 2013.

_____. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal.** São Paulo: Atlas, 2001.

NETTO, Fernanda Chio Ming. **Conta Satélite de Turismo: instrumento metodológico para o desenvolvimento do turismo.** Monografia. Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília. Brasília, set.2006. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/449/1/2006_FernandaChioMingNetto.pdf> Acesso em 24.abr.2016.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Glossary of statistical terms.** Disponível em <<https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=309>>. Acesso em 04.jan.2016 às 17:31.

_____. **International Standard Industrial Classification of all Economic Activities (ISIC).** Series M, n.4, rev.4. Department Economic & Social Affairs – Statistics Division. New York: OECD, 2008. Disponível em <http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_4rev4e.pdf>. Acesso em 04.jan.2016 às 17:52.

SANTOS, Fabiana Borges Teixeira dos; CROCCO, Marco; SIMÕES, Rodrigo Ferreira. Arranjos produtivos locais informais: uma análise de componentes principais para Nova Serrana e Ubá-Minas Gerais. **Revista Ensaios FEE,** Porto

Alegre, v.24, n.1, pp.777-202, 2003. Disponível em <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/365>> Acesso em 01.abr.2016 às 15:28

SHARMA, Subhash. **Applied Multivariate Techniques**. New York: John Wiley & Sons, 1996. Disponível em <<http://pt.slideshare.net/divyaj82/applied-multivariate-techniques>>. Acesso em 01.abr.2016 às 10:48.

UNWTO. **20GA UNWO Setting up observatories 2012-2013**: report of secretary general. Madri: UNWTO, 2013.

_____. **Global Observatories on Sustainable Tourism – GOST**. Disponível em <<http://sdt.unwto.org/content/unwto-global-observatories-sustainable-tourism-gost>> Acesso em 30.jun.2015 às 17:14.

_____. **Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations a guidebook**. Madrid: UNWTO, 2005. Disponível em <<http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407262>> Acesso em 30.jun.2015 às 17:18.

_____. **International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO)**. Madrid: UNWTO, 2004. Disponível em <<http://sdt.unwto.org/content/international-network-sustainable-tourism-observatories-insto>> Acesso em 01.set.2015 às 12:00.

_____. **Panorama da OMT del turismo internacional**. Madri: UNWTO, 2014a. 16p. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas_indicadores/downloads_estatisticas/OMT_Turismo_highlights_2014_sp.pdf> Acesso em 01.jul.2015 às 03:00.

_____. **Promotion of ecotourism for porvety eradication and eviromment protection**. Madri: UNWTO, 2014b.

_____. **Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo – RIET 2008**. Estudios de métodos. Série M, n.83. rev.1. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. Madrid: UNWTO, 2010. Disponível em <http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf> Acesso em 02.jan.2016 às 17:45.

_____. **Sistema de cuentas nacionales**. Madri: UNWTO, 2008a. Disponível em <<http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/sna2008spanish.pdf>>. Acesso em 01.jul.2015 às 08:00

_____. **Tourism satellite account**: recommended methodological framework. Madrid: UNWTO, 2008b. Disponível em <<http://statistics.unwto.org/content/tsarmf-2008>>. Acesso em 30.jun.2015 às 17:23.

Sites consultados:

Bahia - <http://observatorio.turismo.ba.gov.br/>

Distrito Federal - <http://observatorio.setur.df.gov.br/>

Espírito Santo - <http://www.observatoriodoturismo.es.gov.br/>

Goiás - <http://www.observatoriodoturismo.tur.br/>

Minas Gerais - <http://www.minasgerais.com.br/observatorioturismomg/>

Paraná - <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/turista-pt/> e
<http://www.obsturpr.ufpr.br/outrasareas.html>

Rio Grande do Sul - <http://www.turismo.rs.gov.br/lista/408/Observatorio-do-Turismo>

São Paulo - <http://www.observatoriodoturismo.com.br/>

Santa Catarina – <https://observatoriodeturismo.wordpress.com/>

Rio de Janeiro - <http://www.turisrio.rj.gov.br/observatorio.asp>

OMT - <http://www.mcsto.org/english/index.asp?index.html>

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO AOS GESTORES DOS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO BRASILEIROS.

Esta pesquisa está sendo realizada em todos os 65 Destinos Indutores do Turismo, participantes do Programa de Regionalização do Turismo do governo federal, para consolidar o mapeamento dos observatórios de turismo e suas dinâmicas de monitoramento.

INSTRUÇÕES PARA O PREENCHIMENTO DO QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

- a) Para o caso do **observatório estar implantado e em funcionamento**, responda as **questões de 1 a 16** e informe o endereço eletrônico/website do mesmo.
- b) Para o caso do **observatório estar em fase de implantação**, responda as **questões 17 a 32**.
- c) Para o caso do **observatório ter sido descontinuado ou desarticulado temporariamente**, responda as **questões 33 a 40**.

QUESTÕES PARA OBSERVATÓRIOS IMPLANTADOS E EM FUNCIONAMENTO

- 1) Qual o ano de fundação do observatório de turismo?
- 2) De quem partiu a iniciativa de criação do observatório?
 - 2.1) O observatório é municipal (restrito a pesquisas no seu próprio destino turístico de origem) ou estadual (que realiza pesquisas em vários municípios turísticos no Estado)?
- 3) Quem são os parceiros do observatório?
- 4) Quem é o pesquisador- coordenador responsável pelas pesquisas do observatório? Ele está ligado a qual instituição?
- 5) Quem são os pesquisadores, especialistas envolvidos? Qual a área de formação de cada um? E a que instituição pertencem, respectivamente?
- 6) Quem financia as pesquisas do observatório? Qual a origem dos recursos para manter as atividades e pesquisadores dos observatórios?
- 7) Com base em que documento orientador, de que instituição os indicadores para as pesquisas do observatório foram definidos ou adaptados à realidade local?
- 8) Quais são os indicadores monitorados? Que tipo de pesquisas são realizadas pelo observatório? Liste.
- 9) Com que periodicidade são feitas as pesquisas?
- 10) Como se dá a participação do governo, empresários e sociedade civil na elaboração das pesquisas/estudos do observatório?
- 11) Como é monitorado o uso ou acesso das informações disponibilizadas pelo observatório?

- 12) Há eventos (reuniões, workshops, seminários, congressos, encontros) periódicos para o estudo ou análise dos dados coletados pelo observatório para avaliar resultados e observar as tendências do setor?
- 13) O destino indutor desenvolveu novas tecnologias para facilitar o desenvolvimento das pesquisas sobre o turismo?
- 14) Porque os observatórios são importantes para o desenvolvimento do turismo local e a regionalização do turismo?
- 15) Quais as maiores facilidades e dificuldades encontradas para manter e desenvolver as pesquisas dentro do observatório?
- 16) O website do observatório já ficou temporariamente desativado ou fora do ar (leia - se, sem acesso público das suas pesquisas e informações online) em alguma ocasião? Por quê?

QUESTÕES PARA OBSERVATÓRIOS EM FASE DE IMPLANTAÇÃO

- 17) Porque o observatório é importante para o desenvolvimento do turismo local e da regionalização do turismo?
- 18) Qual a previsão para a implantação do observatório e o que falta para que as pesquisas e análises sobre o turismo estejam disponíveis (*online*) para consulta pública?
- 19) De quem partiu a iniciativa para a criação do observatório?
- 20) Classifique o observatório em municipal (que realiza pesquisas apenas sobre o próprio destino de origem) ou estadual/regional (que realiza pesquisas estaduais sobre o turismo – com vários destinos-alvos das pesquisas)?
- 21) Quem são os potenciais parceiros do observatório de turismo?
- 22) Quem será o pesquisador-coordenador responsável pela implantação e pesquisas do observatório de turismo? Ele está ligado a qual instituição?
- 23) Quem são os pesquisadores ou especialistas envolvidos no projeto de implantação do observatório? Qual a área de formação de cada um? E de que instituição eles pertencem, respectivamente?
- 24) Quem irá financiar as pesquisas do observatório? Qual a origem dos recursos que manterá as atividades e os pesquisadores do observatório (haverá alguma dotação orçamentária ou patrocínio privado)?
- 25) Com base em que documento orientador, de que instituição, os indicadores para as pesquisas dos observatórios estão sendo definidos ou adaptados à realidade local/regional?
- 26) Quais são os indicadores a serem monitorados? Que tipo de pesquisas serão realizadas pelo observatório?
- 27) Com que periodicidade as pesquisas serão realizadas?
- 28) Como se dará a participação do governo, empresários e sociedade civil na elaboração das pesquisas/estudos do observatório?

- 29) Como será monitorado o uso ou acesso das pesquisas ou informações disponibilizadas pelo observatório?
- 30) No projeto de implantação do observatório há a previsão da realização de eventos (reuniões, workshops, seminários, congressos, encontros) periódicos para a análise dos dados coletados pelo observatório e avaliação de resultados e tendências do setor? Com que periodicidade isto está sendo previsto?
- 31) O destino indutor pretende desenvolver novas tecnologias para facilitar a produção das pesquisas sobre o turismo?
- 32) Quais as maiores facilidades e dificuldades encontradas para a implantação do observatório de turismo?

QUESTÕES PARA OBSERVATÓRIOS DESCONTINUADOS / DESARTICULADOS

- 33) Quando e porque o observatório de turismo do seu destino turístico foi descontinuado?
- 34) Quais as maiores dificuldades enfrentadas pelo observatório em relação à sua manutenção e produção de suas pesquisas?
- 35) De quem partiu a iniciativa para a criação do observatório?
- 36) Quem eram os parceiros do observatório de turismo?
- 37) Que impacto a descontinuidade das atividades de pesquisa do observatório tiveram para o desenvolvimento do turismo local e regional?
- 38) Quem financiava as pesquisas do observatório? Qual era a origem dos recursos que mantinha as atividades e os pesquisadores do observatório? Havia alguma dotação orçamentária para isto?
- 39) Houve alguma mobilização social para manter a atividade dos observatórios? Os parceiros foram reunidos para a discussão das alternativas de manutenção do observatório e de seus pesquisadores?
- 40) O que falta para que os observatórios de turismo possam ser relevantes no para o desenvolvimento do turismo local e na regionalização do turismo?

ANEXOS

ANEXO 1 - ATA XX ASSEMBLÉIA GERAL DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO

ANEXO 2 – SISTEMATIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS REALIZADAS POR TELEFONE COM OS OBSERVATÓRIOS DE SÃO PAULO E DE MINAS GERAIS

ANEXO 1 - ATA XX ASSEMBLÉIA GERAL DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO



General Assembly

Twentieth session
Victoria Falls, Zambia/Zimbabwe, 24-29 August 2013
Provisional agenda item 5(l)(b)

A/20/5(l)(b) Annex
Madrid, 3 July 2013
Original: English

Report of the Secretary-General

Part I: Programme of work

(b) Implementation of the general programme of work for 2012-2013

Annexes

Table of Contents

Annex I. Technical Cooperation Projects	2
Annex II. ST-EP Projects Portfolio	17
Annex III. Sustainable Tourism for Development Project	24
Annex IV. Hotel Energy Solutions.....	26
Annex V. Silk Road Programme.....	28
Annex VI. Setting up Observatories of Sustainable Tourism under the auspices of UNWTO	31
Annex VII. Activities of the UNWTO Project Office on Tourism and Biodiversity	33
Annex VIII. Themis Programme	36

Annex I. Technical Cooperation Projects

I. Introduction

Annex I presents the work of the Organization on technical cooperation and constitutes a follow-up to the complete report CE/93/4(a) Annex presented at the 93rd session of the UNWTO Executive Council in Madrid, Spain (June 2012). It recalls the objectives of all technical cooperation projects, including MDGs ones, and gives a situation report regarding results achieved up to June 2013.

II. List of Technical Cooperation and MDGs Projects

Country: Azerbaijan

Project Title: Formulation of a New Tourism Law

Duration: November 2012 – March 2013

Objectives: The Government of Azerbaijan is in the process of developing its Tourism Law. The objective of the Law is to provide a sound legal framework to support the sustainable development and promotion of the industry while guaranteeing and safeguarding both the rights and responsibilities of the tourism service providers as well as the rights of the tourist. The first draft of Law was formulated on a consultative basis with local tourism stakeholders in early 2012 and UNWTO conducted a preliminary review of the draft Tourism Law. Several gaps and constraints were identified and the Government of Azerbaijan requested UNWTO to assist them in the re-formulation of a New Law in accordance with international standards and best practice.

Results achieved at 07/06/2013:

- Field mission to Baku to hold extensive discussions with the Ministry of Culture and Tourism of Azerbaijan and other public and private sector stakeholders.
- Review of the existing draft Law.
- Formulation of a new Tourism Law in accordance with international best practices and standards. The Law outlines the main definitions and interpretations regarding the tourism industry; provides the legal basis for the constitution of the Azerbaijan Tourism Authority; provides recommendations for the institutional framework to develop and manage tourism; and, outlines the roles, responsibilities and obligations of the entire range of tourism service providers. Finally, it sets out the monitoring and enforcement procedures for the Law.
- The draft Law was submitted to the Ministry of Culture and Tourism of Azerbaijan in March 2013 for their review and approval.

