



II SEMINÁRIO  
NACIONAL DE  
GOVERNANÇA

PARA O

**TURISMO**

10 a 12/out/2019

Maragogi/AL

Feira de  
Negócios Turísticos  
Destinos do Brasil

EDIÇÃO MARAGOGI - ALAGOAS



ORGANIZAÇÃO DAS  
CIDADES BRASILEIRAS  
PATRIMÔNIO  
MUNDIAL





**VAMOS CONVERSAR  
SOBRE TURISMO?**

# TURISMO NO MUNDO



● **10,4%** do PIB mundial (direto, indireto e induzido) (WTTC)

● **1 em cada 5** empregos gerados no mundo na última década (WTTC)

Responsável por quase  
● **123 milhões**  
de empregos diretos (WTTC)

● **1,4 bilhão de turistas**  
(OMT) - crescimento de 6% em relação a 2017

# CRESCIMENTO DO TURISMO NO MUNDO

CRESCIMENTO DOS SETORES ECONÔMICOS EM 2018 - MUNDO



**TURISMO**

**3.9%**



**CONSTRUÇÃO**

**3.4%**



**AGRICULTURA**

**1.8%**



**SERVIÇOS FINANCEIROS**

**1.7%**

Fonte: WTTC

Fonte: Ministério do Turismo

# TURISMO NO BRASIL

**8,1%** do PIB nacional  
(direto, indireto e induzido) (WTTC)

**6,7 milhões** de empregos (WTTC)

**11<sup>a</sup>** economia do turismo no Mundo (OMT)

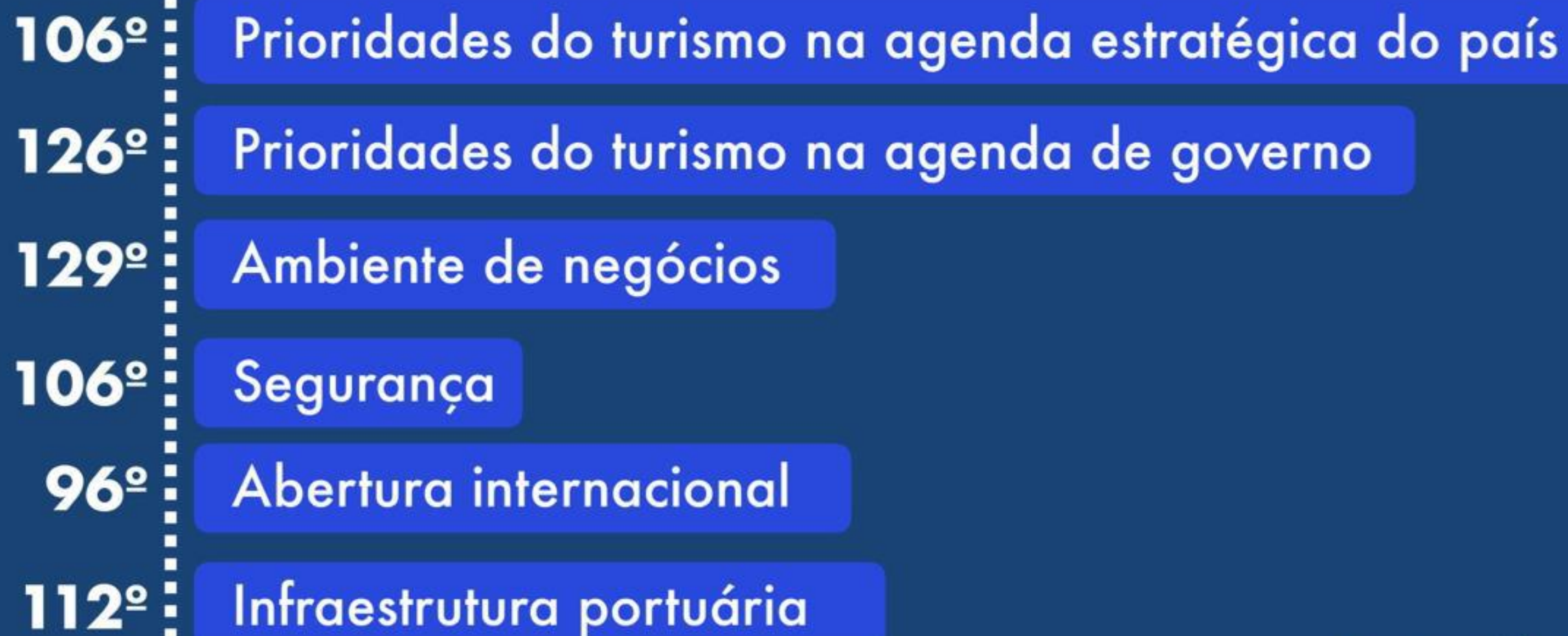
Crescimento de **2,9%**  
(mais que o dobro da economia)

Fonte: Ministério do Turismo

# POR QUE NÃO AVANÇAMOS?

(Principais Gargalos)

## ● Fórum Econômico Mundial (136 países analisados em 2017)



Fonte: Ministério do Turismo

# ONDE QUEREMOS CHEGAR



**12 milhões**

de turistas internacionais  
(atualmente são 6,6 milhões)

**US\$ 19 bilhões** (atualmente são US\$ 5,9 bi)

Inserção de

**40 milhões**

de brasileiros no mercado de viagens  
(atualmente são 60 milhões)

Criação de

**2 milhões** de empregos

# +TURISMO NO BRASIL

DADOS E FATOS



**2016**

---

**291 Regiões Turísticas**

**2.175 Municípios**

---



# CNM

---

## Reabertura do Mapa Mandato dos Gestores Municipais

---

**2017**

---

**328 Regiões Turísticas**

**2.285 Municípios**

---

A photograph of a boat on a river, likely in a tropical region, with a dense forest in the background. The image is overlaid with a semi-transparent green filter. Two horizontal yellow bars are positioned above and below the text.

