

# PROJETO INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA



Mapa das regiões turísticas do Brasil 2006.

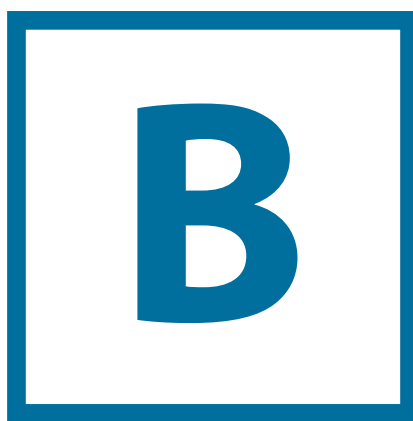
## Manual do Pesquisador

# Módulo B



Secretaria Nacional de Políticas de Turismo - SNPTur  
Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico- DEAOT  
Coordenação Geral de Regionalização - CGRG

# **INSTRUMENTO DE PESQUISA**



# **Manual do Pesquisador**

Ministério do Turismo  
Brasília, 2006



# B

## INFRA-ESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO

FORMULÁRIOS 08 A 14



Projeto Inventário da  
Oferta Turística

Manual do Pesquisador

2006, Ministério do Turismo

Todos os direitos reservados.

Coordenação e execução:

Ministério do Turismo

Impresso no Brasil – Printed in Brazil.

Distribuição gratuita.

Ministério do Turismo

Esplanada dos Ministérios, Bloco U.

Sítio na Internet – [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)

Brasil. Ministério do Turismo

Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa/ Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Brasília: Ministério do Turismo, dezembro de 2006.

I. Título. II. Brasil. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo.

CDU

**Presidente da República Federativa do Brasil**  
**Luiz Inácio Lula da Silva**

**Ministro do Turismo**  
**Walfrido dos Mares Guia**

**Secretário-Executivo**  
**Márcio Favilla Lucca de Paula**

**Secretário Nacional de Políticas do Turismo**  
**Airton Pereira**

**Diretora de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico**  
**Tânia Brizolla**

**Coordenação Geral de Regionalização**  
**Benita Maria Monteiro Mueller Rocktaeschel**

**Coordenadora-Geral de Informação**  
**Isabel Cristina da Silva Barnasque**

**Coordenadora-Geral de Segmentação**  
**Mara Flora Lottici Krahl**

**Coordenadora-Geral de Qualificação dos Serviços Turísticos**  
**Doroti Collares**

“Numa sociedade democrática, o processo de formulação das políticas públicas é sempre uma atividade flexível e mutante. As políticas não podem ser rígidas ou permanentes porque a vida social sempre é um processo dinâmico, mudam as circunstâncias e as relações de poder, mudam os relacionamentos. Sempre aparecem novas demandas, novas necessidades e problemas ou novos atores sociais que colocam suas reivindicações e interesses na arena de decisões do Estado. A vida social sempre está grávida de velhos e novos problemas.”

Carlos Jara

## APRESENTAÇÃO

Esta versão do Instrumento de Pesquisa para o Inventário da Oferta Turística é resultado da revisão e atualização de documentos anteriores e de ajustes, correções e adequações conceituais, metodológicas, operacionais e técnicas, refletindo a dinâmica contemporânea da economia do turismo exigida pela sociedade e pelos setores produtivos. Sobretudo, foi adequado ao paradigma da sustentabilidade nos níveis econômico, social, cultural, ambiental e de governança local. Ainda, foi necessário um alinhamento ao Plano Nacional de Turismo, sua Visão e suas Diretrizes. Também é fruto dos trabalhos dos participantes do Projeto-Piloto Inventário da Oferta Turística – Rio Grande do Sul, o qual é modelar para todo o Brasil.

Este Instrumento permitirá um planejamento ágil, dinâmico e flexível, com base em informações sistematizadas sobre os atrativos, os equipamentos e os serviços turísticos, e a infraestrutura dos municípios brasileiros, atendendo às diretrizes do Governo Federal expressas no Plano Nacional do Turismo: redução das desigualdades sociais; geração e distribuição de renda; geração de emprego e ocupação, e equilíbrio da balança de pagamento. Tais diretrizes exigem atitudes políticas e estratégias na sua aplicação, e um processo de planejamento e gestão que oriente, discipline e se constitua em eficiente ferramenta de aceleração do desenvolvimento municipal, regional e nacional.

## CONTEXTUALIZAÇÃO

A orientação metodológica na definição conceitual e operacional para o Inventário da Oferta Turística é o conceito de território que permite posteriores intervenções na localidade, capazes de reativar as bases econômicas e reintegrar o meio humano. Assim, a atuação em parceria e a requalificação e humanização do território para seus habitantes são os princípios defendidos e adotados pelo Ministério do Turismo para o desenvolvimento sustentável da atividade turística. Fundamentam-se na ocupação produtiva individual, familiar e da comunidade, na valorização do tradicional com qualidade, do específico e do único como diferencial, na inserção do território rural como tático, na conservação do ambiente e da paisagem em uma acepção moderna e contemporânea.

Nesse processo, uma longa trajetória foi iniciada nos anos 80, utilizando metodologias formuladas com base em modelos internacionais, que a partir da experiência nacional acumulada possibilitaram ajustes, avanços, avaliação crítica e o redesenho do Instrumento. Tais procedimentos permitiram identificar os modos de intervenções locais, contando com a adesão do poder público e dos cidadãos, em lugares e contextos regionais diferentes, e levando em conta graus desiguais de organização social.

O conjunto de procedimentos adotado para o Inventário resulta das estratégias preconizadas pelo Ministério do Turismo, com base em ações do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, fundamentadas na descentralização e na atuação local diferenciada, na atuação nacional coordenada, focada para a gestão municipal e do território.



## BASE CONCEITUAL

O desenvolvimento do território implica intervenções que considerem as assimetrias sociais e regionais; padrões alternativos de desenvolvimento econômico que equilibrem as necessidades humanas e os limites da natureza; privilégio à micro e pequena empresa e apoio à produção de objetos e serviços personalizados que levem a soluções novas em escala regional e local; possibilidades de ultrapassar situações de desemprego ou subemprego de determinadas populações de forma a conciliar rendimento e qualidade de vida.

Diante dessas constatações, o Inventário da Oferta Turística assume conceitos mais amplos. O primeiro é o conceito de local, não como espaço geográfico e sim como território, impregnado de valores culturais intrínsecos (história, patrimônio, paisagem, tradições, crenças, mitos, símbolos, modos econômicos, relações sociais), onde o cidadão guarda o sentimento de fazer parte, de ser o usuário e guardião. O segundo é o conceito de redes humanas e institucionais participativas e compartilhadas, a noção de arranjo produtivo, de atividades e segmentos econômicos provocadores de desenvolvimento, em que a inter-relação conduz ao desenvolvimento sustentável. Como terceiro conceito, entende-se o local como particular, em contraponto ao global e massificado, gerando produtos e serviços distintos, personalizados que permitem ao usuário o sentimento de ser ele, também, uno e particular.