Country: Burundi

Project title: Updating the Action Plan for the National Strategy for the Sustainable Development of Tourism

Duration: May 2013 – July 2013

Objectives: The Government of Burundi has identified tourism as a priority sector for development and requested a long-term tourism development strategy which would guide the sustainable development, marketing and promotion of tourism to the country. Between 2009 and 2011, UNWTO and the United Nations Development Programme (UNDP), prepared a National Strategy for

the Sustainable Development of Tourism which was approved in April 2011 and formally launched in September 2011. The Government of Burundi, keen to implement the Strategy requested technical assistance from UNWTO/UNDP in 2012 for the formulation of a detailed Action Plan to guide the implementation process. In 2013, the Government of Burundi requested UNWTO's technical assistance for the update the Action Plan and the formulation of project fiches for priority projects to be submitted at a Donors' Conference.

Results achieved at 07/06/2013:

- Detailed revision of the Action Plan for the implementation of the National Strategy for the Sustainable Development of Tourism was conducted by the consultant and a selection of project fiches were identified.
- The project fiches are in the process of being formulated for submission to the Donors' Conference.

New developments for 2013: In mid-July, UNWTO will provide assistance in the presentation of the selected project fiches at a Donors' Conference to be held in Bujumbura.

Country: Ecuador

MDG Project title: Conservation and Sustainable Management of the Natural and Cultural Heritage of the Yasuní Biosphere Reserve.

Duration: April 2008 – January 2012

The Programme ended in operational and administrative stages at 31 January 2012.

Country: Ecuador

MDG Project title: Development and Cultural Diversity to reduce Poverty and promote Social Inclusion.

Duration: November 2008 – April 2012

The Programme ended in operational and administrative stages in April 2012.

Country: Egypt

MDG Project title: Mobilization of the Dahshour World Heritage Site for Community Development

Duration: April 2009 – August 2013

Objectives: Within the framework of the UN Millennium Development Goal Fund (MDG-F), the objective of the project is to support the reduction of human development disparities, with special reference to addressing the gender gap and achieving environmental sustainability. The project strategy works in two dimensions; first to reduce poverty of the local communities in Dahshour (an agricultural community comprising five villages to the south of Cairo), and second to enhance the national institutional capacities so as to better protect and manage the archaeological and natural resources of the area (the Sneferu pyramids and Birket wetland). Tourism development is central to all the main project activities as it was determined that tourism can play a fundamental role in creating sustainable livelihoods for the local communities, and provide the framework for the sustainable use and management of cultural and natural resources, as well as fostering the practice of local lifestyles.

Results achieved at 07/06/2013:

- An audit of existing skills in the tourism sector was conducted, which served as the basis to prepare a training needs analysis (TNA).
- On the basis of the TNA, Train-the-Trainer courses were conducted (82 local people trained: 43 men and 39 women) and the subsequent training was held on: Waste Management; English Language; Tour Guiding/Customer Service; Basic Hospitality Skills; Tourism Awareness; and Tourism M/SME development (3,243 local people trained: 2,067 men and 1,176 women).
- The Strategic Spatial Framework for Sustainable Tourism Development, which is in line with the National Sustainable Tourism Development Plan and the Greater Cairo Development Project, was formulated (and officially approved in May 2011) in a consultative process, including the Ministry of Tourism, the local government, the local community and other stakeholders.
- An inventory of existing tourism attractions, resources and services was created.
- Design and development of a Tourism Circuit in Dahshour including signage, landscaping, small support infrastructure, training of tourism service providers and local tour guides and setting up of a community-led Tourism Coordination Unit which will continue to oversee the implementation of tours to Dahshour once project activities have completed.
- Design of a Dahshour tourism logo and brochures as well as guidance for the Dahshour tourism website (this activity is being undertaken by the national partner – Tourism Development Authority of the Ministry of Tourism).

New developments for 2013:

- Organization of a familiarization tour of international and domestic tour operators and travel writers to Dahshour will be held in July/August 2013.
- The official closing ceremony of the project will be held in August 2013.

Country: Egypt

Project Title: Review and Implementation of the New Hotel Classification System

Duration: April 2009 – December 2012

Objectives: To upgrade quality standards in the accommodation sector in Egypt; to develop a robust system for the assessment, monitoring and evaluation of standards in the sector; and to support the institutional capacities for the management of the new system by the government. The project developed a fully updated hotel classification system with a highly trained team of national assessors equipped with the capacity to manage the system independently. It is envisaged that the new system will be fully validated by UNWTO and hotels will be assessed under the new system during the course of the project.

Results achieved at 07/06/2013:

- The project consisted of several phases comprising the original project and two extension periods. The first phase comprised the revision of the existing norms related to hotel classification and, based on the revision, formulate New Norms (NN) for the upgrading of quality standards in the accommodation sector. Training programmes were also conducted with the Ministry inspectors to familiarize them with the NN.
- The next phase focused on conducting pre-assessment visits to 850 hotels in the country, and this was followed by another phase to increase awareness of the New Norms (NN) classification system's standards, procedures and guidelines in the industry among service providers. In this period, the UNWTO project team also supported the system's implementation by individual hotels.
- A self-assessment form was introduced by UNWTO and distributed to hotels wishing to undertake a voluntary assessment of their physical product and service availability. The results were reviewed by the UNWTO project team and formed the basis of close consultations with the respective hotel management to provide advice on addressing major gaps and constraints that were identified.
- 196 on-site self-assessment visits were conducted by UNWTO at the request of individual establishments to help hotels determine any quality areas for improvement that would serve as the basis for further action by the respective establishment. In total, 464 hotels, presenting just over half of the official total number of hotels in the country, received voluntary technical support during the second extension phase.
- A help desk was established within the EHA Cairo office for its members to answer any queries from individual establishments on the NN system. This was supported by UNWTO through the provision of training for a Help desk Coordinator.
- There has been close engagement with other key stakeholders to improve awareness and facilitate partnerships, including with hygiene service suppliers, tour operators, travel agencies and hotel architects.
- A Final Report was submitted by UNWTO to the Ministry of Tourism of Egypt and the Egyptian Hotel Association in January 2013 detailing the outcomes of the main activities carried out during the second extension phase.

New developments for 2013:

- The project is complete in all respects and no further activities are planned for 2013.

Country: Ghana

Project Title: National Tourism Development Planning

Duration: July 2012 – December 2012

Objectives: The Government of Ghana has set itself the target of increasing the country's per capita GDP to US\$3,000 and has formulated the Ghana Shared Growth and Development Agenda as a policy guide for achieving this goal. Tourism is considered an important vehicle to stimulate economic growth and social upliftment as the industry is known for its ability to create jobs, bolster foreign reserves, provide entrepreneurship opportunities, build skills and spread wealth to rural areas. In collaboration with the United Nations Development Programme (UNDP), the United Nations Economic Commission for Africa (UNECA), UNWTO implemented a project to review the existing National Tourism Development Plan of Ghana to assess the status of implementation and lessons learnt, and to formulate a new and updated Tourism Plan reflecting current realities and development paradigm to ensure that the tourism sector plays its rightful role in Ghana's shared growth agenda.

Results achieved at 07/06/2013:

- An updated National Tourism Development Plan, 2013 – 2027, which built on the foundations set by the previous Plan by identifying barriers that are still impeding growth of certain markets and recommending solutions, particularly through proposed phased spatial development.
- The Plan presents a 15-year spatial strategy that will strengthen and expand the range of products throughout the country, spreading economic benefits, extending the length of stay of visitors and contributing to poverty alleviation. This is supported by a strong marketing and brand development strategy, recommendations on improving the institutional and policy framework for tourism, on developing an accurate and effective statistical system and on improving the economic performance of the sector and encouraging investment, and the formulation of a human resources strategy to enhance the quality of tourism services.

New developments for 2013: The Government is keen to launch the second phase of the project which involves the implementation of the Plan through a range of catalyst projects that will address key success factors for leisure tourism growth such as promoting the country as a leisure tourism destination, improving statistics and research capacity, developing critical skills and human resources, planning for the development of main tourism attractions and identifying opportunities for improved airline access. UNWTO, UNDP and the Government are currently in discussions on this next phase.

Country: India

Project Title: Implementation of the Tourism Development Master Plan for Punjab

Duration: March 2009 – December 2012

Objectives: In 2008, at the request of the Government of Punjab, India, UNWTO formulated a Tourism Development Master Plan for the State for the period 2008-2023. The Master Plan recognized the potential of Punjab to become a competitive tourist destination based on its rich cultural, religious and natural heritage. After the successful completion of the Master Plan, it was felt that further technical assistance was indeed required from UNWTO to ensure that tourism development and promotion was put on the right track and that capacities of the highest quality were developed for overseeing and managing sustainable tourism development.

The project was extended in two phases to include the implementation of the Master Plan's recommendations in a time-bound manner in accordance with an Action Plan.

Results achieved at 07/06/2013:

- . Rural tourism development guidelines and rural tourism development strategy finalized in consultation with major stakeholders and the Punjab Heritage and Tourism Promotion Board (PHTPB). The guidelines and the strategy will serve as the foundation for the development and promotion of rural tourism in the State. Once the State Government is able to obtain funding from the Central Government for one model cluster, the action plan included in the strategy would be implemented and replicated at other locations.
- . Tourism awareness programmes were organized in selected schools and colleges in four major districts of the State. These included train-the-trainers programmes. All training materials were produced in English and translated into Gurumukhi (local Punjab language).
- . Advanced technical assistance was provided to the Research and Statistics Unit of the PHTPB through revised operating and application procedures with focus on structured compilation and analysis of tourism statistics. Workshops in this regard were conducted at four different locations in the State.
- . Marketing and promotion activities commenced with the finalization of a work plan for the PHTPB's participation in major trade fairs and exhibitions, organization of road shows, marketing and PR kit and other related activities.

New developments for 2013: The second implementation phase will continue up to June 2013 and it is likely to be extended further. Activities would include finalization of a marketing action plan with annual budgets, participation in at least one major trade fair, organization of a FAMTOUR, production of a Marketing and Sales Manual, and production of a PR Tool Kit. Under capacity building, six guide training programmes will be organized at different locations in the State while the daily operation and management of the PHTPB's Research and Statistics Unit would be further refined (institutional strengthening). In case of project extension, the activities would focus on marketing, and rural tourism.

Country: Mali

Project title: Ecotourism Development Featuring Elephants in the Region of Gourma

Duration: June 2011 – March 2012

Objectives: Gourma is located between the river Niger, Mopti, Gao and Timbuktu and is endowed with some of the most beautiful landscapes of Mali, as well as with picturesque Dogon and Peulh villages, with rich fauna and avifauna and a population of over 400 elephants, which is the most northern population of pachyderms in Africa.

The project aims develop an Ecotourism Plan that will provide guidance to the National Tourism Office (OMATHO) to position Gourma as an ecotourism destination within Mali's main tourism circuit by enhancing and diversifying the existing offer while contributing to the conservation of the last population of elephants in Mali.

Results achieved at 07/06/2013: After a series of field visits to the region and a wide range of stakeholder consultations, a feasibility study and a socio-economic and environmental impact assessment were formulated by a team of national consultants. Subsequently, an Ecotourism Plan was completed and validated during a multistakeholder workshop. The Plan includes the following components: 1) conservation of natural heritage; 2) training and organization of tourism stakeholders; 3) product development and quality standards; and 4) marketing.

New developments for 2013: The project is complete in all respects and no further activities are planned for 2013.

Country: Morocco

Project title: Establishment of a New System of Tourism Hotel Classification

Duration: June 2013 – December 2018

Objectives: In March 2013, UNWTO and UNDP Morocco signed an agreement to support the Moroccan Ministry of Tourism in the establishment of a new system of tourism hotel classification. The project aims to consolidate a standing level of competitiveness for the Moroccan hotels which will enable them operating on an international competition level and to develop a real culture of quality within tourism hotels. The review of the classification system is to:

- improve the quality of tourist accommodation establishments;
- facilitate the classification of tourist accommodation in terms of quality, safety, health and sustainable development;
- adapt the classification system to the evolution and diversification of the tourist demand;
- develop a Guarantee involving regulatory standards and quality frameworks, and implement a quality strategy in Morocco as a destination offering a sustainable competitive advantage.

The general objective is to contribute to the economic and social development of Morocco.

Results achieved at 07/06/2013:

- The first phase is scheduled to commence in mid-June with the review and updating of the existing hotel classification system and other legislation relating to hotel classification, quality or standards.

New developments in 2013: The revised classification criteria will be submitted to the Government of Morocco in July for their review and comments and then circulated to stakeholders. The revised criteria are scheduled to be presented to stakeholders in a national workshop scheduled for August 2013. In September, an extensive training programme will be launched for Ministry Inspectors to familiarize them with the revised criteria.