○ **BRASIL** é 1º país em recursos potencial natural no mundo e o 8º em recursos culturais.

# +TURISMO NO BRASIL

*DADOS E FATOS*



*Atividade impacta*  
**52** segmentos da  
*economia*



*e gera*  
**9** milhões de  
*empregos diretos*



O investimento no turismo traz um retorno de **10 vezes** este valor.

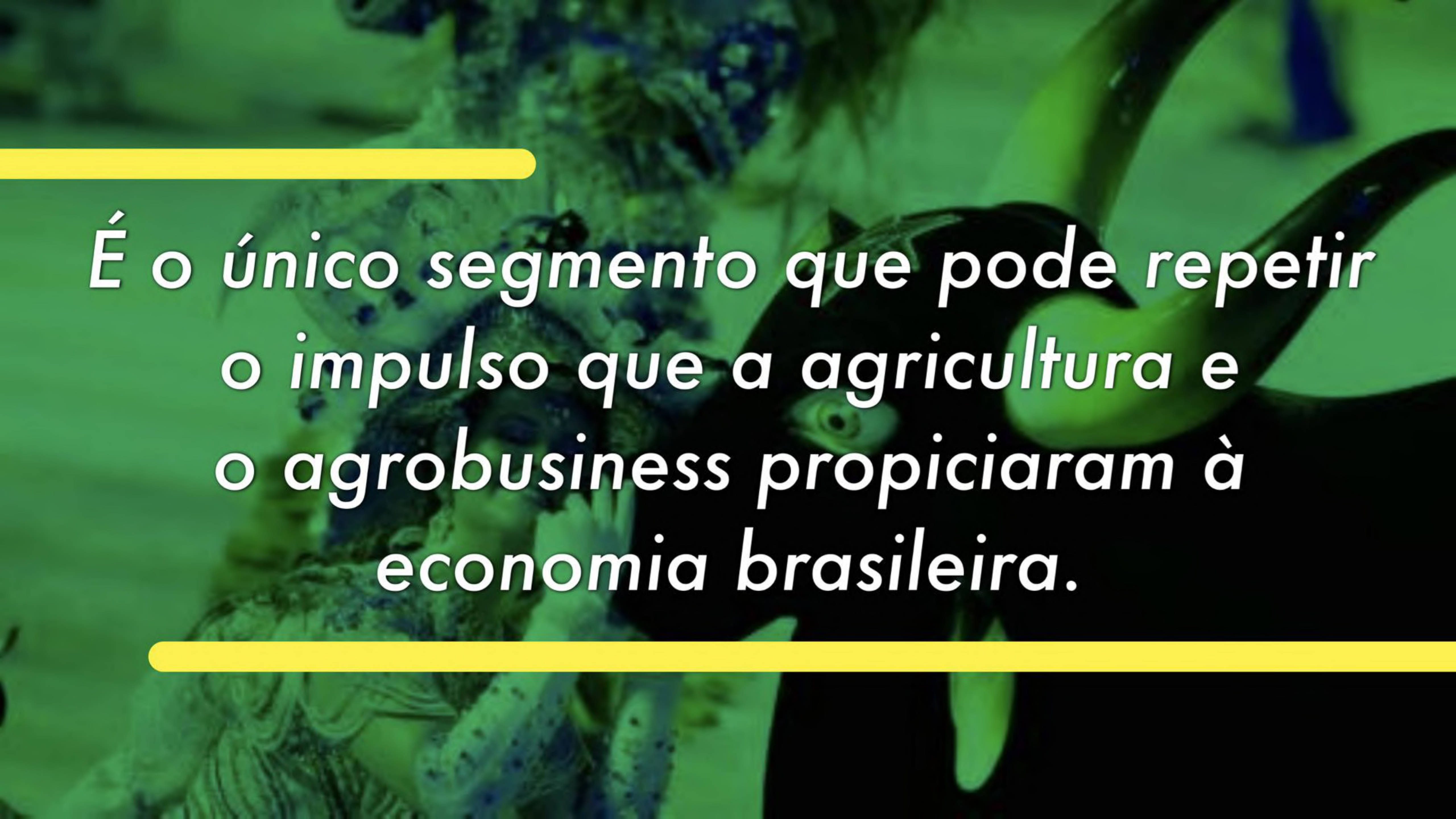


○ **BRASIL** é o destino do brasileiro  
– intenção de viagem subiu 8%



A person is seen from behind, holding a large green flag that is waving in the wind. The background is a solid teal color. Two horizontal yellow bars are positioned above and below the text.

**60 milhões de brasileiros**  
*viajando pelo Brasil.*



É o único segmento que pode repetir  
o impulso que a agricultura e  
o agrobusiness propiciaram à  
economia brasileira.