Porém, para que esses conceitos se adéquem à realidade de cada localidade brasileira, os municípios precisam institucionalizar, pelo menos, dois procedimentos: o planejamento participativo e um sistema de informações. Daí, surgem projetos integrados, propostas estruturais, possibilidades de desenvolvimento baseadas no conhecimento de potencialidades e vulnerabilidades locais. Mais do que isso, tais procedimentos são a garantia de participação e do direito dos cidadãos à informação.

Para tanto, foi preciso incorporar os saberes e fazeres das populações locais para desenvolver o Instrumento de Pesquisa que agora reflete a complexidade da realidade brasileira. Destaca-se, também, a contribuição das instituições de ensino e dos técnicos ligados às organizações governamentais e não-governamentais, que estão refletidas e incorporadas a este documento.

## POLÍTICA PÚBLICA PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

O Plano Nacional do Turismo guarda, nas suas diretrizes, objetivos e macroprogramas, valores e atributos exigidos por uma sociedade democrática: “é importante salientar que as metas desafiadoras para o período 2003-2007 requerem entusiasmo e determinação, cujo alcance somente será possível por meio de um esforço conjunto entre agentes públicos e privados para solidificar uma estrutura turística integrada e duradoura, baseada na força das Parcerias e na Gestão Descentralizada”. Para atingir tais propósitos é necessário, entre outras ações, o enfrentamento de uma lacuna no setor: a insuficiência de dados, informações e pesquisas sobre o turismo brasileiro.

O Inventário da Oferta Turística é um dos passos para a implementação do Macroprograma-6: Informações Turísticas, como base para o planejamento e a operacionalização dos outros 6 Macroprogramas do Plano Nacional do Turismo:

- Gestão e Relações Institucionais
- Fomento
- Infra-estrutura
- Estruturação e Diversificação da Oferta Turística
- Qualidade do Produto Turístico
- Promoção e Apoio à Comercialização

Nesse sentido, o Ministério do Turismo convida os Estados e os Municípios a adotar este Instrumento para, de forma integrada e participativa, compor o Sistema Nacional de Informações Turísticas do Governo Federal e poder utilizar e disponibilizar informações.

O Instrumento de Pesquisa do Projeto Inventário da Oferta Turística é composto por Manual do Pesquisador e Formulários. A seguir é apresentado o Manual do Pesquisador - Módulo B.

## ORIENTAÇÕES AO PESQUISADOR

O objetivo do Inventário é descrever atrativos com interesse turístico potencial ou efetivo. Portanto, não estamos em busca somente da OFERTA (quantidade de bens e serviços que os produtores estão dispostos e aptos a oferecer por um determinado preço e em determinada localidade).

O que se deseja é cadastrar o **valor turístico** de cada localidade e comunidade.

*O valor turístico é o conjunto da produção humana material e imaterial, individual e coletiva, fruto de relações sociais historicamente estabelecidas por uma comunidade em sua localidade, as quais são capazes de gerar um sistema organizado que agregue um composto de bens e serviços - como informação, transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, eventos, fatores climáticos e geográficos (in natura), e os elementos das infra-estruturas geral e específica. Esse conjunto tem por unidade a força de atração que mobiliza o deslocamento e a permanência nessa localidade de pessoas residentes em espaços sociais distintos, chancelando seu valor e estabelecendo uma nova relação social: a hospitalidade. Por ser essa a dinâmica, requer que sua sustentabilidade seja investigada no processo de valorização*

(LEMOS, O Valor Turístico na Economia da Sustentabilidade, ALEPH, 2005)

Assim, cada elemento que compõe o valor turístico deve ser descrito em sua capacidade de integração com os demais elementos e em demais localidades. Como, também, sua força potencial de atração de turistas.

Quando se tratam de atrativos turísticos, devemos buscar os elementos de sua autenticidade, genuinidade, diferenciação e sustentabilidade. Características objetivas (tangíveis, mensuráveis, quantitativas e qualitativas) e características subjetivas (emocionais, sociais e representativas).

Assim, mesmo uma mata nativa com características comuns e simples no que se refere a elementos de sua flora e fauna, pode ser considerada um atrativo natural ao se distinguir por ser um espaço onde há histórias, lendas, presenças esotéricas, encontros sociais, acampamentos eventuais entre outros.

Tenha em mente que os atrativos naturais, sobretudo, requerem controle sobre seu uso e capacidade de recepção. Portanto, a sustentabilidade é o foco deste levantamento, devendo ser registradas todas e quaisquer percepções de desvios de conduta nestes espaços. Muitas vezes, na intenção de elevar a qualificação de atrativos, os informativos em fontes secundárias não registram tais desvios.

Portanto, é fundamental a análise no local. Lembrando sempre que o registro dos desvios não é para desqualificar o atrativo e, sim, elementos necessários para a tomada de ações que venham a preservá-lo e lhe atribuir longevidade.

O levantamento das informações deve ser dividido em:

a) Pesquisa de Laboratório – reúne informações secundárias, ou seja, aquelas obtidas em pesquisas anteriores e em informações bibliográficas coletadas em livros, documentos, arquivos, folhetos, Internet e outras fontes esclarecedoras.

b) Pesquisa de Campo - é a verificação das informações obtidas na pesquisa de laboratório, bem como a obtenção de outras informações *in loco*, para fins de complementação, comprovação e atualização. Para tanto, é fundamental que o pesquisador visite os locais dos componentes a serem inventariados.

Antes de preencher os formulários, leia atentamente as instruções.

Previamente à pesquisa de campo, preencha a lápis as informações já disponíveis obtidas com a pesquisa de laboratório. Estas informações devem ser confirmadas ou modificadas na pesquisa de campo.

Utilize caneta preta ou azul para o preenchimento dos campos. Havendo alternativa a ser marcada, circule a(s) alternativa(s) desejada(s). A fim de facilitar o entendimento, caso ocorra erro na escolha da opção, dê dois riscos transversais sobre a opção errada e circule a opção correta, conforme exemplo a seguir:

~~1.1~~ SIM

1.2 NÃO

Caso algum formulário não seja suficiente para o registro de todas as informações, utilize outro questionário, ou mesmo o verso, identificando-o como “Continuação”, preenchendo o cabeçalho de identificação de cada um, indicando o número do item que corresponde ao que está sendo respondido.

Vale lembrar que se algum item não se aplicar à informação solicitada, utilize o termo “**NA**”, o qual significa “não se aplica”; se o pesquisado se recusa a responder a pergunta, utilize “**NI**”, o qual significa “não informou/não respondeu” e se a informação, apesar de ter sido buscada, for inexistente, escrever “**NE**”, não existe.