Country: Nicaragua

MDG Project title: Cultural Recovery and Creative Productive Development on the Caribbean Coast of Nicaragua.

Duration: March 2009 – June 2013

Objectives: Contribute to reduce equality gaps in the human, social and economic development of indigenous people and afro-descendants in the Caribbean Coast, through cultural rescue, productive development and the deepening in the knowledge about their material and immaterial heritage.

The project contains two complementary thematic cores: (a) cultural rescue and productive development that will promote heritage, cultural and natural diversity and productivity in cultural, creative and touristic industries in the Autonomic Regions of the Caribbean Coast, as a means to improve socio-economic development and employment creation; (b) Research, statistics and public policy.

Support cultural policies and their regionalization through research, systematization and dissemination of studies, statistics and socio-economic indicators and of cultural expressions in the Autonomic Regions of the Caribbean Coast.

Results achieved in 2012:

- . Local tour operators' equipment grants were approved.
- . Tourism infrastructures in 2 local communities along tourism routes were built.
- . One historically and culturally relevant public building restoration was completed.
- . The Marketing Plan was implemented during 2012.
Local Governments' Cultural Tourism Plans were completed by December 2012.

New developments in 2013:

- Project is expected to close in June 2013 due to time extension amendment approved by MDG-F Secretariat.
- Three additional cultural products sales and promotion venues to be built by May 2013.
- UNWTO will continue coordinating, as leading agency, the implementation and closure of this UN System Joint Program with national and regional governments by June 2013.

Country: Nicaragua

MDG Project title: National Development Capacities for Improving Employment and Self-Employment Opportunities for Young People.

Duration: June 2009 – March 2013

Objectives: The project seeks to act in support of efforts already being made at national level towards improving the access of young people to decent employment, especially those living in socially vulnerable conditions in urban and rural areas of Nicaragua, and thereby helping to counteract the negative effects of the migration trend.

Activities will be put in place to assist their labour and social integration, which will be systematically analysed in order to build comprehensive intervention models that will be sustainable at local level.

Institutional capacities will be strengthened in order to place youth employment and migration firmly on the national agenda. The programme will also be closely linked to ongoing national and local initiatives that are already being supported by cooperation agencies, national government and municipal authority agencies. Young people themselves will play a proactive role in the programme as a whole, in their capacity as social entities with rights of their own.

Results achieved in 2012:

- . 196 youths (66% women and 34% men) have completed basic business management training during 2012.
- . UNWTO and national authorities completed technical assistance process to 50 young entrepreneurs and formulated tourism and hospitality related business plans to access credit from the revolving seed fund with the support of UNIDO and ILO.
- . 50 tourism and hospitality micro businesses got access to the programme's credit and revolving seed fund for an amount of US\$ 210,500 by the end of 2012.
- . UNWTO supported the design and implementation of the value chain strategy in local communities, creating linkages between young entrepreneurs' tourism initiatives and goods and services local production.

New developments in 2013:

- . UNWTO and national authorities completed technical assistance to young entrepreneurs' micro businesses to develop local networks and improved collaboration at a local destination scale.
- . Project has been completed in 30 March 2013

Country: Oman

Project Title: Tourism Manpower Needs Analysis and Medium-term Human Resources Development Action Plan

Duration: December 2009 - May 2012

Objectives: With the tourism sector undergoing a structural expansion in Oman, one of the principal challenges is the significant increase in demand for tourism labour over the coming years. It is foreseen that the planned development of tourism infrastructure over the next ten years will put increased pressure on the tourism labour market in both traditional hospitality related positions and new services as the country's tourism offer further matures and diversifies. In this context the purpose of the study was to identify suitable strategies and actions to strengthen the future supply of human resources for the sector -in line with the Government's Omanisation Policy- in collaboration with the Government, private sector actors and higher education and training institutions.

The project's principal objectives centred on undertaking an evaluation of the current state of human resources in Oman through quantitative and qualitative research; to identify the key challenges to be addressed in the medium term; and to offer strategic recommendations on developing a highly skilled workforce in the tourism sector of Oman through meeting future labour demand and the greater provision of education and training programmes.

Results achieved at 07/06/2013:

- . A Tourism Manpower Needs Analysis was formulated which detailed the outcomes and results of six industry surveys and national consultations that were conducted during the project. Future quantitative projections in job creation were also made based on planned new developments. Other key themes that emerged included current skills availability and

shortages, recruitment policies and practices, education and training provision, public image and perception of tourism within Omani society and career development opportunities.

- A Human Resources Development Action Plan was formulated based on the main results of the Tourism Manpower Needs Analysis. The Action Plan provides a strategic framework with targeted policies and actions towards meeting future labour demand, closing skills gaps and enhancing service quality, widening training provision, improving institutional coordination and increasing job opportunities for Omanis.
- Following a detailed consultation process with the Ministry of Tourism of Oman on the report's outcomes and findings, the Final Report was approved and presented at a national workshop in Muscat in May 2012 which was attended by government officials, private sector representatives and academics.

New developments for 2013: The project is complete in all respects and no further activities are planned for 2013.

Country: Panama

MDG Project title: Entrepreneurial Opportunities Network for Poor Families

Duration: January 2010 – December 2012

Objectives: Reduce poverty levels, especially in rural and indigenous zones, supporting the poor population to initiate new sustainable micro-ventures with emphasis in the touristic and agricultural sectors. Based on the principle of human development with distributive equality, the project is managed to cover the gap existing between the governmental programme of monetary transfers conditioned by the Opportunities Network and the programme Impulse Panama oriented to consolidate the middle size enterprises already existing. The proposed joint programme, Entrepreneurial Opportunities Network for Poor Families, with intercultural focus includes: (1) adequate public policies, (2) access to productive resources, (3) costs and risks reduction, (4) greatest productivity and better work conditions, including integration to clusters of greater range and access to goods and services.

Results achieved in 2012:

- UNWTO supported the development of local tourism destination organizations with local municipalities and private tourism SMEs at provinces and communities level.
- UNWTO completed technical assistance to design and implement the programme's tourism strategy at local level. 187 people (33% men and 67% women) have participated in the basic tourism training program.
- UNWTO completed the formulation of the Rural Tourism Master Plan in coordination with the National Tourism Authority of Panama in a consultative process with the private sector and local beneficiaries.
- UNWTO has supported local tourism business management and gender approach training process, focused on local beneficiaries in coordination with UNDP.

New developments in 2013:

- UNWTO will continue to implement local tourist guides training, development of tourism small infrastructures in 4 communities along the routes, marketing activities and technical assistant to support local processes of development of micro-ventures in the rural tourism value chain.
- Project is expected to close in June 2013 due to time extension amendment approved by MDG-F Secretariat

Country: Peru

MDG Project title: Joint Program (JP): Inclusive Creative industries (CI), a tool for alleviating poverty in Peru.

Duration: December 2009 – June 2013

Objectives: The PC considered central the theme about development and sustainability of Creative Industries in Peru, creating a favourable policy and institutional framework for the development of Inclusive Business in Creative Industries and strengthening public-private structures in each region, with private entrepreneurs and strategic partners, achieving the inclusion of vulnerable groups into a formal system in order to articulate the different markets; regional, domestic and export segment in a sustainable way. For that, the JP uses the experiences of six agencies participating in this program; ILO, UNWTO, UNIDO, UNDP, UNESCO, FAO and proposes to implement three components, which products and activities will achieve the direct effects of stimulation of the economy in the intervention regions, creating decent work and improved the quality of life of vulnerable groups and their families with better income generation.

Results achieved at 28/02/2013:

Support in Rural Community Tourism:

. It has been developed and validated methodology in training and technical assistance in RCT in order to strengthen local business units laying the groundwork to generate a competitive business development. This methodology allows to generate a strategic alliance with local universities in Cusco and Puno (areas with more potential for tourism), which allows for the participation of student volunteers from the last two cycles of racing administration, tourism, economics and accounting, who technically have been trained to assist the process of business management assistance to tourism business units. Technically they have been formed in the Cusco: 22 male students and 47 female students. In Puno: 30 male students and 58 female students. On the other hand it has provided specialized assistance during 4 months in Cusco: 9 men and 21 women and Puno: 13 men and 17 women.

Technical assistance in coordination with the ILO:

- The ILO has developed specific modules of Training of Trainers on RCT and Gastronomy therefore be implemented in a coordinated manner the 04 modules of training and technical assistance in RCT, with a total of 48 hours in the regions of Puno and Cusco. They have trained and technically assisted 54 women and 6 men.

Technical assistance in gastronomy:

- It has been developed the methodology "continuous improvement in food services." This methodology has been applied and validated in the four regions of the field of PC: Cusco, Puno, Ayacucho and Lambayeque. Due to high demand of the right holders of the PC, there have been two rounds of training and technical assistance in gastronomy. It has been assisted in the four regions: 58 women and 9 men.

- Certification by labour skills: have trained 70 cooks in the regions of Cusco, Puno, Ayacucho and Lambayeque. This certification will validate years of experience in this area, allowing the possibility to work in any restaurant in our country.
- Implementation of improved stoves
- In the region of Ayacucho, Quinoa District; 53 improved stoves have been implemented at Cocharcas Virgin market. This implementation has helped improve the health of this group of women and improve care for visitors to the district.
- Adequacy of craft workshops for tourism
- In the region of Ayacucho, Quinoa District; 10 craft workshops have been implemented for tourism. It is important to know that this activity is being worked in coordination with UNIDO.

Further developments for 2013: The project is expected to be completed in June 2013

Country: Romania

Project Title: Integrated Urban Development for the Rehabilitation and Modernization of Borseac, Baile Herculane and Sulina and formulation of a Tourism Law for Romania

Duration: December 2011 - December 2012

Objectives: With a view to provide technical assistance to the Government of Romania in the design and implementation of projects that respond to the objectives of the National Strategic Plan, UNWTO, in collaboration with the United Nations Development Programme (UNDP), implemented a project for the rehabilitation and modernization of three cities in Romania which have varying tourism resources which cater to different source markets. The objective of this project was to strengthen the decentralization process as regards to tourism development, engaging local communities in a participatory manner to be part of the tourism development process, and, to formulate tourism development strategies and pilot projects to develop tourism as a means to stimulate economic growth in these cities.

As project activities progressed, it was noted that there were issues which could only be addressed through the formulation of a Tourism Law for Romania. The Government of Romania was already engaging in this exercise and, as a result, UNWTO and UNDP extended the activities of the project in order to provide further technical assistance to the Government in the drafting of a tourism law and aligning it with international and EU best practices.

Results achieved at 07/06/2013:

- A tourism development strategy for each city including integrated urban development plans aimed at revamping the economies of each city through tourism. Each plan outlined specific actions, roles and responsibilities for central, regional and local public bodies and for non-public entities. The plans were wide-ranging, including buildings and infrastructure regeneration and development, management, community and social structures to provide for tourism development and tourism product diversification with benefits accruing to the wider population and, particularly, the younger population.
- A draft Tourism Law which provides a sound legal framework to support the sustainable development and promotion of the tourism industry while guaranteeing and safeguarding both the rights and responsibilities of the tourism service providers as well as the rights of the tourist.

New developments for 2013: The project is complete in all respects and no further activities are planned for 2013.

Country: Saudi Arabia

Project Title: Study of the Role of Tourism in Economic Development of Local Communities

Duration: December 2012 – April 2013

Objectives: Tourism sector development is receiving growing attention in the Kingdom of Saudi Arabia as policymakers are increasingly aware of the sector's capacity to bring economic, social and cultural benefits to local communities, particularly through job creation and business opportunities. Job creation and the reduction of unemployment for Saudi nationals constitute one of the strategic pillars of the National Tourism Development Strategy. At the request of the Saudi Commission of Tourism and Antiquities, UNWTO will prepare a study on the role of tourism in the economic development of local communities in the Kingdom of Saudi Arabia through the creation of jobs and business opportunities, improved living conditions, increased investment and other related social benefits.

Results achieved at 07/06/2013:

- Identification of three case study locations: Al-Taif, Al-Khobar and Al-Ula. The areas represent a variety of urban and rural destinations in various stages of tourism development and which appeal to different kinds of tourism markets.
- . Design of four different surveys to obtain data on the current scope of tourism in the pilot locations. The surveys focus on Tourism Firms (directed to Managers to obtain feedback on the type of employment offered); Tourism Sector Employees; and Marketing and Promotion Officials.
- . Based on the field visits, consultations, desk research, and survey responses, UNWTO prepared a study to assess the role and contribution of the tourism sector to the development of local communities, particularly in the area of job creation, and, put forward a series of practical tools and actionable policy recommendations to maximize the socio-economic benefits of tourism.
- . ILO has also partnered in this study through reviewing and endorsing recommendations within its Decent Work Agenda.

New developments for 2013: The draft report is scheduled to be submitted to the SCTA in June 2013 for their review and approval.