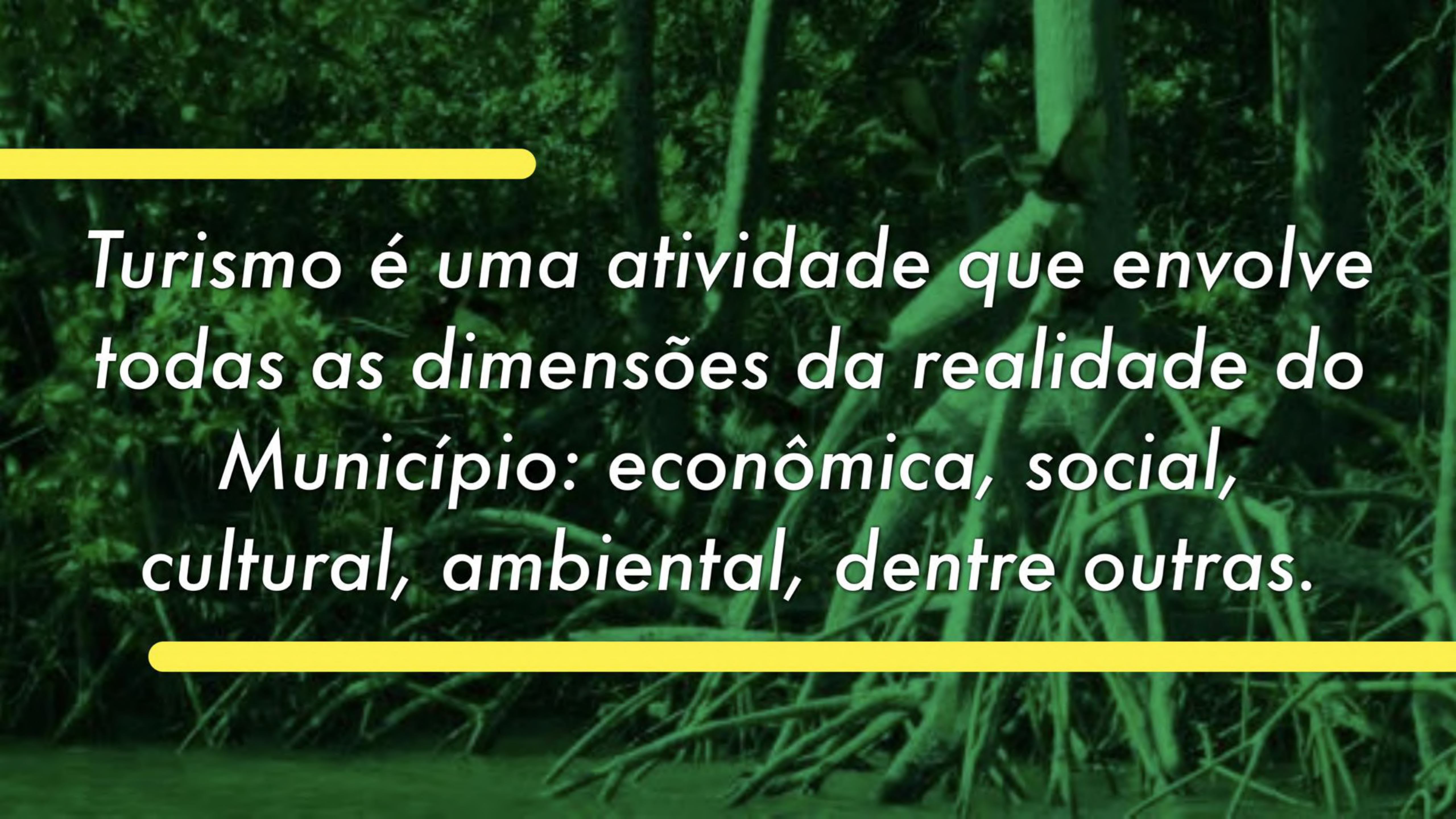


**QUAL O PAPEL  
DO MUNICÍPIO  
EM RELAÇÃO  
AO TURISMO?**

# FOMENTADOR E ARTICULADOR DO TURISMO SUSTENTÁVEL

*Diretrizes:*

- 1. Conservação do Patrimônio Natural e Histórico Cultural*
- 2. Valorização da identidade local e geração de renda*
- 3. Integração regional*
- 4. Planejamento Participativo*



*Turismo é uma atividade que envolve todas as dimensões da realidade do Município: econômica, social, cultural, ambiental, dentre outras.*

# CAPTAÇÃO DE RECURSOS E PARCERIAS PARA O TURISMO



## ● **NO MUNICÍPIO**

*Fundo Municipal  
de Turismo*

## ● **MINISTÉRIO DO TURISMO**

*(Programação e Emendas)  
Fungetur - Fundo Geral de Turismo  
Pronatec Turismo  
Prodetur + Turismo*