Todas as questões devem ser preenchidas, de forma compreensível e legível. Apenas podem ficar em branco as perguntas que não foram feitas em razão de alguma situação específica explicada nos campos de observações e/ou informações complementares. Ainda assim, devem ser utilizadas as siglas “**NA**”, “**NI**” ou “**NE**”.

No caso de “serviços e equipamentos para gastronomia” e “serviços e equipamentos para eventos” que se localizem dentro de meios de hospedagem, deve-se observar, antes do preenchimento dos questionários, se tais serviços e equipamentos são para uso exclusivo dos hóspedes. Em caso positivo, estes serviços e equipamentos devem ser registrados apenas no Formulário 08, Categoria B1: Serviços e Equipamentos de Hospedagem. Em caso negativo, estes serviços e equipamentos, além de serem registrados no Formulário 08, deverão ser descritos nos Formulários 09 ou 19.

Recomenda-se a utilização de aparelho de GPS — Sistema de Posicionamento Global — para preenchimento dos campos 2.4 LATITUDE e 2.5 LONGITUDE do Formulário C1 - Atrativos Naturais, uma vez que tal ferramenta facilita a localização dos atrativos.

Uma vez que o objetivo do Inventário da Oferta Turística é levantar toda a oferta existente, estabelecimentos sem registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) também deverão ser inventariados. Deve-se, em suma, cadastrar todos os estabelecimentos abertos ao público.

# Formulário 01

## B1

# Serviços e Equipamentos de Hospedagem



**Manual do Pesquisador**

### **B1** HOSPEDAGEM

Serviços remunerados prestados por estabelecimentos que oferecem alojamento e serviços necessários ao conforto do hóspede, como recepção, guarda de bagagem, conservação, manutenção, arrumação e limpeza das áreas, instalações e equipamentos, etc.

#### **B.1.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM COM NECESSIDADE DE CADASTRO**

- 1.1.1 H – Hotel
- 1.1.2 HH – Hotel Histórico
- 1.1.3 HL – Hotel de Lazer/Resort
- 1.1.4 P – Pousada
- 1.1.5 – Hotel de Selva/Lodge
- 1.1.6 – Apart-hotel/Flat/Condohotel

#### **B.1.2 MEIOS DE HOSPEDAGEM SEM NECESSIDADE DE CADASTRO**

Empreendimentos ou estabelecimentos destinados a prestar serviços de hospedagem em apartamentos mobiliados e equipados, com ou sem alimentação, e outros serviços necessários aos usuários, para os quais o órgão oficial de turismo não exige o cadastramento.

- 1.2.1 Hospedaria
- 1.2.2 Pensão
- 1.3.3 Motel

#### **B.1.3 MEIOS DE HOSPEDAGEM EXTRA-HOTELEIROS**

- 1.3.1 Camping
- 1.3.2 Colônia de Férias
- 1.3.3 Albergues

#### **B.1.4 OUTROS MEIOS DE HOSPEDAGEM**

# FORMULÁRIO 08

## SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

### CABEÇALHO

**UF:** Informar a sigla da Unidade da Federação;

**REGIÃO TURÍSTICA:** Informar o nome oficial da Região Turística;

**MUNICÍPIO:** Informar o nome oficial do Município;

**DISTRITO:** Citar, se for o caso, o nome do distrito onde se encontra o serviço/ equipamento de hospedagem;

**TIPO:** Preencher o tipo (de acordo com item anterior: TIPOS E SUBTIPOS);

**SUBTIPO:** Preencher o subtipo do serviço/ equipamento de hospedagem.

### IDENTIFICAÇÃO

#### 1- NOME

**1.1 NOME FANTASIA/ COMERCIAL:** Citar o nome fantasia/ comercial da empresa;

**1.2 NOME JURÍDICO/ RAZÃO SOCIAL:** Informar o nome jurídico/ razão social da empresa;

**1.3 NOME DA REDE/ HOLDING:** Citar, se for o caso, o nome da rede à qual o meio de hospedagem está integrado;

**1.4 CNPJ:** Citar o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, caso exista;

**1.5 NATUREZA DA IDENTIDADE:** Informar se a natureza jurídica do meio de hospedagem é pública, privada, sindicato, associação ou, sendo outra a opção, citar;

**1.6 INÍCIO DA ATIVIDADE:** Informar a data de início das atividades do meio de hospedagem;

**1.7 TOMBAMENTO:** Informar, se for o caso, a data do tombamento do meio de hospedagem, bem como a instituição responsável pelo tombamento (Ex: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN).

#### 2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA

**2.1 ENDEREÇO:** Citar o endereço (rua, nº, bairro, local, rodovia, CEP, bloco, quadra) ou outra referência que situe o meio de hospedagem, especialmente os localizados na área rural. Se possível, anexar fotos e mapa de acesso ao atrativo.

**2.2 TELEFONE/FAX:** Citar os números dos telefones e do fax e, se houver, telefone para reservas, não esquecendo de registrar o código DDD;

**2.3 SITE:** Informar o endereço – website - na Internet;

**2.4 E-MAIL:** Informar o endereço eletrônico na Internet;



**2.5 DESCRIÇÃO DOS ARREDORES E DISTÂNCIA DOS PRINCIPAIS PONTOS:** Descrever os arredores quanto à existência de bancos, restaurantes, shoppings, centros comerciais e outros. Especificar a distância até aeroportos, rodoviárias, pontos de táxi, pontos de ônibus e outros.

**2.6 PONTOS DE REFERÊNCIA:** Mencionar os pontos que servem como referência para o deslocamento de um visitante até o meio de hospedagem.

**2.7 LOCALIZAÇÃO:** Circular o número correspondente à opção que informa se o atrativo está localizado em área Urbana, Rururbana ou Rural. Considera-se área urbana o local cuja ocupação seja própria da vida na cidade, apresentando caráter de cidade. Área rural é aquela relativa a ou própria do campo. É um local campestre, agrícola, rústico. Rururbana é a área pertencente a ou relacionada com o espaço resultante do encontro entre a área rural e a urbana. Trata-se de espaço físico diferenciado do restante da cidade onde, além do uso rural - áreas de cultivo, terrenos baldios e áreas de preservação ambiental – ocorre o uso urbano, havendo ocupações por: a) subúrbios com casas e população próximas à cidade; b) pequenos agrupamentos de casas em torno de uma fábrica antiga transferida para a área periférica ou uma nova construída no local; c) proliferação das propriedades unifamiliares.

### 3 – REGISTRO E CLASSIFICAÇÃO DO MEIO DE HOSPEDAGEM

**3.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM COM NECESSIDADE DE CADASTRO NO ÓRGÃO OFICIAL DE TURISMO:** Em caso de existência, indicar o número de cadastro do Órgão Oficial de Turismo, e em que tipo de estabelecimento o meio de hospedagem está cadastrado, de acordo com a legislação.