Country: Senegal

MDG Project title: Promoting Initiatives and Cultural Industries in Senegal – MDG-F

Duration: 2008 - 2012

Objectives: within the framework of the UN Millennium Development Goals, the objectives of the project are as follows:

- . Improving national productivity capacity in terms of competitiveness, quality products added value, creation of qualified jobs and investments.
- . Increasing revenues of poor and vulnerable groups in the field of culture and development.
- . Improving quality of life of vulnerable groups, and the sustainability of their revenues through environmental protection actions, and development of natural resources.
- . Institutional capacity building in the field of culture and development, with emphasis on human rights and gender equity.
- . Improving local communities and organizations capacity and resources to participate efficiently in the decentralization process and management of local development.

Results achieved in 2012: Due to several technical obstacles, the MDG-F Secretariat in New-York authorized the extension of the project until 31 December 2012; giving time to the Institutions involved achieving their objectives. During the year 2012, the UNWTO and the Ministry of Tourism of Senegal has pursued their collaboration and achieved the remaining activities:

- . Formulation of bankable projects in the tourism sector
- . Feasibility study on local supply chain for the benefit of tourism industries in the two regions
- . Creation and updating of a Web site for the medium and small size tourism camps

New developments for 2013: The project is complete in all respects and no further activities are planned for 2013.

Country: Serbia

MDG Project title: Sustainable Tourism for Rural Development in Serbia

Duration: January 2010 – December 2012

Objectives: Within the framework of the UN Millennium Development Goal Fund (MDG-F), this project contributes toward eight targets under three Millennium Development Goals; addresses three relevant Government strategies; and creates synergies with a number of Government and donor funded initiatives. It contributes specifically to “Sustainable development plans that effectively respond to the needs of people, communities and the private sector, and promote rural development and environmental protection.” The project has two key objectives: development of a legal and policy framework for supporting diversification of rural economy through tourism, and, the creation of better linkages and organization of local rural tourism and support industries, as well as improvement of local stakeholders’ capacity for developing services and products in line with national strategies.

Results achieved at 07/06/2013:

- . A Rural Tourism Master Plan was formulated (and approved in April 2011) in a very consultative process, including the Serbian Government, other national stakeholders, as well as other agencies’ inputs (UNDP, UNICEF, FAO, UNEP).
- . More than ten stakeholder workshops (three of them on a national level) were conducted to (1) receive feedback and recommendations from the local stakeholders on the Master Plan and to (2) disseminate the final document.
- . A Grants Scheme was developed for rural tourism development projects. This included defining the process, the call for grants, capacity building sessions for local stakeholders on the grants application process, and criteria for evaluation. UNWTO approved 37 grants. National ownership is being created by collaborating with TOS to manage the granted projects.
- . A concept note of rural tourism governance. As a result, the Ministry of Finance and Economy created a Rural Tourism Unit to supervise the implementation of the Rural Tourism Master Plan in Serbia.
- . Intensive training and manuals on Project Formulation to assist rural tourism stakeholders on how to prepare project proposals to seek funding from donors, particularly the EU; Marketing and Promotion of rural tourism including recommendations on e-marketing, development of websites, public-private partnership and the development of rural tourism clusters to strengthen marketing activities; and, guidelines for the establishment of a voluntary upgrading of quality services for rural tourism accommodation providers.
- . Workshops are conducted for the public and private sector in the following areas: product development, strategies and management techniques for rural tourism, marketing and promotion of destinations, and quality standards for rural tourism providers.
- . The activity of institutional strengthening will continue.

New developments for 2013: The project is complete in all respects and no new activities are planned for 2013.

Country: Togo

Project title: Tourism Master Plan

Duration: 2013-2018

Objectives: Tourism development activities are part of the Togolese Government priorities. In this regard, UNWTO and the Government have signed in March 2013 a working agreement for the implementation of the Tourism Master Plan which aims to define a Tourism policy and an action plan to be implemented in the framework of the relaunch of the tourism development in Togo. The Master Plan will be jointly elaborated by international Consultants and Officials from the Togolese Tourism Administration, under the supervision of UNWTO, in its capacity as UN executing agency together with the Government of Togo. The elaboration of the Master Plan will be in two phases. During the first phase, a diagnostic of the current situation of the tourism sector and the provisional strategic orientations will be done. The second phase will be dedicated to the preparation of a long term strategy and the programme of actions to be implemented within 5 years.

Country: Turkey

MDG Project title: Alliances for Culture Tourism in Eastern Anatolia

Objectives: The project contributes toward the realization of the first Millennium Development Goal by addressing Turkey’s regional development disparities and taking into account the existing national tourism strategies. It aims at the enhancement of

cultural tourism in Kars province and thereby contributing to community cohesion, employment creation and the reduction of socio-economic differences. National ownership is ensured by including strategic documents into the overall national development policies of Turkey. The project focuses on three key outcomes: (1) creation and implementation of a model for strategic direction, prioritization and safeguarding of tangible and intangible cultural heritage and cultural tourism delivery in Kars, (2) enhancement of community and enterprise capacities in Kars for income generation job creation in the culture based tourism sector, and (3) improvement of capacities of local authorities and civil society.

Results achieved at 07/06/2013:

- . The Tourism Master Plan was formulated in cooperation with the Ministry of Culture and Tourism, partnering UN agencies, and local stakeholders from Kars (approved in December 2010).
- . A training needs assessment was carried out with the objective to establish a baseline assessment of capacity building needs for training programmes in Kars. Consequently, capacity building activities were designed, including: training on promotion and information delivery and study tour to Spain in December 2009 (32 local stakeholders); participation in UNWTO's Practicum for four public and private sector representatives in June 2010; tourism awareness-raising training (51 participants) and hotel operations training (24 participants) in December 2010; training in English language (62 participants) from February to April 2011; and business advisory services for SMEs (about 50 beneficiaries) in May 2011.
- . An assessment of the institutional capacity to develop and manage tourism in Kars was carried out and the possible structure of a Tourism Governance Organization (TGO) elaborated.
- . Marketing and promotion activities included: the formulation of a marketing strategy with a detailed 3-year Action Plan; the development of a logo and slogan for Kars; the development of promotional brochures for Kars; promotional support in participation at EMITT, ITB, and Kars Tourism Week in 2011; the organization of a familiarization tour in July 2011 (15 participants including 5 international tour operators and national public and private sector representatives); and the formulation of a report with detailed research on tourism website development for Kars and draft ToR for a potential designer.

New developments in 2013: The project was completed in all respects in December 2011 and no new activities are planned.

Country: Uganda

Project Title: Improving Policies and Regulations to Support the Development of Markets in Tourism

Duration: September 2012 – July 2013

Objectives: The Government of Uganda, in its National Development Plan 2010-2014, has identified tourism as a priority sector to promote socio-economic development in the country, foster the creation of sustainable livelihoods, and generate greater dividends in foreign exchange earnings while contributing towards the protection of Uganda's valuable and diverse cultural and natural heritage. As a result of this Plan, the Ministry of Tourism, Wildlife and Antiquities was also created in 2011 to oversee tourism policy, planning, development and management in the country. UNWTO, in collaboration with the United Nations Development Programme (UNDP), is implementing a project which provides policy and strategic guidance for tourism development in the country through the formulation of a Tourism Policy and a Tourism Development Master Plan.

Results achieved at 07/06/2013: A draft Tourism Policy which provides a detailed overview of the tourism sector in Uganda; clearly defines the Government's development objectives through tourism; provides a vision for tourism in Uganda in 2024; and, provides policy guidance on how to achieve the vision and national development objectives through tourism in the disciplines of tourism management and regulation, tourism planning, product development and diversification, tourism infrastructure, protection and preservation of the natural and cultural heritages, tourism markets and marketing, tourism skills and training, and, financing of tourism activities.

New developments for 2013: Activities related to the second phase of the project – formulation of the Tourism Development Master Plan – are scheduled to commence in June 2013. This will include a National Conference for the ratification of the draft Tourism Policy – scheduled for 19 June 2013.

Country: Ukraine

Project Title: Development of a System of Tourism Statistics and Regional Tourism Satellite Account in the Autonomous Republic of Crimea

Duration: October - December 2012

Objectives: In 2011, UNWTO, in collaboration with UNDP, delivered technical assistance to the Autonomous Republic of Crimea (ARC) of Ukraine to conduct an analysis of the current System of Tourism Statistics (STS) in the ARC. The mission assessed the existing systems, structure and practices of tourism data collection and statistical development and the feasibility of implementing a Tourism Satellite Account (TSA) in Crimea. A second mission was conducted in 2012 to provide additional technical assistance to the State and Regional tourism authorities in Crimea and the Ukraine with the objective of formulating a concept note on the implementation of a pilot project on strengthening the STS in Crimea.

Results achieved at 07/06/2013:

The mission was conducted both in Kiev and Simferopol – the idea being to assess to update the progress achieved in the development of STS in Crimea from the previous year as well as to hold discussions with authorities in Ukraine including the EU delegation which is currently implementing a large project on tourism development which includes a component on tourism statistics to see how to link the Crimea statistics' activities as possible pilot projects within the statistics component. A detailed report was submitted which recommended several actions to be taken over the coming year, namely in form of visitor sample surveys and sample surveys of non-formal accommodation, to address the most important data gaps in the current STS of Crimea.

New developments for 2013: The project is completed in all respects and no future activities are foreseen for 2013.

Regional Project: West African Economic and Monetary Union (UEMOA) Countries
Project title: Determination of needs in Tourism and Hotel training

Objectives: Following the agreement signed in June 2011 between UNWTO and UEMOA, a mission has been conducted in 2012 to prepare a project proposal and report to assess the quantitative and qualitative needs in hospitality and tourism education towards 2020 in the eight Member States of the UEMOA (Benin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinea-Bissau, Mali, Niger, Senegal and Togo).

The project proposal includes the elaboration of the following six actions: i) Implementation of training and education in tourism and hospitality industry; ii) Creation of an observatory on tourism occupations and elaboration of system of reference in tourism occupation and competences; iii) Implementation of a certification system for tourism training quality label; iv) Assistance in the implementation of Degree, Master and Doctorate; v) Creation of regional centres of Excellence one of them dedicated to training the trainers; vi) Implementation of virtual platform for e-learning and elaboration of learning tools for UEMOA area. The participants from the eight countries approved and endorsed the project proposal and six actions of the action plan, in the occasion of the validation meeting which took place in Togo in March 2013.

Regional Project, countries: Angola, Botswana, Democratic Republic of the Congo, Lesotho, Madagascar, Malawi, Mauritius, Mozambique, Namibia, South Africa, Swaziland, United Republic of Tanzania, Zambia and Zimbabwe

Project title: National Statistical Capacity-Building Programme to RETOSA Member States
Duration: October 2010 – December 2012

Objectives: With the purpose of providing technical assistance to the Member States of the Regional Tourism Organization of Southern Africa (RETOSA) in the strengthening of the systems of collection and analysis of tourism statistics, UNWTO and RETOSA have embarked upon a project to implement the UNWTO National Statistical Capacity-Building Programme (NSCBP) to all RETOSA Member States.

UNWTO has developed the NSCBP to provide its support and expertise to Member States that wish to improve their national System of Tourism Statistics and Information with the perspective of developing a TSA. The NSCBP consists of two phases: firstly, an Evaluation Mission – which conducts a thorough evaluation on the country's system of tourism statistics and makes recommendations on what improvements need to be made; and, secondly, a long-term project in which UNWTO provides its technical assistance to the Government in implementing the recommendations made by the Evaluation Mission.

Following the completion of the project's first phase in 2010-11 which focused on undertaking an evaluation of the Systems of Tourism Statistics (STS) in each country, UNWTO has been implementing the project's second phase in close collaboration with RETOSA and its regional members. The principal objective of the second phase is to further strengthen knowledge of the TSA and tourism statistics through the delivery of regional training workshops, building on the outcomes and results of the evaluations carried out during the first phase, which identified the main statistical challenges and priorities of individual countries and as a region. The training activities are therefore designed to be aligned to the needs of RETOSA members through transfer of knowledge and best practices, simulation of model TSAs and tackling common constraints faced by tourism authorities.

Results achieved at 07/06/2013:

- . A Second Workshop was organized in Masvingo, Zimbabwe in May 2012. The Workshop gave an introduction to the TSA and presented its fundamental components for NTA/NTO officials, government statisticians and economists. A total of 50 participants from 12 countries attended the workshop.
- . UNWTO and RETOSA jointly organized a Third Workshop in Ezulwini Valley, Swaziland in September 2012 for RETOSA members. The Third Workshop, which was aimed at statisticians and economists with responsibility for the collection and analysis of national tourism data, focused on the processes required for developing TSA Tables 1-10. The Workshop provided an opportunity for country teams to prepare their respective tables under guidance and share practices with other RETOSA members. The Workshop was again widely attended by 40 participants from RETOSA member states.
- . A Fourth Workshop in this series was organized in March 2013 in Dar Es Salaam, Tanzania. The theme of the workshop was the measurement of tourism supply and the reconciliation of demand and supply. Its aim was to deliver training to officials from government agencies engaged on key technical areas of developing the capacity of the system of tourism statistics and TSA. In line with the Third Workshop, the event was intended to statistics specialists, tourism economists, researchers and senior policy officers from Southern Africa with the objective of improving key skills and knowledge required for developing this component of the TSA.