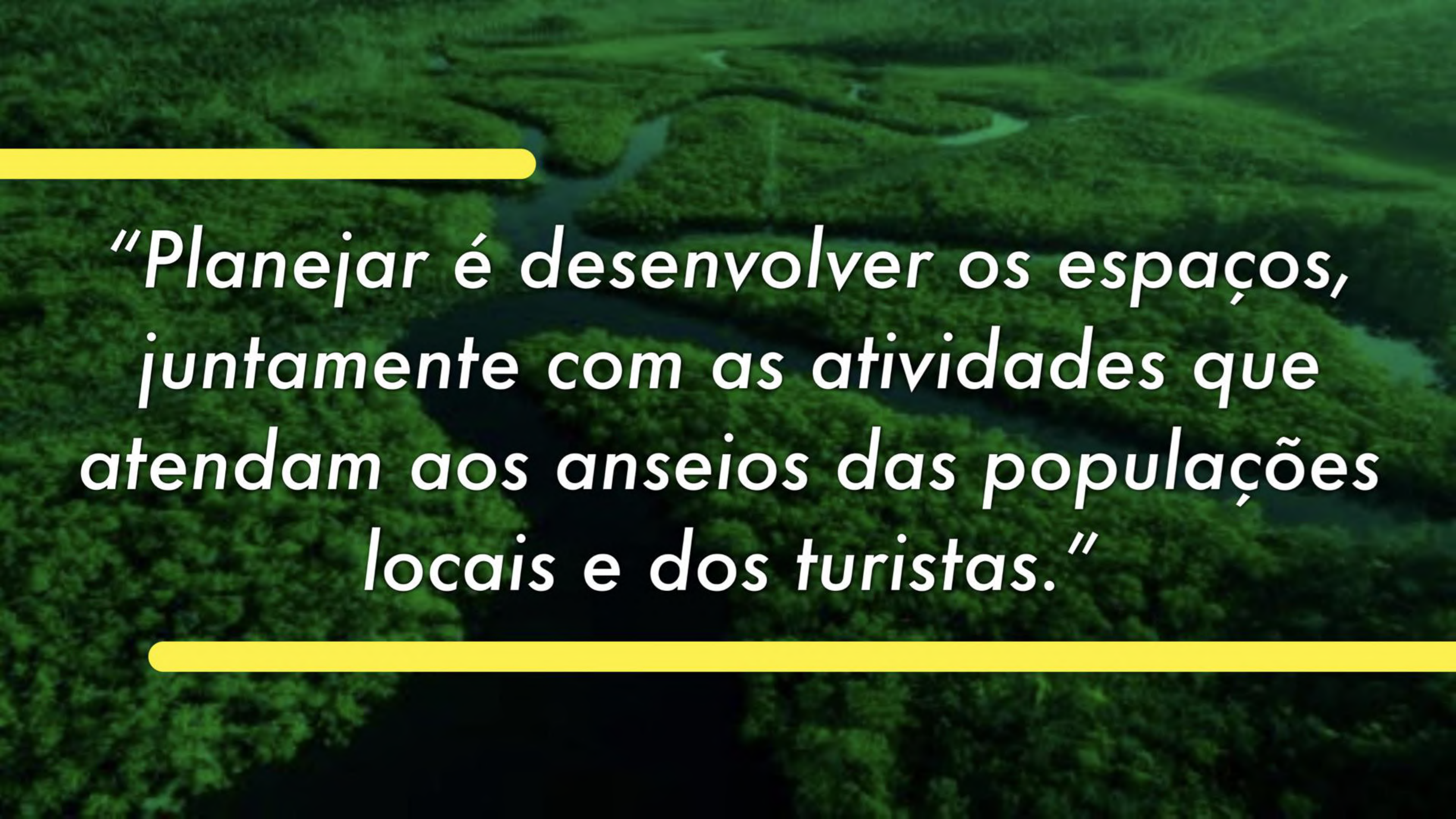
## ● **NO ESTADO**

*Outras fontes de recursos: PPP's, Sebrae, Consórcios Públicos,  
Organismos de Fomento, Bancos, Leis de Incentivo, etc...*

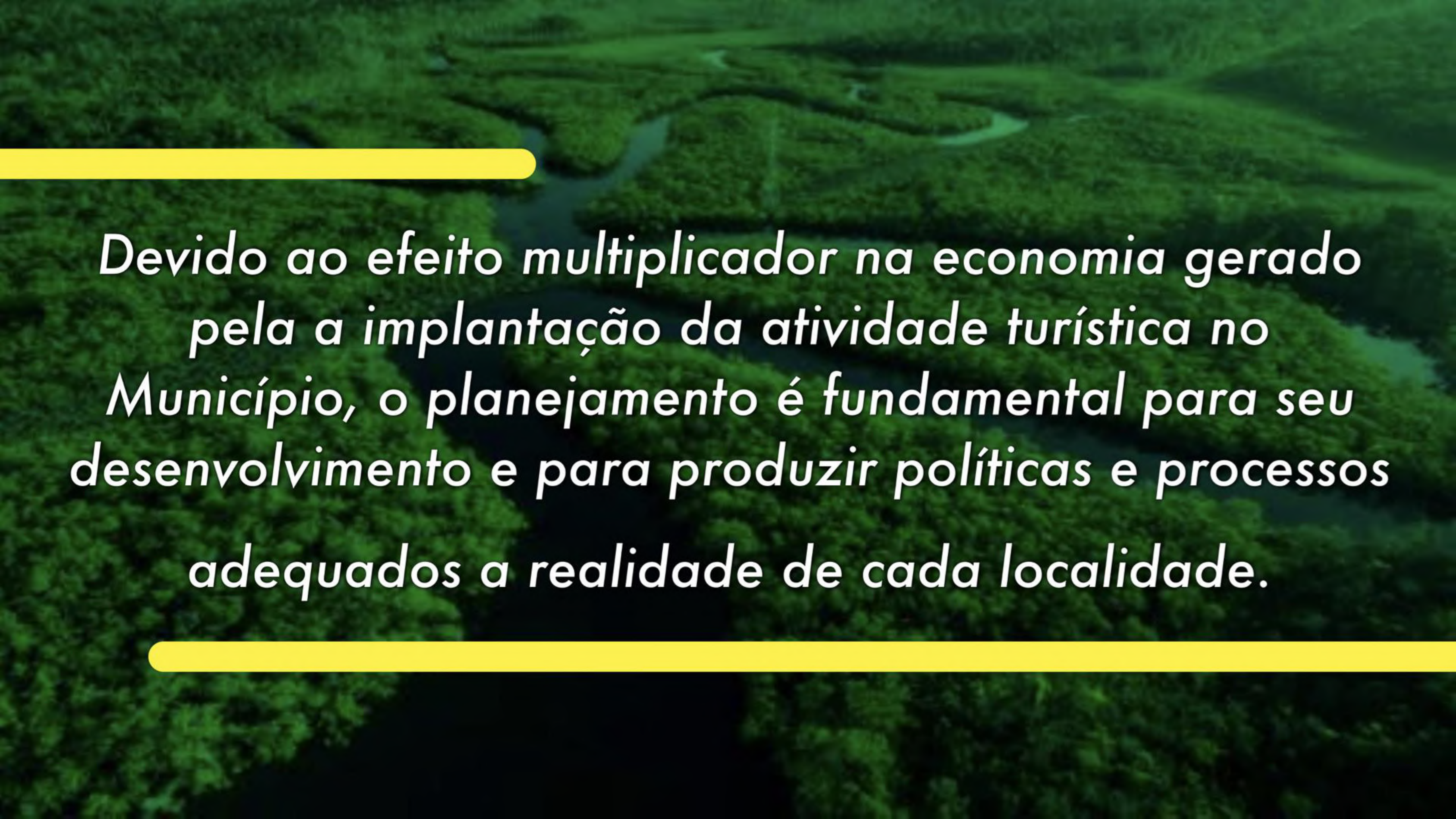


# A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO



An aerial photograph of a lush green landscape with a winding river. The image is framed by two thick yellow horizontal bars, one at the top and one at the bottom. The text is overlaid in the center in a white, bold, sans-serif font.