São Meios de Hospedagem com Necessidade de Cadastro:

**Hotel:** Estabelecimento comercial de hospedagem que oferece aposentos mobiliados para ocupação eminentemente temporária.

**Hotel Histórico:** mesma definição do hotel convencional, acrescentando-se o fato do imóvel ser um prédio histórico.

**Hotel de Lazer/Resort:** Estabelecimento comercial de hospedagem que tem seu maior atrativo na recreação e nos esportes.

**Pousada:** Estabelecimento comercial de hospedagem, sem parâmetros pré definidos de classificação. Caracteriza-se pela hospitalidade, ambientação aconchegante, paisagismo do entorno, serviços com atendimento personalizado e integração à região.

**Hotel de Selva/Lodge:** Estabelecimento comercial de hospedagem situado em áreas de selva densa ou em áreas naturais protegidas.

**Apart-hotel/flat/condohotel:** Estabelecimento comercial de hospedagem eminentemente temporária no qual investidores particulares são proprietários de unidades habitacionais, disponibilizando-as para aluguel como meio de hospedagem através do pool de proprietários e da administração de uma empresa especializada neste tipo de negócio.

No campo “Classificação Oficial”: indicar a categoria (estrelas) na qual o meio de hospedagem está classificado no Órgão Oficial de Turismo. Fornecer o número de classificação.

No campo “Outros Cadastros e Classificações”: indicar se o serviço/ equipamento de hospedagem é filiado a associações; se está inserido no Guia Quatro-Rodas; outras.

No campo: “Outros Meios de Hospedagem”: indicar outros estabelecimentos que não se enquadram nos itens anteriores.

### **3.2 MEIOS DE HOSPEDAGEM SEM NECESSIDADE DE CADASTRO**

São exemplos de meios de hospedagem sem necessidade de cadastro:

**Hospedaria:** Estabelecimentos de hospedagem, sem parâmetros predefinidos de classificação, nos quais se alugam quartos ou vagas.

**Pensão:** espécie de hotel geralmente pequeno e de caráter familiar, de preços mais baixos que os de um hotel comum.

**Motel:** hotel, localizado na beira das estradas de grande movimento, que aluga quartos ou apartamentos e tem relativa infra-estrutura como estacionamento para carros, restaurante etc. Pode ser também um estabelecimento que aluga quartos para encontros amorosos; hotel de alta rotatividade.

### **3.3 MEIOS DE HOSPEDAGEM EXTRA-HOTELEIROS**

São exemplos de meios de hospedagem extra-hoteleiros:

**Camping:** Estabelecimento comercial de locação de espaço, instalações e serviços, destinado à cessão individual de lotes para instalação de barracas e/ou estacionamento de trailers ou motorhomes.

**Albergue:** Estabelecimento comercial de hospedagem com instalações e serviços básicos que visam atender segmentos sociais com recursos financeiros modestos, como estudantes e aposentados. Apresenta unidades habitacionais simples, comportando quartos individuais ou dormitórios coletivos.

**Colônia de Férias:** grupo de crianças e adolescentes que gozam, juntos e sob controle de uma administração, as suas férias em determinado local. Também pode ser entendido como um estabelecimento ou local com instalações apropriadas que se destina a hospedar pessoas em gozo de férias, freqüentado por empregados de uma firma.

**3.4 OUTROS MEIOS DE HOSPEDAGEM:** O preenchimento deste campo deverá ocorrer somente no caso do meio de hospedagem não se enquadrar em nenhuma das categorias anteriores.

**Exemplos:**

**Bed & Breakfast:** Moradores, geralmente de bairros tradicionais ou cidades históricas, alugam seus quartos, transformando suas residências em meios de hospedagem econômico. O turista, além do quarto, tem direito a um café da manhã.

**Hotel Fazenda:** Estabelecimento comercial de hospedagem situado em propriedades rurais.

**Spa:** O Spa combina as características do hotel padrão, com instalações, serviços e equipamentos hospitalares, com atendimento nutricional, médico e de enfermagem em período integral.

#### 4- GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

**4.1 Nº DE EMPREGADOS:** Citar o volume de empregos gerados pela atividade econômica e – se somente um setor ou departamento da empresa estiver envolvido com a recepção de turistas – especificar o volume de pessoas envolvidas (especificar as quantidades dos empregos fixos e temporários).

**4.2 PERÍODO DE FUNCIONAMENTO:** Especificar se é PERMANENTE ou FINAIS DE SEMANA/FERIADOS e FESTAS ou TEMPORÁRIO (e, neste, especificar o período de funcionamento).

**4.3 TAXA DE OCUPAÇÃO ANUAL MÉDIA:** Informar, em porcentagem, a taxa de ocupação anual média e os meses de maior e menor ocupação do meio de hospedagem.

**4.4 MÊS DE MAIOR OCUPAÇÃO:** Mês/ meses em que o estabelecimento mantém o maior número de UH's ocupado.

**4.5 MÊS DE MENOR OCUPAÇÃO:** Mês/ meses em que o estabelecimento mantém o menor número de UH's ocupado.

**4.6 VALOR MÉDIO DAS DIÁRIAS:** Inserir o valor médio das diárias nas diferentes categorias de UH's.

#### CARACTERÍSTICAS GERAIS

##### 5 – UNIDADES HABITACIONAIS

Indicar o número total de UHs e de leitos, a quantidade de UHs por tipo, se há UH adaptada para pessoas com deficiência e as facilidades oferecidas em cada uma.

##### 6 – FACILIDADES NAS UHs

Indicar os equipamentos existentes nas UHs, tais como televisão, ar condicionado, ventilador, cofre, voltagem e outros.

##### 7 – MEIOS DE HOSPEDAGEM EXTRA-HOTELEIROS (CAMPING, COLÔNIA DE FÉRIAS E OUTROS)

Ao se tratar de camping, albergue e colônia de férias, especificar os serviços e equipamentos oferecidos.

##### 8 – TIPO DE DIÁRIA

Informar a composição básica da diária e o que está ou não incluído (sem café da manhã, com café da manhã; meia pensão; pensão completa).

#### SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS

**9 – ÁREA SOCIAL:** Indicar os serviços e equipamentos disponíveis para os hóspedes na área social, suas especificidades e adaptabilidade.

**10 – RECREAÇÃO E LAZER:** Indicar os serviços e equipamentos de recreação e lazer oferecidos, suas especificidades e adaptabilidade.

**11 – INSTALAÇÕES PARA EVENTOS:** Informar a existência de espaços e equipamentos como salas para reuniões, exposições, congressos e sua capacidade em número de pessoas sentadas (auditório), em pé (coquetel), suas especificidades e adaptabilidade.