New developments for 2013: Two more workshops are envisaged to be conducted during the rest of the year.

Regional Project, countries: Cameroon, the Gambia, Ghana, Kenya, Mozambique, Nigeria, Senegal, Seychelles and Tanzania

Project title: Collaborative Actions for Sustainable Tourism in Coastal Areas in Africa (COAST)
Duration: July 2009 – July 2014

Objective: The COAST Project aims to demonstrate and support adoption of best practice approaches for sustainable tourism that reduces the degradation of marine and coastal environments of trans-boundary significance. This is through supporting and enhancing the conservation of globally significant coastal and marine ecosystems and associated biodiversity in Sub-Saharan Africa, through the reduction of the negative environmental impacts which they receive as a result of coastal tourism.

UNWTO is collaborating with the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) in the implementation of the COAST Project in Africa, which is funded with a contribution from the Global Environment Facility (GEF). The project focuses on three thematic areas, Environmental Management Systems, Eco-tourism and Reef & Marine Recreation Management, as well as a cross cutting component on Sustainable Tourism Governance. UNWTO is responsible for the implementation of the Eco-tourism thematic area and the Sustainable Tourism Governance Component.

Results achieved at 07/06/2013:

- For the Sustainable Tourism Governance component, UNWTO undertook studies on sustainable tourism governance and management in each of the beneficiary countries, resulting in detailed country reports, which were used to prepare a general report on mechanisms for sustainable tourism governance and management in coastal areas in Africa. Based on the findings and recommendations from the country reports, UNWTO assists the countries to prepare detailed action plans on sustainable tourism governance in coastal areas. In May 2013, a regional capacity building seminars on sustainable tourism governance was organized in Nairobi for project stakeholders from Kenya, Mozambique, Seychelles and Tanzania.
- For the Ecotourism thematic area, UNWTO organized three regional training seminars, making use of the manual and other training materials of the ST-EP Initiative. Based on the seminars, the COAST project teams in each country undertook rapid tourism value chain analysis in the project demonstration sites, and with guidance from UNWTO, the teams in Cameroon, the Gambia, Ghana, Kenya, Nigeria, and Tanzania developed eco-tourism projects in their demonstration sites, which are in advanced stages of implementation. Within the framework of the eco-tourism project in the Gambia, UNWTO organized a training seminar on “turning tourism professionals into champions for biodiversity conservation and environmental protection” in April 2013. Possibilities are being explored to replicate this seminar in other beneficiary countries of the COAST project.

New developments for 2013: Based on the positive outcome of the sustainable tourism governance seminar in 2013, UNWTO and UNIDO will organize similar regional seminars for the English speaking (Gambia, Ghana, and Nigeria) and French speaking (Cameroon and Senegal) COAST countries in West Africa in Ghana in October 2013 and Senegal in November 2013 respectively. The study on “Mechanisms for sustainable tourism governance and management in coastal areas in Africa” is expected to be published in the second semester of 2013.

Annex II. ST-EP Projects Portfolio

AFRICA			
Country	Project Title	Current Status and Main Results	Main Contributions
Burkina Faso	Sustainable Development of Tourism in the District of Tambaga, Province of Tapoa (Park W)	Awareness raising activities and tourism training have been carried out in the districts of Tambaga and Logobou. A tourist accommodation is operational in the town of Yobri which includes a handicrafts centre. Excursions to the Gobnagou cliffs and surrounding areas are offered by the local guides association “Biala”. Promotional activities with Mowgli tour operator have been carried out.	Italian Cooperation
Benin/Burkina Faso/ Niger	Development of Birdwatching Tourism at Regional Park W	This project is complementary to the rest of activities in Park W which were funded by the Italian Cooperation in the previous years. It provided bird watching training to guides from the three countries, and subsequently grants have been provided to the countries for the construction of bird watching platforms and environmental awareness raising activities for communities living in the buffer zone of the park	RAMSAR Swiss Fund for Africa
Burundi	Enhancing Participation of Youth and Women in the Tourism Sector	The project will collaborate with selected hotels in Bujumbura and along the lake shores to identify staff members (youth and women) with low-paid jobs who have the potential to grow into better paid positions in the hotel after receiving further training. In collaboration with local training institutes, a tailor made training course will be provided to the selected staff members of the participating hotels. The project will further work with selected young and female entrepreneurs to support them through training, business advice and small subsidies to enhance existing tourism SMEs (mainly restaurants and small accommodations). The project will especially focus on supporting tourism SMEs that can help generate additional local employment for youth and women	ST-EP Foundation
Cameroon	Ecotourism Development at Kribi	A value chain analysis has been developed and training will be provided to local guides and tourism SMEs. Collaborative mechanisms among the local and national administration, the private sector and community are being fostered with a view to enabling effective destination management and the environmental management of tourist attractions. A training workshop on Environmental Management System has been organized for ecotourism groups and industries hotels in the Kribi area. The training event aimed at educating environmental managers about practical techniques to implement an Environmental Management System in their facilities (waste management, energy consumption). A conference on Green Tourism has been organized in Kribi, during which the eco-tourism products that are being developed in the destination were presented at an exhibition stand. A first handbook on customer care has been	ST-EP Foundation UNIDO COAST

		produced, which will serve as a basis in upcoming trainings of local guides.	
Ethiopia	Chencha-Dorze Tourism and Handicrafts Development	In consultation with hotels, training was provided on quality services, handicrafts and guiding which has resulted in employment for 18 community members at hotels and the establishment of a cooperative of artisans. A handicraft sales centre has been completed. The District Tourism Office received destination management training and is promoting the integration of Chencha-Dorze in the Southern Circuit.	SNV (Netherlands Development Organisation) ST-EP Foundation
Ghana	Savannaland Destination Tourism Programme	Excursions and facilities have been developed in Mole, Sonyo, Kulmasa, Larabanga and Tamale and are being run by trained members of the community. The project has fostered public private partnerships, especially through establishing tourism committees and a destination management team which takes the lead in carrying out marketing activities. www.savannatourism.com	SNV ST-EP Foundation
Kenya	Enhanced Market Access for Community-based Tourism Products	Tourism SMEs from the South and North Rift and Northern Kenya have benefitted from matching grants and received training and mentoring on customer service and business management which helped enhance their products. The following activities have been carried out: competitiveness of the guiding product by facilitating a guiding accreditation qualification for guides/scouts; competitiveness of the Taita and Maasai Mara by adapting innovative marketing strategies; market access for the community tourism product; institutional framework for governance and benefit sharing for the Maasai Mara Conservancies and the Taita Taveta tourism operation; capacity of the leadership and community members to engage in conservation efforts.	SNV ST-EP Foundation
	Enhancement of Local Employment in Amboseli Tourism Destination through Vocational Tourism Training	In partnership with the abovementioned project, a feasibility study to provide vocational training to local people from Amboseli was carried out and training was provided at Moi University to 30 local youth from the Amboseli area.	IUCN-NL (Netherlands Committee of the International Union for the Conservation of Nature) ST-EP Foundation
	Kenya Coast Beach Management and Local Livelihoods	The project aims to agree on localized beach management action plans in order to improve the livelihoods of local beach operators and their families, and to reduce the harassment of tourists along Kenya's beaches. Two multi-stakeholder workshops have been organized in the project areas, based on which detailed project activities have been defined. Based on several consultative meetings with the various groups of beach operators and the hotel managers, a training programme for beach operators has been prepared, and the possibilities for beach operators to start their own companies and establish business linkages with tourism resorts are explored	Travel Foundation ST-EP Foundation
Lesotho	Kome Rural Homestays project	The project focuses on community mobilization and awareness raising for participation in tourism. A cultural heritage route is going to be developed and promoted including the diversification of local crafts and improved production and sales of organic vegetable and fruits.	ST-EP Foundation
Mali	Supporting Women Entrepreneurs through the Development of Handicrafts and Agrobusiness in the Region of Mopti	An inventory of formal and informal women groups (artisans, farmers, small restaurants, accommodation providers) was carried out in Mopti, Sangha and Djenné. A value chain analysis identified the best opportunities to develop business linkages. Support to access small equipment and training on business management, quality products and services. A website for the Mopti's craftswomen has been developed, and a handicrafts shop in Djenne has been built.	AECID (Spanish Cooperation Agency)
Mozambique	Community-based Lodges Training Programme	Community members from the area of Limpopo National Park (Massingir) and Maputo Special Reserve (Matutuine) have participated in awareness raising meetings and received training on tourism services, conservation and income generating activities. Circuits including the community-based lodges of Covane, Madjadjane and Tinti Gala were developed and joint ventures with the private sector established.	ST-EP Foundation Flemish Government
	Human resource and SME	The project builds on the experience of the previous project in the region. Its main objective is to enhance the local	Flemish Government

	development for the tourism sector in Inhambane province	economic impact from tourism in Inhambane through human resource development and SME development in the tourism sector. Various courses on business skills and housekeeping techniques have been organized. Based on a mapping of existing tourism business, enterprises have been identified that can benefit from project support.	Government of Macau S.A.R.
	Initiatives Fund for Women Entrepreneurs of Mafalala	The project aims to reinforce the institutional capacity of the Municipality of Maputo to implement pilot projects that generate jobs in the area of tourism. Financial support and technical assistance is being provided to small enterprises run by women in the Mafalala historic neighbourhood of Maputo.	Banesto Foundation
	Voluntary Training and SME Development for the Tourism Sector in Maputo	The main objective of the project is to “ <i>enhance the local economic impact from tourism in Maputo through vocational training and SME development in the tourism sector</i> ”. The project intends to create tangible benefits from tourism for 200 local households through the following ST-EP mechanisms: 1. Employment in tourism enterprises 2. Supply of goods and services to tourism enterprises 3. Direct sales of goods and services to visitors 4. Establishment and running of tourism enterprises	Flemish Government
Namibia	Training and Support for the Establishment of Small Tourism-related Businesses especially for rural women	In collaboration with the private sector, the project has identified women employees in tourism and is sponsoring their participation to tourism courses in hospitality and culinary arts. In addition, 8 micro tourism projects managed by women are receiving financial and business development services in order to deliver goods and services to tourists and tourism enterprises. Micro projects are implemented at various sites, focusing on the construction of handicraft centres and guest rooms, and the preparation of marketing materials. Training on Hotel Management and Culinary arts is provided to 30 women.	AECID
	Initiatives Fund for Rural Women Entrepreneurs	The project is complementary to the project above. Financial support and technical assistance is being provided to small enterprises run by women in order to deliver goods and services to tourists and tourism enterprises. Trainings in book keeping, basic marketing, weaving, negotiation skills, and English language have been carried out.	Banesto Foundation
Rwanda	Congo-Nile Trails: Bringing tourism to one of Africa's poorest and most beautiful regions	An inventory of attractions and a value chain analysis were carried out to identify income generating opportunities of the hiking product in the mountains along the Eastern side of Lake Kivu that separates Congo and Nile river watersheds. Awareness raising for service providers and communities, and training on business planning has taken place. A marketing strategy has been prepared, which forms the basis to carry out marketing activities for the trail.	SNV ST-EP Foundation
United Republic of Tanzania	Cultural Tourism Enhancement and Diversification Programme	Guidelines for establishing and operating cultural tourism activities, and quality standards and a monitoring system have been developed. Training has been provided to existing and new Cultural Tourism Enterprises in the fields of tour guiding, business management and quality services. The Tanzanian Association of Cultural Tourism Organizers (TACTO) has been strengthened and is strategically managing the affairs of the current 41 Cultural Tourism Enterprises in the country. Exchange visits have been organized and marketing materials produced. www.tanzaniaculturaltourism.com	SNV ST-EP Foundation
	Initiatives Fund for Women Entrepreneurs of Pangani	The project builds on the experience of a previous project in Pangani. Financial support and technical assistance is being provided to small enterprises run by women in order to deliver goods and services to tourists and tourism enterprises. Several trainings have been carried out: business accounting, business management; poultry and incubator use, agricultural skills and green house management for various agricultural groups; textiles and handicrafts for handicraft producers.	Banesto Foundation
Zambia	Development of Cultural Centres for Promotion of Community-based Tourism	Cultural Centres are under construction in Mafungautsi and Mwandu villages and capacity building activities are about to commence. Based on an internal assessment, the Ministry has prepared a revised work plan, giving priority to the completion of the project activities in Mwandu, which is located near Livingstone.	ST-EP Foundation