*“Planejar é desenvolver os espaços, juntamente com as atividades que atendam aos anseios das populações locais e dos turistas.”*




Devido ao efeito multiplicador na economia gerado pela a implantação da atividade turística no Município, o planejamento é fundamental para seu desenvolvimento e para produzir políticas e processos adequados a realidade de cada localidade.



*Planejamento como ferramenta para  
o desenvolvimento.*



# ESTRATÉGIAS DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO

The background is a top-down view of a desk with a green tint. It features a spiral-bound notebook, a round compass, a pen, and some papers. Two thick yellow horizontal bars are positioned above and below the text.

*Plano Municipal de Turismo  
norteará as ações do processo de  
desenvolvimento do turismo no  
Município.*

## **PASSO A PASSO**

**Passo 1** - *Inventário da Oferta Turística*

**Passo 2** - *Entender a concorrência – Competitividade*

**Passo 3** - *Entender a atividade Turística no Município - Potencialidades*

**Passo 4** - *Planejar o desenvolvimento do Turismo*

**Passo 5** - *Avaliar e Monitorar o Plano*

# PATRIMÔNIO MUNDIAL NO BRASIL

## SÍTIOS DO PATRIMÔNIO CULTURAL – 15

- 1980 - A Cidade Histórica de Ouro Preto, Minas Gerais
- 1982 - O Centro Histórico de Olinda, Pernambuco
- 1983 - Missões Jesuíticas, Ruínas de S. M. das Missões, RS
- 1985 - O Centro Histórico de Salvador, Bahia
- 1985 - Santuário do Senhor Bom Jesus de Matosinhos. Congonhas, MG
- 1987 - O Plano Piloto de Brasília, Distrito Federal
- 1991 - Parque Nacional Serra da Capivara, S. Raimundo Nonato, PI
- 1997 - O Centro Histórico de São Luís do Maranhão
- 1999 - Centro Histórico da Cidade de Diamantina, MG
- 2001 - Centro Histórico da Cidade de Goiás
- 2010 - Praça de São Francisco, na cidade de São Cristóvão, SE
- 2012 - RJ, paisagens cariocas entre a montanha e o mar
- 2016 - Conjunto Moderno da Pampulha. MG
- 2018 - Sítio Arqueológico Cais do Valongo no Rio de Janeiro-RJ
- 2019 - Centro Histórico de Paraty e as reservas da Mata Atlântica em Ilha Grande

## SÍTIOS DO PATRIMÔNIO NATURAL – 7

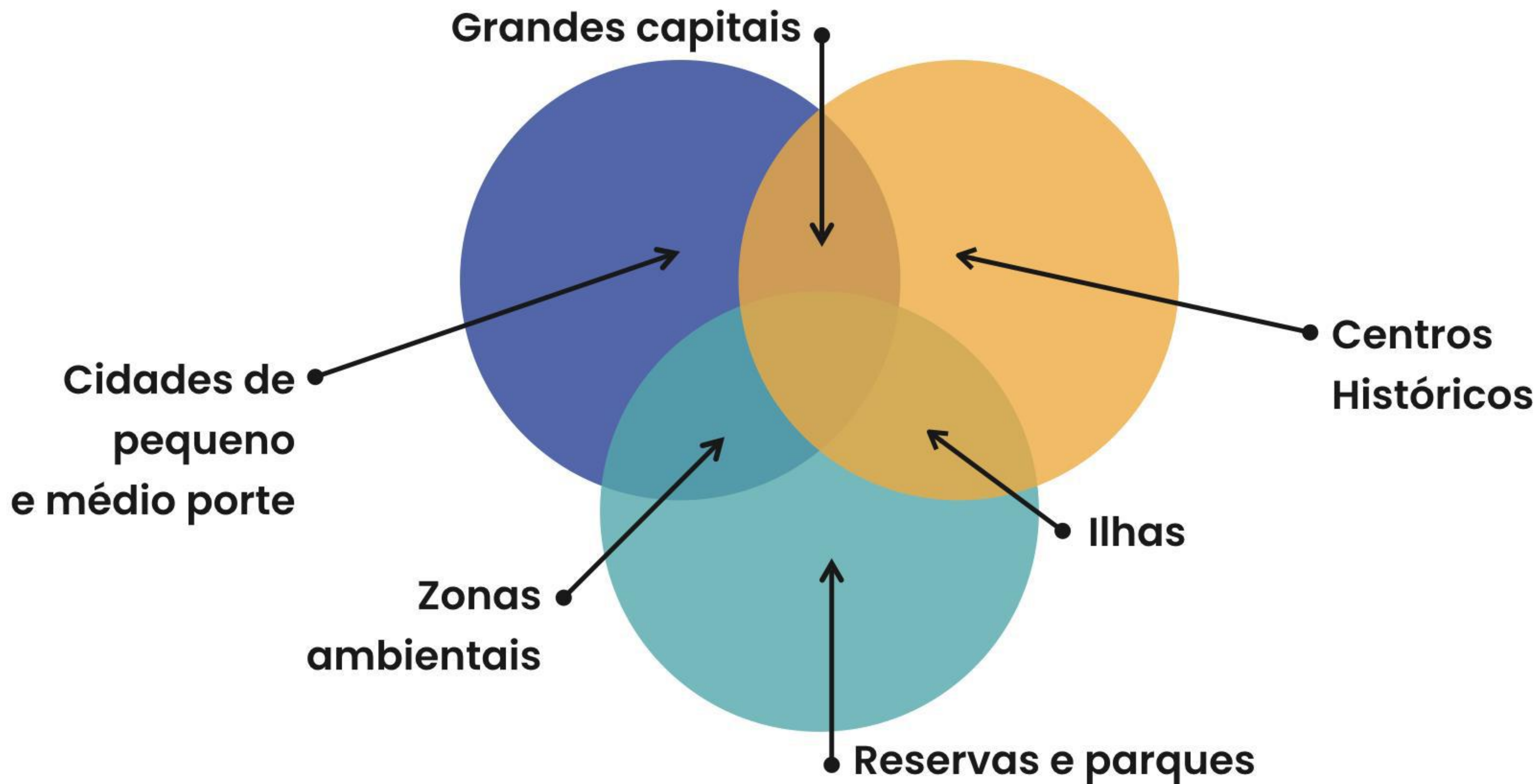
- 1986 - Parque Nacional de Iguaçu, Foz do Iguaçu, PR
- 1999 - Mata Atlântica - Reservas do Sudeste, SP e PR
- 1999 - Costa do Descobrimento - Reservas da Mata Atlântica, BA e ES
- 2000 - Complexo de Áreas Protegidas da Amazônia Central
- 2000 - Complexo de Áreas Protegidas do Pantanal, MT e MS
- 2001 - Áreas protegidas do Cerrado: Chapada dos Veadeiros e Parque Nacional das Emas, GO
- 2001 - Ilhas Atlânticas Brasileiras: Reservas de Fernando de Noronha e Atol das Rocas