## DESCRIÇÃO

**12 – RESTRIÇÕES AOS HÓSPEDES:** Especificar se existe alguma restrição aos hóspedes em termos de acessos de crianças, animais, horários de acesso ou outros para que seja gerado conforto, tranquilidade, segurança ou saúde e que não se caracterizem por qualquer tipo de manifestação discriminatória.

**13 – DESCRIÇÕES E OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES:** Fazer uma avaliação qualitativa do meio de hospedagem (ótimo, bom, regular, precário), de acordo com o estado de conservação, localização, higiene, cordialidade dos funcionários e outros.

## EQUIPE RESPONSÁVEL

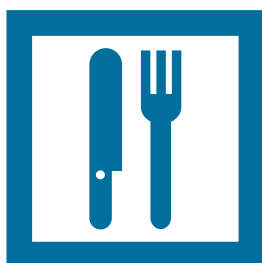
Especificar os dados completos dos agentes envolvidos no processo de inventariação do serviço/ equipamento de hospedagem. Estas informações são fundamentais para que os agentes sejam contatados pelos coordenadores do projeto de inventariação e para a certificação de participação no projeto. Informar nomes e contatos de coordenador do curso, professor(es) orientador(es), pessoa de contato (interlocutor) no município e responsável pelo preenchimento dos formulários.



# Formulário 09

## B2

# Serviços e Equipamentos para Gastronomia



**Manual do Pesquisador**

## **B2** ALIMENTAÇÃO

Serviços remunerados prestados por estabelecimentos que oferecem ao turista refeições, lanches ou bebidas e demais serviços complementares.

### **B.2.1 RESTAURANTES**

Estabelecimentos que se destinam à prestação de serviços de alimentação e que podem oferecer culinária internacional, regional, local ou típica.

### **B.2.2 BARES/CAFÉS/LANCHONETES**

Estabelecimentos que servem bebidas, sanduíches, petiscos e refeições ligeiras no balcão ou em pequenas mesas.

### **B.2.3 CASAS DE CHÁ/CONFEITARIAS**

Estabelecimentos onde são fabricados e comercializados doces e salgados.

### **B.2.3 CERVEJARIAS**

Estabelecimento onde são fabricados e/ou comercializados cerveja(s) e/ou chope(s).

### **B.2.3 QUIOSQUE/BARRACAS**

Estabelecimentos geralmente pequenos, nos quais são comercializados produtos alimentícios, artesanatos e conveniências.

### **B.2.3 SORVETERIAS**

Locais onde são vendidos sorvetes e outras iguarias.

### **B.2.3 CASAS DE SUCOS**

Locais onde são vendidos sucos variados e acompanhamentos.

### **B.2.3 OUTROS**

Outros tipos de serviços de alimentação que, por suas características e/ou peculiaridades, atendam à demanda turística.

# FORMULÁRIO 09

## SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA GASTRONOMIA

### CABEÇALHO

**UF:** Informar a sigla da Unidade da Federação;

**REGIÃO TURÍSTICA:** Informar o nome oficial da Região Turística;

**MUNICÍPIO:** Informar o nome oficial do Município;

**DISTRITO:** Citar, se for o caso, o nome do distrito onde se encontra o serviço/ equipamento para gastronomia;

**TIPO:** Preencher o tipo (de acordo com item anterior: TIPOS E SUBTIPOS);

**SUBTIPO:** Preencher o subtipo do serviço/ equipamento para gastronomia.

### IDENTIFICAÇÃO

#### 1- NOME

**1.1 NOME FANTASIA/ COMERCIAL:** Citar o nome fantasia/ comercial da empresa;

**1.2 NOME JURÍDICO:** Informar o nome jurídico/ razão social da empresa;

**1.3 NOME DA REDE/ HOLDING:** Citar, se for o caso, o nome da rede à qual a empresa ou entidade esteja integrada;

**1.4 CNPJ:** Citar o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

**1.5 NATUREZA DA ENTIDADE:** Informar se a natureza jurídica da empresa ou entidade é pública, privada, sindicato, associação ou, sendo outra a opção, citar.

**1.6 INÍCIO DA ATIVIDADE:** Informar a data de início das atividades da empresa ou entidade;

**1.7 TOMBAMENTO:** Informar, se for o caso, a data do tombamento da sede da empresa ou entidade, bem como a instituição responsável pelo tombamento (Ex: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN).

#### 2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA

**2.1 ENDEREÇO:** Citar o endereço (rua, nº, bairro, local, rodovia, CEP, bloco, quadra) ou outra referência que situe a empresa ou entidade, especialmente as localizadas na área rural. Se possível, anexar fotos e mapa de acesso ao serviço/ equipamento para gastronomia.

**2.2 TELEFONE/FAX:** Citar os números dos telefones e do fax e, se houver, telefone para reservas, não esquecendo de registrar o código DDD;



**2.3 SITE:** Informar o endereço – website - na Internet;

**2.4 E-MAIL:** Informar o endereço eletrônico na Internet;

**2.5 DESCRIÇÃO DOS ARREDORES E DISTÂNCIA DOS PRINCIPAIS PONTOS:** Descrever os arredores quanto à existência de bancos, shoppings, centros comerciais e outros. Especificar a distância até aeroportos, rodoviárias, pontos de táxi, pontos de ônibus e outros.

**2.6 PONTOS DE REFERÊNCIA:** Mencionar os pontos que sirvam como referência para o deslocamento de um visitante até o serviço/ equipamento para gastronomia.

**2.7 LOCALIZAÇÃO:** Circular o número correspondente à opção que informa se o atrativo está localizado em área Urbana, Rururbana ou Rural. Considera-se área urbana o local cuja ocupação seja própria da vida na cidade, apresentando caráter de cidade. Área rural é aquela relativa a ou própria do campo. É um local campestre, agrícola, rústico. Rururbana é a área pertencente a ou relacionada com o espaço resultante do encontro entre a área rural e a urbana. Trata-se de espaço físico diferenciado do restante da cidade onde, além do uso rural - áreas de cultivo, terrenos baldios e áreas de preservação ambiental – ocorre o uso urbano, havendo ocupações por: a) subúrbios com casas e população próximas à cidade; b) pequenos agrupamentos de casas em torno de uma fábrica antiga transferida para a área periférica ou uma nova construída no local; c) proliferação das propriedades unifamiliares.

### 3 – GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

**3.1 N° DE EMPREGADOS:** Citar o volume de empregos gerados pela atividade econômica e, se somente um setor ou departamento da empresa estiver envolvido com a recepção de turistas, especificar o volume de pessoas envolvidas (especificar as quantidades dos empregos fixos e temporários).

**3.2 PERÍODO DE FUNCIONAMENTO:** Especificar se é PERMANENTE ou FINAIS DE SEMANA/FERIADOS e FESTAS ou TEMPORÁRIO (e, neste, especificar o período de funcionamento).