AMERICAS			
Country	Project Title	Current Status and Main Results	Main Contributions
Bolivia	The Mysteryes of Titikaka	The project builds on the experience of a previous intervention in the area of Titikaka lake which enabled local communities to operate the one day tour "Misterios del Titikaka". The project aims to further strengthen the capacities of the communities of Pata Patani, Quehuaya and Tiraska to provide quality services to tourists and increase the length of stay of tourists. Equipment has been provided and promotional activities have been prepared to enhance the visibility of the product > www.misteriosdeltitikaka.com A famtrip has been also organized	Europamundo Foundation
Costa Rica	Market Access and New Technologies for Community-based tourism	The project includes the following activities: identification of technologies' needs for 7 local communities; purchase of computer equipment; technical assistance and capacity building for e-commerce; websites design; organization of famtour for tour operators.	Europamundo Foundation
Central America	Market Access for Rural Tourism SMEs	The project aims to contribute to the regional integration of rural tourism initiatives through joint marketing activities. A seminar on e-commerce for the members was carried out, and technical assistance to improve marketing tools and techniques as well as to develop e-commerce strategies and websites for the members of FEDECATUR and FACOT has been provided.	ST-EP Foundation

ASIA			
Country	Project Title	Current Status and Main Results	Main Contributions
Cambodia	Enhancing the Mekong Discovery Trail	The Mekong Discovery Trail is a new ecotourism destination in northeast Cambodia, with themed visitor routes emanating from major gateway towns. Phases I to III prepared Tourism Master Plan for the Province of Kratie, planned the trail and its products and elaborated promotional tools. Phase IV has built on the progress achieved in previous phases - to further support the development and promotion of tourism in the region - with a stronger focus on infrastructure development; the roles of public and private sectors and commercially engaging the private sector with the Mekong Discovery Trail and further marketing. www.mekongdiscoverytrail.com	AECID
China	Tourism and Handicraft Production in Guizhou Province	Training is being provided to handicraft producers in order to enhance the quality of products and sell them at the Tsingtao Beer Museum.	Tsingtao Brewery.Co.Ltd
Nepal	Great Himalaya Trail Development in West Nepal: Linking Enterprises to Tourism Markets	A value chain analysis was carried out and training for MSMEs on quality services and guiding took place. Tourism Committees have been established in Humla and Dolpa and a strategic tourism action plan and marketing strategy have been formulated, which are used as the basis for the implementation of product development and marketing activities. www.greathimalayatrail.org	SNV ST-EP Foundation
Timor-Leste	Capacity Building for Tourism Employees in Dili	Project activities include: two training institutes in the country have been identified to deliver training for tourism employees. The project will assist the two selected institutes to develop and carry out a train-the-trainers programme and supplying the institutes with suitable training materials. The main objective is that the training institutes will deliver courses for employees of tourism enterprises, in order to build their skills to grow into a better paid position, and for unemployed young people to enhance their opportunities to obtain employment in the tourism sector.	ST-EP Foundation of Government of Macau S.A.R.

EUROPE			
Country	Project Title	Current Status and Main Results	Main Contributions
Albania	Korca Region Tourism Destination Development and Management Programme	A regional tourism database is operative since September 2009. An integrated product development and marketing strategy was elaborated, which formed the basis to establish the Korca DMO. The DMO has used the strategy to further develop tourism in the areas and carry out marketing activities, and has also used the experiences gained to provide advice on tourism development in other destinations in Albania. www.visit-korca.com	SNV ST-EP Foundation

MIDDLE EAST			
Country	Project Title	Current Status and Main Results	Main Contributions
Jordan	Youth Career Initiative	The Youth Career Initiative (YCI) was designed to empower disadvantaged, vulnerable young people by equipping them with relevant life and work skills and expose them to a successful business environment and professionals that will enable them to make informed career choices and become employable. The program strategy focuses on raising awareness on the employment opportunities in the hotel industry among youth, encourage youth and their parents to consider working in hotels and empower young people by providing them with the necessary life and employability skills. Trainings have been carried out in Amman and Aqaba.	ST-EP Foundation
Yemen	Handicrafts, Heritage and Employment in the Highlands of Al-Mahweet	A building has been renovated to host the visitor centre that will provide tourist information, handicraft sales, a base for guides and catering using local produce. Detailed plans for the training for handicraft producers and service providers and the organisation of promotional activities have been prepared. A training workshop has been organized on "Skills development of tourism guiding, hospitality, and public communications" with 30 participants. A report (and a video as well) of some stories of how local people benefited from tourism has been prepared. A study on the "Economic values of handicrafts and national products in AlMahweet Governorate" has been carried out.	ST-EP Foundation

New developments for 2013:

Country	Project Title	Current Status and Main Results	Main Contributions
Haiti	Enhancing local economic impact from tourism development in Jacmel	The project aims to strengthen the involvement of local people in the tourism supply chain in Jacmel through enhancing local employment, establishing business linkages between tourism enterprises and local producers, and diversifying the visitor offer by supporting local communities living up-country to develop new eco-tourism products.	ST-EP Foundation
Mongolia	Capacity Building for Tourism Employees	The project aims to build capacities among tourism employees and unemployed young people to make a career in the tourism sector. Based on a training needs analysis, a curriculum will be developed and arrangements will be made with local institutes to provide tourism training, especially on these subjects for which there is a clear demand from the private sector.	ST-EP Foundation
Zimbabwe	Enhancing Participation of Youth and Women in the Tourism Sector	The project will collaborate with selected hotels at the Victoria Falls to identify staff members (youth and women) with low-paid jobs who have the potential to grow into better paid positions in the hotel after receiving further training. The project will liaise with the hotelkeepers association to identify hotels that would wish to participate in the project and assess the training needs. In collaboration with local training institutes, a tailor made training course will be provided to the selected young/female staff members of the participating hotels.	ST-EP Foundation

Annex III. Sustainable Tourism for Development Project (Situation as of March 2013)

Enhancing capacities for sustainable tourism for development in developing countries Scope

This project on Sustainable Tourism for Development (abbreviated title) is being undertaken by the World Tourism Organization (UNWTO) with co-financing from the European Union (EU Aid-for-Trade funds). It started on 27th December 2011 and it expected to be completed by 26th June 2013.

The overall objective of the project is to enhance common understanding of and commitment to sustainable tourism and the specific objective, to analyse how tourism can be a vehicle to foster economic and social growth, through the achievement of development imperatives, while minimizing negative social, cultural and environmental impacts. The main output is a guidebook on "Sustainable Tourism for Development" – that will enable EU services in Brussels and the EU Delegations in 180 countries

and other development institutions to include sustainable tourism development in their programme cycles, thus contributing to UNWTO's systematic approach for resources mobilization with the European Commission.

Key features

The guidebook is structured in three sections - Guidance Note, Methodology and Situation Analysis. The draft of the first two sections is already being tested by the EU Delegations of six pre-selected pilot countries.

The Guidance Note relates the EU framework for development, e.g. the EU Agenda for Change and the Tourism pillars (methodology) and relates to EU priorities, building a parallel between tourism cross cutting nature and EU development priorities. It aims at providing guidance to EU services on the approaches required to ensure the effective implementation of priorities for sustainable tourism in developing countries.

The Methodology is designed to provide EU delegations with a systematic approach to understand the impact and value of the tourism sector in the country and the way it is managed and operated; identify challenges and opportunities; and to understand which actions are appropriate to improve the situation through tailored interventions. It is framed around five pillars:

- 1 Tourism policy and governance
- 2 Trade, investment, data and competitiveness
- 3 Employment, decent work and capacity building
- 4 Poverty reduction and social inclusion
- 5 Sustainability of the natural and cultural environment

The Situation Analysis describes the macro-economic dimensions of tourism; its contribution to improve the situation of a country and its relation with other sectors; policies in place to develop the sector and its contribution to sustainable development and reviews the existing policies and programmes aiming at developing sustainable tourism in DCs.

The pilot missions

The draft Methodology and Guidance Note are tested in 6 pilot developing countries: Kenya, India, Vietnam, Senegal, Botswana and Timor-Lest.

The field missions evaluate the material and approach in terms of their ability to facilitate the understanding and capacity of EU Delegations, as well as national tourism stakeholders from public and private sector's, in identifying priorities and appropriate actions for intervention in the field of sustainable tourism development. The lessons learned during the missions will be taken into account in improving and finalizing the Methodology and Guidance Note.

A validation workshop, aiming at initiating the process of validation of the handbook by other UN agencies experts and cooperation and development assistance institutions, took place in Geneva, 14-15 March 2013 – back-to-back to the "Expert Meeting on Tourism's Contribution to Sustainable Development" organized by the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

Current status

The guidebook on "Sustainable Tourism for Development" will be officially launched in Brussels, June 2013, in a joint event UNWTO – EU, and will be disseminated through DEVCO services in Brussels and in 180 EU Delegations.

Annex IV. Hotel Energy Solutions

Background

Tackling tourism's environmental impact is one of UNWTO's key priorities and the Organization is working closely with the hotel industry to bring this figure down, demonstrating that economic growth and sustainability can, and should, go hand in hand.

Since the public launch of Hotel Energy Solutions E-toolkit in August 2011 in Madrid and its presentation during the UNWTO Assembly in Korea, the HES project has been identified by different entities (national and local authorities, hotel associations, cooperation agencies, chambers of commerce ...), as a useful tool to enhance and optimize energy performance of the accommodation industry, while strengthening the brand identity of destinations in sustainable tourism.

The knowledge provided by the HES project offers a number of means (Energy school, Media Communication materials to sensitize guests, publications, and the HES E-toolkit) for helping hotelier to make the right decision and in investing in the best solutions to improve their energy management: benchmarks of performance in comparison with similar properties; proposition of adapted solutions, including a return on investment calculator.

Thousands of hoteliers have already registered to use the HES E-toolkit, the free online tool which evaluates the energy consumption of their hotel and identifies more sustainable energy options, thus helping hoteliers to cut costs and increase competitiveness. UNWTO is currently engaging in disseminating and adapting the tool globally.

Current activities

HES project was selected by Euronews, (an independent media hub reaching 350 million homes in 155 countries, covering world news 24/7 with 400 journalists from more than 25 countries) as the perfect example and an innovative approach for its "Business Planet" programme, which is centred on small and medium sized companies and aimed at discussing entrepreneurs' success stories. The programme was broadcasted in May 2012.

The Chamber of Commerce and Industry of the Haute-Savoie (CCI) was responsible to conduct the pilot testing in the mountain destination on behalf of the HES partners. As a consequence of the successful experience, the CCI has signed a partnership with the regional Banque de Savoie (France) for 2012 which will offer favourable financial possibilities to the local SME hotels that decide to take improving measures in the field of Energy Efficiency and Renewable Energy using the HES e-toolkit as basis to build-up the loan dossier.

The EU Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) published in June 2012 the first Sectorial Reference Documents for the Tourism sector. This reference document mentions HES several times, within the framework of Tourism best environmental management practice for Smart Destinations.

The theme of World Tourism Day (WTD) 2012 was 'Tourism & Sustainable Energy: Powering Sustainable Development'. Celebrated every year on 27 September, WTD aims to increase understanding of the importance of tourism and its contribution to major challenges. HES was at the centre stage of the WTD where many countries worldwide presented the E-toolkit to their national and local stakeholders. The World tourism day was celebrated with the presence of the Secretary General in Canary Island where its Spanish version was launched.

The Diputación Provincial de Valladolid (Spain) has officially requested UNWTO to use the e-toolkit and a collaboration covenant has been signed to translate the e-toolkit into Spanish language. This version is already available online, free of charge. The Diputación de Valladolid is a partner in the ICER project financed by INTERREG IVC programme (EU regional funds).

During the World Travel Market 2012, UNWTO organized an interactive event on "Green Innovation in Tourism: enhancing competitiveness and reducing costs" (8 November, 2012). UNWTO presented the HES initiative as one of the steps the organization is taking to respond to the challenge of tourism sustain its responsible growth through innovative practices aiming at reducing its negative impact.

UNWTO presented the current activities and level of implementation of HES at Fitur Green, during the FITUR 2013 (Madrid, January 2013), together with the Diputación Provincial de Valladolid (Spain), within a set of workshops on sustainability and green economy.

Future Activities

Advanced discussions have been held with several countries and regions for adapting the HES E-toolkit to the local climate conditions and languages (namely, Republic of Serbia and the Municipality of Rimini).

UNWTO is a partner amongst Research Institutions, Energy Agencies, networks based in Greece, Italy, Sweden, Romania, Croatia, Belgium, Spain and France in the "Nearly Zero-Energy Hotels" (NEHEZ) project.

The Executive Agency for Competitiveness and Innovation (EACI) has selected NEZEH, conceived for targeting the priorities of the EU "Energy efficiency and renewable energy in buildings" in the Intelligent Energy Europe call for proposals.

The NEZEH project builds upon what has already been developed by Hotel Energy Solutions (HES). In this new initiative, the hotels will be guided and receive technical advice to reach a "Nearly Zero Energy" level. This methodology will be developed with committed properties in 8 EU member states, by using a combined approach of expertise and an adapted version of HES, for hotels to be able to reach the required level of energy efficiency and the use of renewable energy sources.

The project will start in May 2013 for EU member states, its duration will be of 36 months.