ORGANIZAÇÃO DAS  
CIDADES BRASILEIRAS  
PATRIMÔNIO  
MUNDIAL



# GRUPOS PARTICIPANTES





# OBJETIVOS DA OCBPM

## Artigo 5º do Estatuto

**Gestão e aperfeiçoamento técnico das CPM para qualificar desempenho de suas atividades.**

**Projetos para desenvolver o Turismo e a Cultura no ambiente local e regional das CPM**

**Art. 6º - Para a consecução dos seus objetivos a OCBPM poderá firmar convênios, contratos, parcerias, promover intercâmbios e realizar iniciativas conjuntas com organizações, entidades ou pessoas jurídicas, públicas e privadas.**

## 1. Preservar e valorizar o patrimônio histórico, cultural e natural

### Poder Executivo | Poder Legislativo

- ▶ Atualizar Lei Rouanet
- ▶ Parques tecnológicos em sítios históricos (investimentos)
- ▶ Conceito de conservação preventiva
- ▶ Rever e propor alternativas para a legislação que regula intervenções físicas (obras) em sítios tombados.

## 2. Promover o patrimônio histórico, cultural e natural

### Governo | Instituições

- ▶ Cooperação MTur, EMBRATUR e Ministério da Cidadania, IPHAN, UNESCO, BANCOS E Instituições Públicas.
- ▶ Espaços - feiras, informações turísticas, profissionais especializados.
- ▶ Novo marco regulatório dos jogos.
- ▶ Manual de sinalização.
- ▶ Investir em eventos artísticos e culturais nas cidades históricas
- ▶ Rotas Turísticas
- ▶ Promoção - nacional e internacional

## 3. Sustentabilidade

- ▶ Financiamento público e privado
- ▶ Universidades em Centros Históricos.
- ▶ Sítios históricos multifuncionais – turismo, residencial...
- ▶ Fundo imobiliário privado para recuperar imóveis de Centros Históricos.
- ▶ Repactuar normas de preservação de CH (empresas, proprietários, gestores públicos)

## 4. Governança

- ▶ Usar resultados das auditorias do TCU para sinalizar boas práticas de governança nas CH.
- ▶ Categoria “A” para CPM.
- ▶ Promover mobilização social.
- ▶ Maior integração comunidade X turista.
- ▶ Infraestrutura CPM - saneamento, pavimentação, acessos, praças, parques, iluminação, Centros de Interpretação,....
- ▶ Qualificação da Gestão- Turismólogos



# O CONTEXTO DAS NOSSAS AÇÕES

**Centros Históricos  
e Parques Naturais**

**Dinamismo econômico,  
social, cultural e turística de  
uma localidade.**

**Núcleos com grande  
potencial para a geração de  
riqueza, trabalho e renda.**

**Alto potencial dos Centros  
Históricos e Parques Naturais**

**Apoio à políticas públicas  
para preservar, promover e  
integrar a cidade com um  
processo de desenvolvimento  
local inclusivo e sustentável.**