**3.3 TAXA DE FREQUÊNCIA ANUAL MÉDIA:** Informar, em porcentagem, a taxa de frequência anual média e os meses de maior e menor movimento de clientes do serviço/ equipamento de gastronomia.

## CARACTERÍSTICAS GERAIS

**4. CAPACIDADE DO EMPREENDIMENTO:** Especificar o número de pessoas em pé, pessoas sentadas, mesas e comensais que o empreendimento comporta.

## FACILIDADES

**5. ADAPTAÇÕES E FACILIDADES PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA:** Especificar a existência de rampas de acesso, adaptação nos sanitários, menu e informativos em Braille e outras facilidades para pessoas com deficiência.

**6. SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS:** Indicar a existência de condições que constatarem ou não a qualidade dos serviços e equipamentos do estabelecimento.

**7. TIPOS DE CULINÁRIA:** Informar a(s) especialização(ões) da culinária do estabelecimento por NACIONALIDADE, TEMA e REGIÃO.

**7.2 POR SERVIÇO:** Marcar a(s) alternativa(s) correspondente(s) em relação ao(s) tipo(s) de serviço prestados pelo estabelecimento. Considera-se com serviço de **Table D'Hote** um estabelecimento com menu de preço fixo, não selecionável, no qual o preço é único para a refeição completa. Geralmente é servido com entrada, prato principal e sobremesa. **A la carte** é o estabelecimento onde o preço para cada item, bem como os itens servidos são prefixados e apresentados no cardápio. **Buffet** é o serviço no qual as bebidas e alimentos estão dispostos em uma mesa, para a escolha do cliente, e a cobrança é feita por pessoa. **Por quilo** é aquele serviço cujo preço é fixado por peso. Estabelecimento de **Comida Rápida- fast food** é aquele onde os alimentos e bebidas são preparados previamente e servidos com rapidez. Oferece serviço **Drive Thru** o estabelecimento onde os alimentos e bebidas são preparados previamente, embalados para viagem e servidos no automóvel do comprador. **Delivery/Entrega** é oferecido pelo estabelecimento com serviço de entrega de alimentos e bebidas em domicílio.

## DESCRIÇÃO

**8. DESCRIÇÕES E OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES:** Fazer uma avaliação qualitativa dos equipamentos e serviços (ótimo, bom, regular, precário), de acordo com o serviço, as condições de higiene do estabelecimento, cordialidade dos funcionários e outros. Especificar se existe alguma restrição aos clientes em termos de acessos de crianças, animais, horários de acesso ou outros para que seja gerado conforto, tranquilidade, segurança ou saúde e que não se caracterizem por qualquer tipo de manifestação discriminatória. Informar se no local existe estacionamento para ônibus, qual a capacidade, se possui infra-estrutura para receber grupos e quais as formas de pagamento aceitas pelo estabelecimento.

## EQUIPE RESPONSÁVEL

Especificar os dados completos dos agentes envolvidos no processo de inventariação do serviço/ equipamento para gastronomia. Estas informações são fundamentais para que os agentes sejam contatados pelos coordenadores do projeto de inventariação e para a certificação de participação no projeto. Informar nomes e contatos de coordenador do curso, professor(es) orientador(es), pessoa de contato (interlocutor) no município e responsável pelo preenchimento dos formulários.



# Formulário 10

## B3

# Serviços e Equipamentos de Agenciamento



## Manual do Pesquisador

### **B3** AGENCIAMENTO

Serviços remunerados prestados por estabelecimentos comerciais constituídos com o objetivo de desenvolver, com exclusividade, as atividades de produzir, vender ou intermediar a venda e a reserva de transporte, hospedagem, alimentação, eventos para fins considerados turísticos, sob a forma de excursões, pacotes ou em separado.

#### **B.3.1** AGÊNCIAS DE VIAGEM

São aquelas que prestam serviços de agenciamento dentro do território nacional.

#### **B.3.2** AGÊNCIAS DE VIAGEM E TURISMO

São aquelas que prestam serviços no Brasil e exterior, também chamadas de operadoras.

## FORMULÁRIO 10

### SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGENCIAMENTO

#### CABEÇALHO

**UF:** Informar a sigla da Unidade da Federação;

**REGIÃO TURÍSTICA:** Informar o nome oficial da Região Turística;

**MUNICÍPIO:** Informar o nome oficial do Município;

**DISTRITO:** Citar, se for o caso, o nome do distrito onde se encontra o serviço/ equipamento de agenciamento;

**TIPO:** Preencher o tipo (de acordo com item anterior: TIPOS E SUBTIPOS);

**SUBTIPO:** Preencher o subtipo do serviço/ equipamento de agenciamento.

#### IDENTIFICAÇÃO

##### **1- NOME**

**1.1 NOME FANTASIA/ COMERCIAL:** Citar o nome fantasia/ comercial da empresa;

**1.2 NOME JURÍDICO/ RAZÃO SOCIAL:** Informar o nome jurídico/ razão social da empresa;

**1.3 NOME DA REDE/ HOLDING:** Citar, se for o caso, o nome da rede à qual a empresa ou entidade esteja integrada;

**1.4 CNPJ:** Citar o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

**1.5 NATUREZA DA ENTIDADE:** Informar se a natureza jurídica da empresa ou entidade é pública, privada, sindicato, associação ou, sendo outra a opção, citar.

**1.6 INÍCIO DA ATIVIDADE:** Informar a data de início das atividades da empresa ou entidade;

**1.7 TOMBAMENTO:** Informar, se for o caso, a data do tombamento da sede da empresa ou entidade, bem como a instituição responsável pelo tombamento (Ex: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN).

## 2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA

**2.1 ENDEREÇO:** Citar o endereço (rua, nº, bairro, local, rodovia, CEP, bloco, quadra) ou outra referência que situe a empresa ou entidade, especialmente as localizadas na área rural. Se possível, anexar fotos e mapa de acesso ao serviço/ equipamento de agenciamento.

**2.2 TELEFONE/FAX:** Citar os números dos telefones e do fax e, se houver, telefone da central de vendas, não esquecendo de registrar o código DDD;

**2.3 SITE:** Informar o endereço – website - na Internet;

**2.4 E-MAIL:** Informar o endereço eletrônico na Internet;

**2.5 DESCRIÇÃO DOS ARREDORES E DISTÂNCIA DOS PRINCIPAIS PONTOS:** Descrever os arredores quanto à existência de bancos, shoppings, centros comerciais e outros. Especificar a distância até aeroportos, rodoviárias, pontos de táxi, pontos de ônibus e outros.

**2.6 PONTOS DE REFERÊNCIA:** Mencionar os pontos que sirvam como referência para o deslocamento de um visitante até o serviço/ equipamento de agenciamento.