Annex V. Silk Road Programme

Since UNWTO, under the auspices of the newly-created Special Field Programme, re-launched the Silk Road Programme in 2010, significant progress has been made in further enhancing cooperation among participating Member States, while engaging new stakeholders, both public and private, towards Silk Road activities. A series of practical and collaborative initiatives are being developed to strengthen the Silk Road brand that will drive tourist flows, attract investment and foster sustainable tourism development across the Silk Road regions.

31 Member States are now involved in the Silk Road Programme, including recent additions: Albania, Bangladesh, Bulgaria, Croatia, Indonesia and San Marino. The Programme provides a platform for this unique network of destinations, connected by a common heritage, to collaborate on marketing and promotion, product development, tourism route development, travel facilitation and cross border initiatives.

Within the framework of the biennial Silk Road Action Plan, the UNWTO Silk Road Programme has been very successful in raising the profile of the Silk Road at international fairs and events; in forging new alliances with public and private stakeholders; in organizing thematic conferences throughout the year, and in enhancing cooperation between Silk Road Member States along the following three key focus areas:

Marketing and Promotion:

Raised the profile of the Silk Road brand at international tourism fairs, conferences and events as an ongoing process to increase industry and consumer awareness:

I. Established the UNWTO Silk Road Ministers' Meeting and the Silk Road Tour Operators Forum as permanent features at ITB Berlin. These initiatives, supported by the Silk Road branding of two pavilions and the showcasing of Silk Road destinations at the ITB Cinema, have greatly contributed to the awareness of the Silk Road brand at one of the world's largest tourism trade fair (2011-2013).

II. Successfully implemented interactive, consumer-friendly events and activities at WTM London and FITUR Madrid fairs on an annual basis (2010-2013). In cooperation with WTM London, UNWTO organized the Silk Road Bloggers Challenge, a Silk Road travel-blog competition designed to engage expert bloggers and increase the presence of the Silk Road on social media networks. In 2012, Armenia participated by offering the prize for 2 winning bloggers to blog across Armenia. The Silk Road is now a special feature at the WTM Speed Networking event which attracts around 500 exhibitors and 200 buyers annually. At FITUR Madrid, UNWTO, in cooperation with FITUR and Minube, has been pioneering an interactive event designed to attract the consumers' interests in meeting Silk Road exhibitors at their stands. The Travelers' Gymkhana – Silk Road Edition has now been held twice, with around 500 consumers competing in a treasure hunt across FITUR which has proven very successful in increasing visitation to the Silk Road stands.

III. Highlighting the importance of food and culture one of the Silk Road's key assets, UNWTO organized 'The Flavors of the Silk Road: International Conference on Food, Culture and Tourism' in Baku, Azerbaijan in September 2012. The event was jointly organized by UNWTO, the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan and the Azerbaijan Tourism Association in Baku and attracted

Enhanced communication and promotional activities so as to advance a global communications and marketing strategy for the Silk Road:

IV. Establishment of the UNWTO Silk Road Programme website (silkroad.unwto.org); social media presence and campaigns on LinkedIn, Twitter, Flickr and Vimeo; the screening of an official Silk Road promotional video clip, a project jointly developed by UNWTO and the UNWTO Affiliate Member the Buzz Business in 2011, at all major Silk Road International Conferences and Events; and conduction of an in-depth analysis of the Silk Road brand through a comprehensive analysis of 300,000 blogs, chatrooms and forums.

V. UNWTO, in collaboration with Pilot Productions, coordinated two special episodes filmed along the Silk Road as part of the adventure travel television show 'Globetrekker's Round the World 20th Anniversary Special'. Celebrity presenters Megan McCormick and Holly Morris took viewers on a journey along the Silk Road from Xi'an to Istanbul passing through Central Asia. This series created significant publicity for the Silk Road, as Globe Trekker is the world's most watched travel programme with an audience of 30 million viewers in 40 countries. This project was kindly supported by the Ministries of Tourism of China, Azerbaijan, Georgia, Kyrgyzstan, Turkmenistan, Uzbekistan and Turkey.

. Capacity Building and Destination Management:

The UNWTO Silk Road Task Force plays a defining role in providing input into the strategy development for the Silk Road Action Plan, sharing best practices and fostering communication and collaboration between Member States. The Task Force meets on an annual basis

I. In collaboration with WTM London, UNWTO hosted two annual Silk Road Task Force meetings at the travel trade fair in 2011 and 2012, addressing key issues and providing an update to country representatives.

II. The Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan generously hosted the 3rd UNWTO Silk Road Task Force Meeting in Baku on 22-23 April 2013, where significant progress was made in defining priorities for the next Silk Road Action Plan 2014/2015.

III. On 1-3 August 2013, Dunhuang (Gansu, China) hosted the 6th UNWTO International Meeting on Silk Road Tourism, an event jointly organized by UNWTO, China National Tourism Administration (CNTA) and Gansu Province of China. Being the biggest Silk Road event ever held in China, the meeting brought senior officials and experts in the fields of tourism, investment and heritage management together to discuss the outlook for tourism development along the Silk Road.

New alliances and partnerships have been formed with key UN Agencies (UNESCO, UNCTAD and UNDP) and other relevant public and private stakeholders:

IV. UNWTO, in collaboration with UNESCO and partly funded by the UNESCO Netherlands Funds-in-Trust, is developing a Silk Roads Heritage Corridors Tourism Strategy. The project will work on developing a draft common tourism strategy for the Silk Roads Heritage Corridor in Central Asia and China, looking at the overall visitor management and tourism planning of heritage routes by providing policy guidance and strategies for site presentation and promotion based on best practice. The first workshop is due to be held in Almaty, Kazakhstan in October 2013, supported by Ministry of Industry and New Technologies of the Republic of Kazakhstan and will bring together

V. In collaboration with the École hôtelière de Lausanne (EHL), one of the world's leading hospitality management schools, UNWTO launched the 2012 EHL/UNWTO Silk Road Strategy Challenge, which saw over 200 graduating EHL students devise tourism strategies on marketing and promotion and capacity building & destination management for ten participating Silk Road countries. The students worked in groups to come up with the most innovative and effective strategies, and the winning team is scheduled to visit the Altai Krai region of Russia to work with local tourism authorities and private sector stakeholders to devise a hospitality management strategy for the region. A summary of the best strategies was compiled in an official joint report Maximising the Potential of the Silk Road: A Strategic Approach to Tourism in 10 Destinations which was distributed to Member States and is downloadable from the UNWTO website.

VI. A new partnership has been established between UNWTO, the Cultural Routes of Europe and the Council of Europe Venice Office to develop a pilot maritime tourism initiative along the Venetian routes of the Silk Road. It will support the transnational thematic tourism product and enhance competitiveness and sustainability along the Silk Road.

VII. UNWTO strives to engage with specialized international agencies on its projects and has worked with FAO, UNCTAD, the World Bank, UNDP, UNEP, UNDP on various projects and conferences.

Travel Facilitation

Travel facilitation issues, particularly visa processes and border control procedures, have been addressed at relevant Silk Road meetings, events and conferences:

I. Travel facilitation issues have been a key priority addressed at relevant Silk Road meetings, including the Ministers' Summit at ITB Berlin and the annual Silk Road Task Force Meetings, allowing attending countries to present and discuss their strategies in relation to visa facilitation and cross-border procedures.

II. UNWTO is collaborating with relevant stakeholders (airlines, tour-operators, etc.) in order to promote strategies and best-practices along the Silk Road.

UNWTO Silk Road Action Plan

Building upon reached in numerous fields, the UNWTO Silk Road Programme is currently working on the development of the next Silk Road Action Plan, which will contain a detailed description of the priorities, strategies and projects planned for the period of 2014/2015.

Annex VI. Setting up Observatories of Sustainable Tourism under the auspices of UNWTO

I. Introduction

1. UNWTO has been promoting the use of sustainable tourism indicators since the early 1990s, as essential instruments for policymaking, planning and management processes at destinations. In 2004, the UNWTO published Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook, the most comprehensive resource on this topic.

2. Based on this handbook, UNWTO organized a series of 15 regional and national workshops on sustainable tourism indicators to train tourism officials and professionals on their application, using a demonstration technique and participatory approach at pilot destinations.

3. The present document is to inform the Executive Council about the summary of progress achieved (Part II) in the establishment of observatories using the above-mentioned indicators and to present the recommended steps for the establishment of an observatory (Part III).

II. Global Observatory of Sustainable Tourism (GOST): summary of progress achieved

4. GOST is an initiative, launched by UNWTO in 2004, addressed to policymakers, planners and tourism managers in order to strengthen institutional capacities for information management and monitoring in support of decision and policymaking. More specifically it intends to facilitate the establishment of a network of observatories, through the use of a systematic application of monitoring, evaluation (sustainable tourism indicators) and information management techniques, as key tools for the formulation and implementation of sustainable tourism policies, strategies, plans and management processes.

5. In 2006, Yangshuo (Guilin, China) was established as a pilot destination to set up collectively with local stakeholders a monitoring system, called Sustainable Tourism Observatory. Since then, five other observatories were launched, four in China and one in Greece, bringing to six the number of operating observatories. In addition, a letter of intent has been signed in April 2013 for the opening of an observatory in Honduras.

6. A collaboration agreement was signed in September 2010 between UNWTO and Sun Yat-Sen University in Guangzhou, for the establishment of a Monitoring Centre for Sustainable Tourism Observatories in China, with possible extension of its scope to all Asia, and one in February 2013 with the University of the Aegean, initially for the Aegean Islands, with possible extension to other destinations in Greece.

III. Steps to establish an observatory

7. Based on the experience outlined above, we could conclude that in order to operationalize an Observatory System, the following stages are recommended:

- **An application** for the establishment of the observatory has to be submitted by the authorities of the destination and endorsed by the tourism national authorities.
- **A preliminary study** on key sustainability issues, current monitoring processes, data availability, sources, gaps and needs, etc.
- **A stakeholder workshop**, in order to reconfirm/validate the findings of the detailed study and agree on the implementation plan.
- **A cooperation agreement** between UNWTO, the National Tourism Authority and an academic/scientific institution (hosting the Monitoring Center) at the destination which has the technical and human resources capacity to carry out regular monitoring reports, based on the UNWTO methodology.
- **Additional agreements may be signed between the institution hosting the Monitoring Center and other institutions providing financial or technical support to its activities.**
- **Continuous monitoring site program**, in order to develop data management system and build information management capacity.
- **Recommendations for corrective actions** to relevant stakeholders to address weaknesses and limitations found.

8. The official name of the observatory will be "Observatory on sustainable tourism under the auspices of the World Tourism Organization (UNWTO)". This new denomination will complement the Guidelines on the use of the signs by bodies other than UNWTO Secretariat approved by the last session of the General Assembly [resolution 601 (XIX)]. Observatories will follow the same procedure for the request and use of UNWTO signs under UNWTO conditions as any other external entity - Entities with agreement already signed with UNWTO before the establishment of the policy will temporarily follow their current denomination, until the agreement is renewed.

ANEXO 2 – SISTEMATIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS REALIZADAS POR TELEFONE COM OS OBSERVATÓRIOS DE SÃO PAULO E DE MINAS GERAIS

Belo Horizonte/MG - Observatório de Turismo de Minas Gerais

O Observatório de Turismo do Estado de Minas Gerais, sob responsabilidade da própria Secretaria Estadual de Turismo – SETUR/MG, foi criado em 2013, mas ainda não possui marco legal (não está oficialmente constituído). A ideia, segundo informações do seu diretor é de que, em 2016, ele seja incluído e oficializado na Lei Estadual do Turismo, sendo regulamentado por Decreto à posteriori. Em entrevista por telefone, em fevereiro de 2016, o diretor falou sobre a importância da implantação do observatório e sobre o modelo da proposta estadual:

O observatório de turismo é a base da execução dos projetos e serve para orientar a execução dos recursos e investimentos estaduais para o turismo. Ele tem o papel de fazer esse raio x, de elucidar as tendências de mercado e fundamentar a elaboração das políticas públicas. A nossa proposta é de formular de uma rede de especialistas, empresários e organizações que trabalham com o turismo, para qualificar melhor a oferta e atender melhor a demanda. Não se trata da formação de um novo conselho, porque nós já temos o Conselho Estadual, mas de uma ação integrada de esforços para potencializar as políticas no turismo.

O observatório conta com uma equipe atualmente composta por 6 (seis) pessoas, sendo um diretor, três técnicos e dois estagiários que, por sua vez, trabalham tanto dados primários (relação de indicadores monitorados localmente e definidos a partir das normativas e documentos orientadores da OMT e União Europeia) e dados secundários (produzidos a partir de filtros de pesquisas que são realizadas pelo Ministério do Turismo – destacadas e sobre Minas Gerais). Todas as pesquisas são financiadas pela própria SETUR-MG e tem periodicidade mensal (através dos boletins de turismo) e anual (quando consolidadas as evoluções do turismo no Estado). Algumas outras pesquisas são esporádicas e relacionadas a (mega)eventos pontuais, como a Copa do Mundo, por exemplo.