**Redes de cooperação entre Governo,  
Comunidade e Iniciativa privada**

**Utilizar a  
sinergia**

**QUEM SÃO  
NOSSOS PARCEIROS  
ESTRATÉGICOS  
POTENCIAIS**



# AGENTES QUE PODEM APOIAR PROJETOS DAS CPM

## ENTIDADES REALIZADORAS



ORGANIZAÇÃO DAS  
CIDADES BRASILEIRAS  
PATRIMÔNIO  
MUNDIAL



CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS

## PARCEIROS PÚBLICOS



MINISTÉRIO  
DA CULTURA



Ministério  
da Agricultura  
e do Abastecimento



Ministério do  
Turismo



EMBRATUR



Ministério do  
Meio Ambiente  
Governo Federal

IPHAN

## APOIO INSTITUCIONAL



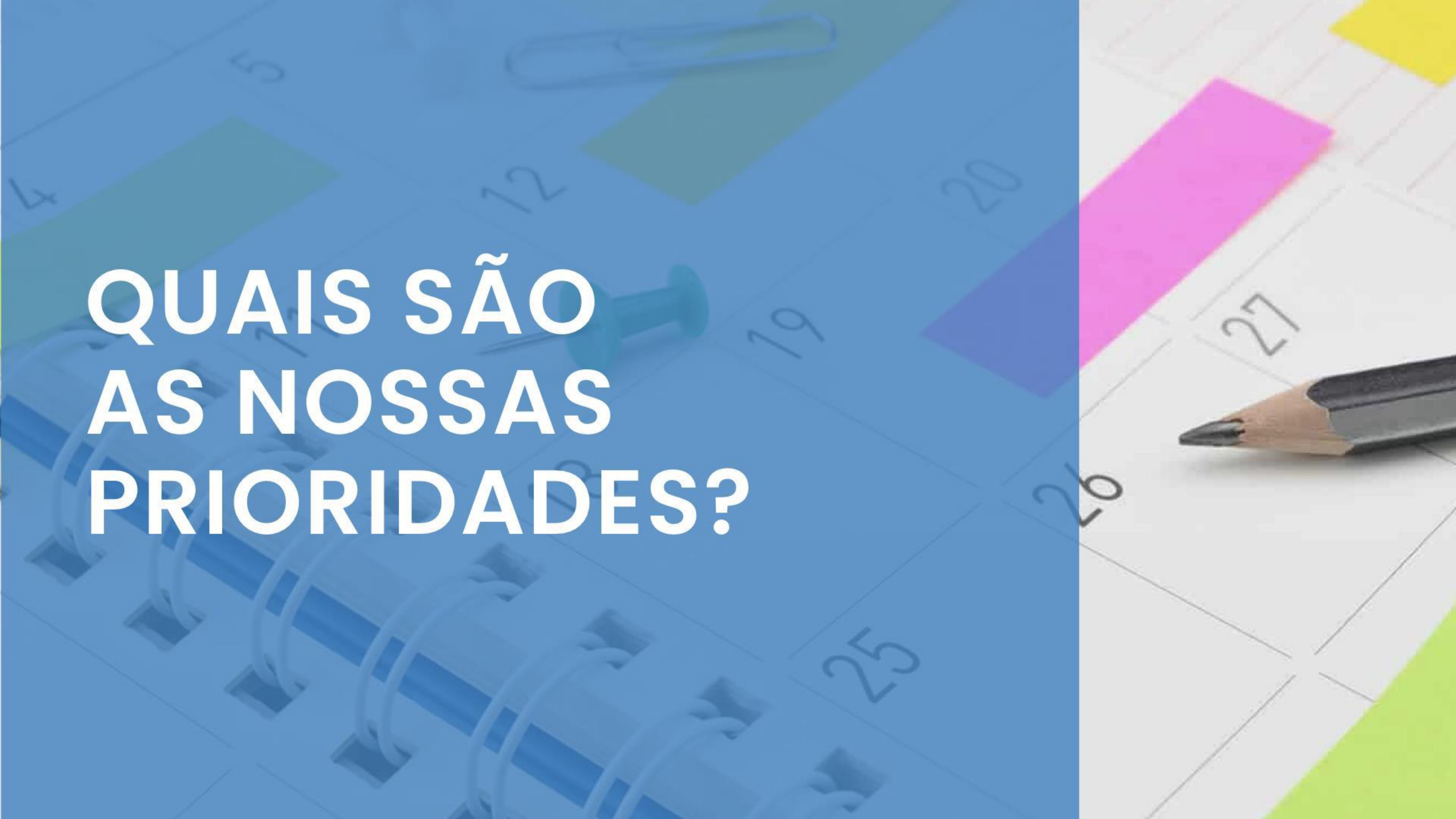
TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO  
Fiscalização e serviço da sociedade

## APOIADORES





# QUAIS SÃO AS NOSSAS PRIORIDADES?



**PATRIMÔNIO  
NATURAL**

+

**PATRIMÔNIO  
HISTÓRICO E CULTURAL**



ORGANIZAÇÃO DAS  
CIDADES BRASILEIRAS  
PATRIMÔNIO  
MUNDIAL

**TURISMO**

**Competitividade  
dos 22 PM**

- ▶ **Economia**
- ▶ **Emprego**
- ▶ **Renda**
- ▶ **Sustentabilidade**

# QUAL É NOSSA AÇÃO PARA OS PRÓXIMOS ANOS?

CONCLUDING  
THE FELLOWSHIP

FOLLOW-UP  
AFTER THE  
FELLOWSHIP IS  
OVER

FUTURE  
OPPORTUNITIES

I SPENT MORE  
TIME NEGOTIATING  
FORMAT THAN  
BEING CREATIVE

I NEVER  
KNEW IT  
WAS OVER  
NO COMPLETION  
DATE BETTY

THE NETWORK  
WAS GREAT.  
BEING IN LOWLAND  
COH.

NOT HELP  
FROM OTHERS  
TO "GOVERNMENT  
IF4"  
REPORT

THE EXPOSE  
ADDS VALUE  
TO MY  
BRAND

Flexibility  
of Pro  
was benefi  
\*Driven by how  
you shape it

Professional  
Strengths  
were gained  
g. title of  
fellow

# EVOLUÇÃO DA OCBPM



2016

- ▶ Criação da OCBPM
- ▶ Seminários temáticos

2017

- ▶ Eventos com gestores públicos, privados e autoridades
- ▶ Planejamento Ações estruturantes nos 22 PM
- ▶ Gestão e Governança
- ▶ Acordão do TCU 311/2017