**2.7 LOCALIZAÇÃO:** Circular o número correspondente à opção que informa se o atrativo está localizado em área Urbana, Rururbana ou Rural. Considera-se área urbana o local cuja ocupação seja própria da vida na cidade, apresentando caráter de cidade. Área rural é aquela relativa a ou própria do campo. É um local campestre, agrícola, rústico. Rururbana é a área pertencente a ou relacionada com o espaço resultante do encontro entre a área rural e a urbana. Trata-se de espaço físico diferenciado do restante da cidade onde, além do uso rural - áreas de cultivo, terrenos baldios e áreas de preservação ambiental – ocorre o uso urbano, havendo ocupações por: a) subúrbios com casas e população próximas à cidade; b) pequenos agrupamentos de casas em torno de uma fábrica antiga transferida para a área periférica ou uma nova construída no local; c) proliferação das propriedades unifamiliares.

## 3 – GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

**3.1 Nº DE EMPREGADOS:** Citar o volume de empregos gerados pela atividade econômica e – se somente um setor ou departamento da empresa estiver envolvido com a recep-

ção de turistas – especificar o volume de pessoas envolvidas (especificar as quantidades dos empregos fixos e temporários).

**3.2 PERÍODO DE FUNCIONAMENTO:** Especificar se é PERMANENTE ou FINAIS DE SEMANA/FERIADOS e FESTAS ou TEMPORÁRIO (e, neste, especificar o período de funcionamento).

## CARACTERÍSTICAS GERAIS

**4 – SERVIÇOS ESPECIALIZADOS:** Especificar os percentuais de vendas de turismo emissor e receptor. Escolher a faixa etária principal dos clientes e a renda média dos clientes. Citar os principais produtos/pacotes/roteiros oferecidos. Estimar o volume anual de turistas para os três principais roteiros.

## DESCRIÇÃO

**5 – DESCRIÇÕES E OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES:** Fazer uma avaliação qualitativa dos equipamentos e serviços (ótimo, bom, regular, precário), de acordo com a confiabilidade dos serviços, variedade de produtos e roteiros turísticos oferecidos, cordialidade dos funcionários e outros.

## EQUIPE RESPONSÁVEL

Especificar os dados completos dos agentes envolvidos no processo de inventariação do serviço/ equipamento de agenciamento. Estas informações são fundamentais para que os agentes sejam contatados pelos coordenadores do projeto de inventariação e para a certificação de participação no projeto. Informar nomes e contatos de coordenador do curso, professor(es) orientador(es), pessoa de contato (interlocutor) no município e responsável pelo preenchimento dos formulários.

# Formulário 11

## B4

### Serviços e Equipamentos para Transporte



**Manual do Pesquisador**



### **B4** TRANSPORTES

Meios de locomoções, que podem ser terrestres (ferroviário e rodoviário), aquaviários ou aéreos.

#### **B.4.1** TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS

Serviços e equipamentos prestados para promover o deslocamento de pessoas, por via terrestre e hidrovia. Os serviços e equipamentos de transporte turístico têm a finalidade específica de realizar excursões, traslados e outras programações turísticas, em veículos terrestres ou embarcações.

As transportadoras aéreas, de modo geral, não são consideradas transportadoras turísticas.

#### **B.4.2** LOCADORAS

Empresas que oferecem aluguel de automóveis, barcos, aeronaves etc, utilizados para fins turísticos.

#### **B.4.3** TÁXIS

Veículo destinado ao transporte de passageiros, mediante pagamento, para um local determinado.

#### **B.4.4** OUTROS

Outros tipos de transportes que, por suas características e/ou peculiaridades, atendam à demanda turística.

## FORMULÁRIO 11

### SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA TRANSPORTE

#### CABEÇALHO

**UF:** Informar a sigla da Unidade da Federação;

**REGIÃO TURÍSTICA:** Informar o nome oficial da Região Turística;

**MUNICÍPIO:** Informar o nome oficial do Município;

**DISTRITO:** Citar, se for o caso, o nome do distrito onde se encontra o serviço/ equipamento para transporte;

**TIPO:** Preencher o tipo (de acordo com item anterior: TIPOS E SUBTIPOS);

**SUBTIPO:** Preencher o subtipo do serviço/ equipamento para transporte.

## IDENTIFICAÇÃO

### 1- NOME

**1.1 NOME FANTASIA/ COMERCIAL:** Citar o nome fantasia/ comercial da empresa;

**1.2 NOME JURÍDICO/ RAZÃO SOCIAL:** Informar o nome jurídico/ razão social da empresa;

**1.3 NOME DA REDE/ HOLDING:** Citar, se for o caso, o nome da rede à qual a empresa ou entidade esteja integrada;

**1.4 CNPJ:** Citar o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

**1.5 NATUREZA DA ENTIDADE:** Informar se a natureza jurídica da empresa ou entidade é pública, privada, sindicato, associação ou, sendo outra a opção, citar.

**1.6 INÍCIO DA ATIVIDADE:** Informar a data de início das atividades da empresa ou entidade;

**1.7 NÚMERO DE REGISTRO EM ÓRGÃO OFICIAL DE TURISMO OU OUTRA ENTIDADE DE REGULAÇÃO DO SETOR:** Para fins do decreto 5406, parágrafo 5º, consideram-se transportadoras turísticas, as prestadoras de serviços turísticos autorizados pelos órgãos governamentais competentes a fazer transporte coletivo de passageiros, na categoria fretamento turístico, e transporte aquaviário, na categoria ou atividade turismo, número de registro em Órgãos de Turismo ou outras entidades (DAER, DNIT, etc.).

### 2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA

**2.1 ENDEREÇO:** Citar o endereço (rua, nº, bairro, local, rodovia, CEP, bloco, quadra) ou outra referência que situe a empresa ou entidade, especialmente as localizadas na área rural. Se possível, anexar fotos e mapa de acesso à empresa.

**2.2 TELEFONE/FAX:** Citar os números dos telefones e do fax, não esquecendo de registrar o código DDD;

**2.3 SITE:** Informar o endereço – website - na Internet;

**2.4 E-MAIL:** Informar o endereço eletrônico na Internet;

**2.5 LOCALIZAÇÃO:** Circular o número correspondente à opção que informa se o atrativo está localizado em área Urbana, Rururbana ou Rural. Considera-se área urbana o local cuja ocupação seja própria da vida na cidade, apresentando caráter de cidade. Área rural é aquela relativa a ou própria do campo. É um local campestre, agrícola, rústico. Rururbana é a área pertencente a ou relacionada com o espaço resultante do encontro entre a área rural e a urbana. Trata-se de espaço físico diferenciado do restante da cidade onde, além do uso rural - áreas de cultivo, terrenos baldios e áreas de preservação ambiental – ocorre o uso urbano, havendo ocupações por: a) subúrbios com casas e população

próximas à cidade; b) pequenos agrupamentos de casas em torno de uma fábrica antiga transferida para a área periférica ou uma nova construída no local; c) proliferação das propriedades unifamiliares.