Alertado sobre a existência do Guia dos Indicadores do Turismo Sustentável da OMT, onde há a indicação de 30 indicadores básicos de monitoramento do turismo, e que havia, também, uma recomendação para o uso deste documento pelos observatórios de turismo no mundo, o diretor comentou:

Nós pesquisamos normativas da OMT e da União Europeia e escolhemos alguns indicadores para monitorar. Mas fazemos uma relação entre o que é ideal de monitorar e o que conseguimos monitorar no turismo – o que é possível. Por exemplo, sobre a ocupação hoteleira nós temos indicadores da capital, mas não temos do interior do Estado. Os indicadores de fluxo e receita turística são mundialmente monitorados, mas como ainda não temos um Plano Estadual de Turismo, não conseguimos ir muito além. Acredito, inclusive, que esse plano saia ainda neste ano.

Por incluir e contemplar pesquisas sobre vários destinos turísticos o observatório de Minas Gerais é classificado como “Estadual” e não segmentado (leia-se específico de algum segmento turístico) – seu site foi produzido internamente, sem investimentos adicionais em plataformas ou consultorias de tecnologias de informação e comunicação – TIC’s ou programação visual.

A SETUR-MG, ainda segundo informações do Diretor do Observatório, trabalha atualmente num sistema de inventariação da oferta turística para facilitar a (retro) alimentação do website de promoção turística do Estado³⁴. No entanto, o observatório não dispõe de um plano para o desenvolvimento de novas tecnologias de captação de informações turísticas.

O site do observatório foi desenvolvido pela própria equipe da secretaria e não possui webdesigner ou programadores exclusivos para a sua manutenção ou desenvolvimento. Os próprios técnicos do observatório é responsável por atualizá-lo e colocá-lo no ar. E com relação a sistemas de informações, nós trabalhamos apenas com o SPSS para o monitoramento estatísticas dos dados, mas nada relacionado à captação de informação para uso do observatório. Achemos, inclusive, que os processos de sistematização das informações turísticas, de ocupação hoteleira, por exemplo, muito frágil. Nós recebemos os boletins de ocupação e não as fichas preenchidas pelos hóspedes, mas mesmo assim, os dados vem incompletos, muitas vezes aparecem errados e isso atrapalha o nosso trabalho. Teve uma vez que nós deixamos de executar um projeto, porque o Ministério do Turismo falou que faria uma determinada ação de sistematização de dados do turismo, e acabou não fazendo. Isso também dificulta o trabalho – as coisas não saem do papel.³⁵

Questionado sobre as facilidades e dificuldades encontradas para a manutenção e o desenvolvimento das pesquisas dentro do observatório, o diretor indicou:

³⁴ Website: <http://www.minasgerais.com.br>

³⁵ SPSS é a sigla de *Statistical Package for the Social Sciences* – um software da IBM de análise avançada de padrões, relações e tendências de dados (ou análise preditiva de dados), muito utilizado em grandes corporações. Mais informações acesse: <http://www-01.ibm.com/software/br/analytics/spss/>

Sobre as facilidades e, no nosso caso, a própria credibilidade da equipe técnica fez com que o diálogo com as demais secretarias fosse facilitado e nós não tivéssemos entraves para desenvolver as atividades. Fora que sempre tivemos autonomia na execução dos trabalhos de pesquisa. Acredito que enquanto dificuldades, todos devam responder que a falta de recursos para a coleta de dados seja a principal dificuldade. Mas ainda tem a falta de fiscalização da obrigatoriedade da transmissão da informação para os órgãos governamentais, a baixa qualidade da coleta e a falta da validação dessas informações, bem como a ausência de um sistema de cruzamento de dados com outros segmentos, de maneira rápida e em tempo real, sejam dificuldades que se devem levar em conta. Hoje, a moda é falar em Big Data e nós devíamos pensar em investir mais nisso e no monitoramento de mídias e redes sociais. Resumindo: falta um processo de sistematização de informações qualificado, que seja contínuo e contenha processos de validação das informações.

Dentro da proposta do observatório de Minas Gerais há a previsão de realização de um Seminário Anual de Estatísticas do Turismo, mas antes disto a necessidade de oficialização do observatório é preeminente.

São Paulo/SP - Observatório de Turismo e Eventos de São Paulo

O observatório de Turismo e Eventos da cidade de São Paulo, de iniciativa e responsabilidade da São Paulo Turismo – SPTuris (uma empresa de economia mista onde a Prefeitura de São Paulo é sócia majoritária), fundado em 2009, atua em nível municipal e no segmento de eventos.

A equipe de pesquisas é formada por 5 (cinco) pesquisadores da área do Turismo e todos são ligados a SPTuris. O observatório tem como parceiros: entidades de classe e núcleos da administração pública (exemplo: Secretaria do Trabalho e de Finanças), associações (exemplo: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH, Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB, Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – Infraero, entre outras). Disse ele: “os *parceiros do observatório nos dão suporte de dados sobre a ocupação hoteleira, movimentação nos aeroportos; e, no caso das Secretarias, sobre receitas, emprego, essas coisas. Eles são nossas fontes.*”

Em relação ao financiamento para o desenvolvimento das pesquisas, em entrevista, por telefone, no dia 02.02.2016, o coordenador do observatório afirmou que a Prefeitura de São Paulo paga por pesquisas específicas e eles (SPTuris) fazem as pesquisas e terceirizam as atividades em campo. Além disso, há contratações anuais

para pesquisas, quando há necessidade de especialistas, como economistas ou estatísticos.

Todos os anos a SPTuris manda uma programação de pesquisas para a Prefeitura de São Paulo que, por sua vez, avalia e também a utiliza para encomendar pesquisas específicas. Como temos indicadores mínimos que são monitorados com frequência, toda e qualquer pesquisa nova precisa ser solicitada e paga diretamente pela Prefeitura, embora ela seja sócia majoritária da SPTuris. Ela repassa os recursos necessários para nós desenvolvermos as pesquisas. Mas é só ela quem paga – nós não vendemos pesquisas. A razão do observatório existir é a de fornecer dados para fomentar o mercado turístico. Nós só contratamos empresas ou consultorias para realizar atividades de campo ou quando precisamos de especialistas para fazer, no final do ano, pesquisas de conjuntura econômicas como economistas e estatísticos. O resto nós mesmos fazemos.

Questionado sobre os indicadores mínimos que são monitorados, o coordenador falou que são relativos a: “fluxos turísticos, movimentação em rodovias, aeroportos, rodoviárias, frequência nos atrativos que possuem controle, ocupação hoteleira e receitas”. A periodicidade dos boletins conjunturais são mensais, semestrais e anuais; e, ainda tem como produto o Anuário Estatístico do Turismo de São Paulo. - Sobre as pesquisas encomendadas pela Prefeitura, deu como exemplos: as pesquisas de perfil sócio demográfico, hábitos de consumo do turista de determinados eventos.

Após o comentário sobre a existência do Guia de Indicadores de Turismo Sustentável da OMT e a pergunta sobre que outra publicação ou orientação recebeu em nível nacional, ele comentou: “utilizamos o Guia da OMT e era esse que eu ia te mandar. Mas com relação ao Ministério do Turismo, a orientação foi verbal – eles ainda estão fazendo o Plano de Estatísticas e eu acho muito bom, porque vai padronizar muita coisa”. Completou a resposta sobre os indicadores dizendo:

Sobre indicadores de sustentabilidade nós coletamos alguns, mas não fazemos nem publicamos nenhuma análise no observatório. Nós queremos incluir esses indicadores nos relatórios de monitoramento a partir deste ano, 2016. Mesmo porque os indicadores relacionados pela OMT são relativamente fáceis de serem coletados, porque as concessionárias já os têm. Nós queremos incluir, também, os impactos dos eventos na produção de resíduos sólidos, no uso na água e da energia. Ainda estamos estudando como fazer isto.

Indagado sobre como se dava a participação social do governo, empresários e sociedade civil na elaboração das pesquisas/estudos do observatório, o coordenador pediu esclarecimento sobre o que estava sendo chamado de

“elaboração das pesquisas” e a pergunta foi reformulada da seguinte maneira: “se havia encontros ou reuniões em que se discutiam que tipo de pesquisas eram necessárias de acordo com o contexto vigente? – O coordenador respondeu:

Em 2014 fazíamos reuniões semestrais, mas em 2015 elas passaram a ser anuais. São reuniões onde o trade expõe suas opiniões e avaliam tendências. Mas quando eles querem algum dado, nós fornecemos independentemente desses momentos. Mas é comum, antes de publicarmos os boletins, enviarmos os dados para eles verem se os dados representam o desempenho deles. Queremos saber o que eles têm a dizer sobre alguma diferença nos percentuais apresentados para garantir uma margem de discussão e melhorar a análise.

Como questão complementar, perguntou-se se a equipe já havia recebido alguma negativa sobre os resultados encontrados e, conseqüentemente, alguma restrição à publicação pelo observatório? – assim respondeu o coordenador:

A missão do observatório é fomentar o mercado. E para isto o trade precisa de informações consistentes e confiáveis. Como nós somos um observatório que tem um trabalho consolidado e não omite informações, além de muita exposição na mídia - ele é muito acessado e utilizado pelos parceiros -, embora já tenha acontecido de termos restrições, lá no começo das nossas atividades, hoje em dia isso não acontece mais. Temos tanta credibilidade que se atrasarmos em 2 ou 3 dias os boletins sobre a hotelaria, por exemplo, os hoteleiros ligam pra cá perguntando o que aconteceu. Então é difícil as entidades pedirem.

A equipe apresenta os dados do turismo de São Paulo, na modalidade de palestra, em eventos como a Feira da Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV, no Salão São Paulo de Turismo e em alguns realizados pelo Ministério do Turismo – inclusive, participaram do evento sobre o Plano Nacional Estratégico de Estatísticas do Turismo, em Brasília, em 25 de junho de 2015.

A respeito do monitoramento dos acessos dos dados (visitas e *downloads*), o observatório não possui um contador visível para quem acessa o *website*, mas a equipe técnica tem ferramentas de controle; e, é através delas, que se faz este acompanhamento. – Em relação a novas tecnologias utilizadas para facilitar o desenvolvimento das pesquisas, o coordenador informou que se utiliza de ferramentas gratuitas, como o Survey Monkey, mas que já havia se utilizado do SPSS logo no início das atividades do observatório:

Trabalhamos com o SPSS logo no início do observatório, mas hoje não temos como pagar por isto. Através do Survey Monkey, mandamos a pesquisa para

os hotéis com os dados que precisamos – eles recebem um link, clicam ali e respondem. A adesão é ótima, todos querem participar porque sabem que o trabalho é sério. E como a cidade é dividida em regiões hoteleiras e 4 segmentos (standart, econômico, luxo e super luxo) – só na capital são 400 hotéis -, dá para trabalhar com essa amostra. Agora, usamos como ferramenta para Análise Estatística um software nacional chamado SPHINX e o Google Forms.³⁶

Sobre a importância dos observatórios para o desenvolvimento do turismo local e a regionalização do turismo, o coordenador foi enfático ao dizer que o monitoramento de dados é o que garante a tomada de decisão: *“conhecer os recursos que você tem como oferta e a demanda é fundamental para desenvolver o turismo e tomar a decisão correta. O observatório é uma ferramenta de avaliação do destino e, no nosso caso, dos eventos e dos serviços prestados muito importante”*.

Como facilidades e dificuldades para o desenvolvimento das pesquisas no observatório, o coordenador, reiterou algumas afirmativas anteriores, a saber:

Como o observatório já está consolidado e tem o apoio do mercado e das entidades de turismo, isso facilita a busca por informações. O trade percebe os benefícios de uma análise de mercado e o fato da administração pública assumir, porque fazer isto custa caro e é muito importante. E como dificuldades, uma coisa que é comum a todos os observatórios, é que não temos muitos recursos para pesquisa. É preciso um maior aporte de recursos, principalmente porque se precisarmos reformular a amostra que trabalhamos hoje, vamos precisar de softwares, por exemplo, mais robustos. E a aquisição de licenças será um problema. Por enquanto, seguimos fazendo tudo com ferramentas gratuitas que, ainda, estão nos atendendo.

E complementou: *“o principal desafio dos observatórios é fazer com que o trade enxergue a importância do uso da análise de dados, que é o nosso produto final de pesquisa - vê-lo como um apoio para as decisões e não como fiscalização do setor”*.

³⁶ Os softwares citados (Survey Monkey, Sphinx e Google Forms) são ferramentas de coleta e análise de dados que também facilitam a organização dos dados em gráficos. Dependendo do tamanho da amostra você poderá usar os três softwares de forma gratuita. Mais informações sobre o Survey Monkey podem ser acessadas em <https://pt.surveymonkey.com/>; do Sphinx pelo endereço eletrônico: <http://www.sphinxbrasil.com/>; e do Google Forms pelo link: <https://www.google.com/forms/about/>.