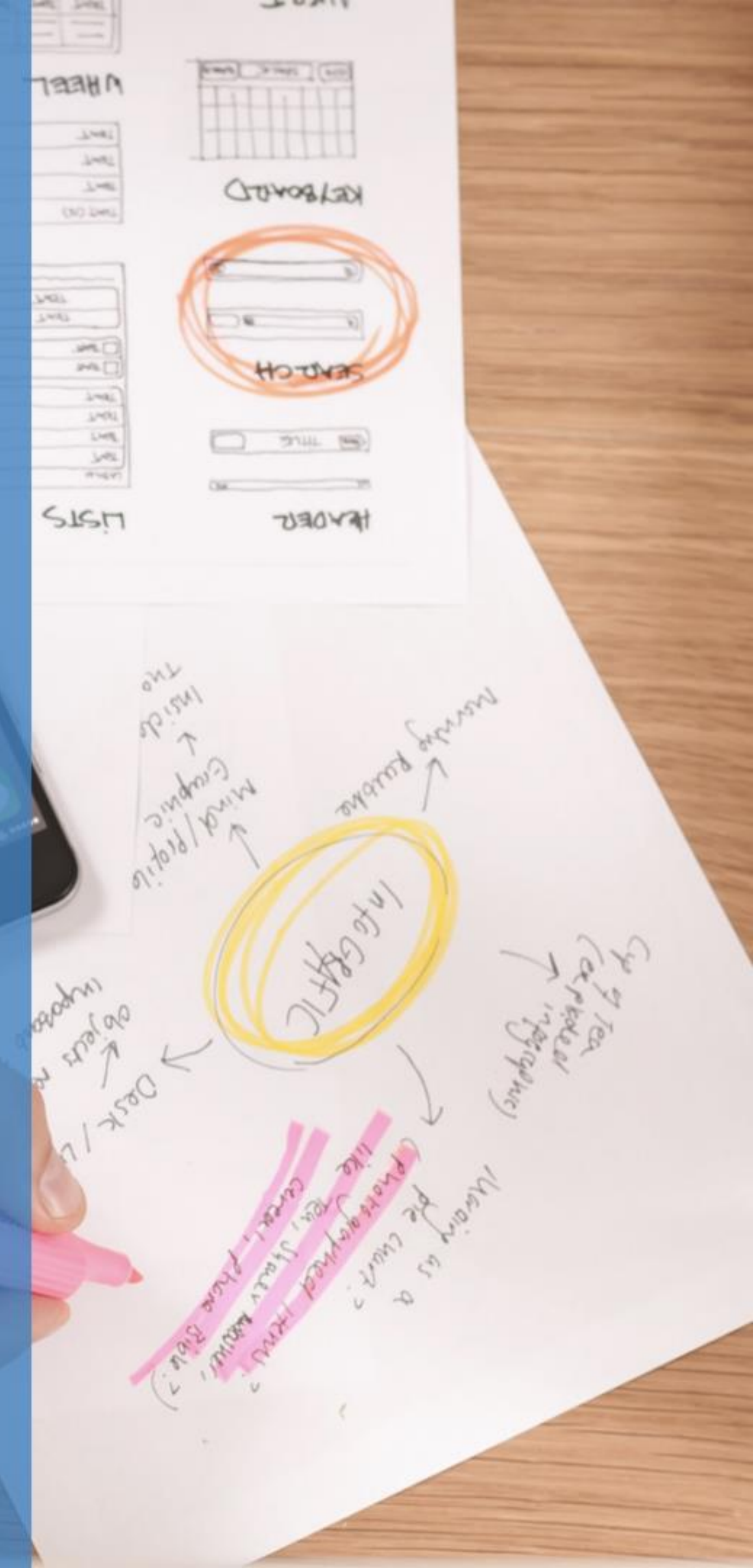
2018/  
2019

- ▶ Continuidade e implementação de novos projetos
- ▶ Decreto nº 9.763 de 11/04/2019- Plano Nacional de Gestão Turística do Patrimônio Mundial Cultural e Natural do Brasil.

2020

- ▶ Construção de agenda parceiros estratégicos
- ▶ Novo ciclo de planejamento estratégico e governança

# QUAIS SÃO AS NOSSAS AÇÕES PRIORITÁRIAS?



# QUAIS SÃO AS NOSSAS AÇÕES **PRIORITÁRIAS**?



## **TEMAS-CHAVE**

Meio Ambiente

Patrimônio Histórico e Cultural -

Material e Imaterial

### **Competitividade**



## **OPORTUNIDADE E INICIATIVAS**

Governança

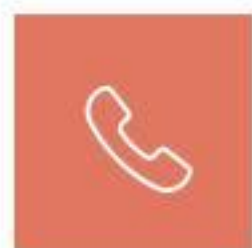
Gestão

Financiamento para gestão do

Patrimônio Histórico e Cultural

Modelagem de projetos para captação

de recursos nacionais e internacionais.



## **POSSÍVEIS FRENTES DE TRABALHO**

Projetos • Produção Cultural • Estudos Técnicos • Eventos • Publicações •

Seminários e Congressos • Livros • Missões • Exposições • Capacitação • Promoção



# AÇÕES ESTRATÉGICAS EM ANDAMENTO

- ▶ Sinalização turística;
- ▶ Planejamento estratégico da OCBPM;
- ▶ Financiamento da Infraestrutura: Iluminação pública, pavimentação de acessos, aeroportos, hidrovias, rodovias, centros de interpretação e saneamento básico (abastecimento de água, esgotamento sanitário, limpeza urbana, drenagem urbana, manejos de resíduos sólidos e de águas pluviais);

# AÇÕES ESTRATÉGICAS EM ANDAMENTO

- ▶ Promoção e marketing do turismo;
- ▶ Eventos artísticos, esportivos e culturais;
- ▶ Qualificação da governança pública e privada;
- ▶ Plano Nacional de Turismo com vistas a desenvolver, a ordenar e a promover os segmentos turísticos relacionados com o Patrimônio Mundial Cultural e Natural do Brasil.





# Muito Obrigada!



## MÁRIO AUGUSTO RIBAS DO NASCIMENTO

Presidente da Organização das Cidades Brasileiras Patrimônio Mundial (OCBPM),  
Consultor da Confederação Nacional de Municípios (CNM) e  
Coordenador técnico da Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul (Famurs)



**(61) 2101.6000 / (51) 3230.3100**



**(51) 9.9707.1000**



**marioarn100@gmail.com**