### 3 – GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

**3.1 N° DE EMPREGADOS:** Citar o volume de empregos gerados pela atividade econômica e – se somente um setor ou departamento da empresa estiver envolvido com a recepção de turistas – especificar o volume de pessoas envolvidas (Especificar as Quantidades dos empregos permanentes e temporários).

**3.2 PERÍODO DE FUNCIONAMENTO:** Informar se o empreendimento funciona durante todo o ano ou apenas em alguns meses e dias específicos. Nesse caso, informar os meses e dias e o horário de funcionamento (abertura e encerramento).

## CARACTERÍSTICAS GERAIS

**4. ABRANGÊNCIA:** Especificar a característica das linhas é municipal, intermunicipal, interestadual ou internacional.

**5. TIPOS DE SERVIÇO:** Especificar se os serviços são excursão, passeio local, especial e traslado. Poderá ser assinalada mais de uma opção. Se o serviço for de Linha concedida, especificar no item DESCRIÇÃO. Para este item consultar Glossário e Decreto 5.406 de 30/ 03/ 2005. Considera-se **excursão** um passeio recreativo, de estudo ou de observação, muitas vezes em grupo, não raro orientado por um guia. (Ex. excursão para Aparecida do Norte-SP, aberto a quem se dispuser a pagar). **Especial** é um passeio exclusivo para determinado indivíduo ou grupo; privativo, reservado (Ex. especial para congresso, festa de família, exclusivo para o contratante e para quem for do desejo dele). **Passeio local** é um trajeto de certa extensão, sem deslocamento para outras regiões, percorrido como exercício ou lazer (Ex. City Tour). **Traslado** é o deslocamento, com fim exclusivo de transporte, oferecido por empresa especializada entre locais pré-determinados. (Ex. traslado aeroporto- hotel).

**6. PERFIL DOS VEÍCULOS:** Especificar a quantidade de veículos, idade média, veículos adaptados, oferta de lugares sentados e a categoria (jipes, vans, carros de aluguel, microônibus, ônibus de convencional, ônibus executivo, ônibus turístico, barcos entre outros). Detalhar, para ônibus, a carroceria e o chassi.

**7. SERVIÇOS:** Especificar as principais linhas, roteiros ou passeios oferecidos. Nos horários, fornecer a fonte (site, telefone, ou outros) quando forem muitos horários. Citar volume médio anual de passageiros/clientes. No caso de locadoras de veículos, o volume de aluguéis e a quilometragem percorrida pela frota.

## DESCRIÇÃO

**8. DESCRIÇÕES E OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES:** Fazer uma avaliação qualitativa dos equipamentos e serviços (ótimo, bom, regular, precário), de acordo com o estado de conservação dos veículos, registro da empresa, habilitação, capacitação e cordialidade dos funcionários e outros.

## EQUIPE RESPONSÁVEL

Especificar os dados completos dos agentes envolvidos no processo de inventariação do serviço/ equipamento para transporte. Estas informações são fundamentais para que os agentes sejam contatados pelos coordenadores do projeto de inventariação e para a certificação de participação no projeto. Informar nomes e contatos de coordenador do curso, professor(es) orientador(es), pessoa de contato (interlocutor) no município e responsável pelo preenchimento dos formulários.



# Formulário 12

## B5

# Serviços e Equipamentos para Eventos



**Manual do Pesquisador**

### **B5** EVENTOS

Infra-estrutura e serviços específicos para a realização de congressos, convenções, exposições, feiras, shows e outros.

#### **B.5.1 CENTROS DE CONVENÇÕES/CONGRESSOS**

Equipamentos que têm infra-estrutura específica para a realização de congressos, convenções, exposições, feiras e outros.

#### **B.5.2 PARQUES/PAVILHÕES DE EXPOSIÇÕES**

Áreas permanentes, com instalações próprias, para a realização de exposições agrícolas, industriais, comerciais etc.

#### **B.5.3 AUDITÓRIOS/SALÕES DE CONVENÇÕES**

Salas e/ou conjuntos de salas acusticamente preparadas para a realização de palestras, conferências, cursos etc., normalmente integradas a meios de hospedagem.

#### **B.5.4 EMPRESAS ORGANIZADORAS/PROMOTORAS DE EVENTOS**

Empresas que prestam serviços para a organização de congressos, convenções, seminários ou eventos congêneres.

#### **B.5.5 OUTROS SERVIÇOS/EQUIPAMENTOS ESPECIALIZADOS**

Outros tipos de serviços e equipamentos utilizados em eventos que, por suas características e/ou peculiaridades, atendam à demanda turística.

## FORMULÁRIO 05

### SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS

#### CABEÇALHO

**UF:** Informar a sigla da Unidade da Federação;

**REGIÃO TURÍSTICA:** Informar o nome oficial da Região Turística;

**MUNICÍPIO:** Informar o nome oficial do Município;

**DISTRITO:** Citar, se for o caso, o nome do distrito onde se encontra o serviço/ equipamento para eventos;

**TIPO:** Preencher o tipo (de acordo com item anterior: TIPOS E SUBTIPOS);

**SUBTIPO:** Preencher o subtipo do serviço/ equipamento para eventos.

## IDENTIFICAÇÃO

### 1 – NOME

**1.1 NOME FANTASIA/ COMERCIAL:** Citar o nome fantasia/ comercial da empresa;

**1.2 NOME JURÍDICO/ RAZÃO SOCIAL:** Informar o nome jurídico/ razão social da empresa;

**1.3 NOME DA REDE/ HOLDING:** Citar, se for o caso, o nome da rede à qual a empresa ou entidade esteja integrada;

**1.4 CNPJ:** Citar o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, caso exista;

**1.5 NATUREZA DA ENTIDADE:** Informar se a natureza jurídica da empresa ou entidade é pública, privada, sindicato, associação ou, sendo outra a opção, citar;

**1.6 INÍCIO DA ATIVIDADE:** Informar a data de início das atividades da empresa ou entidade.

### 2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA

**2.1 ENDEREÇO:** Citar o endereço (rua, nº, bairro, local, rodovia, CEP, bloco, quadra) ou outra referência que situe a empresa ou entidade, especialmente as localizadas na área rural. Se possível, anexar fotos e mapa de acesso à empresa.

**2.2 TELEFONE/FAX:** Citar os números dos telefones e do fax, não esquecendo de registrar o código DDD;

**2.3 SITE:** Informar o endereço – website - na Internet;

**2.4 E-MAIL:** Informar o endereço eletrônico na Internet;

**2.5 DESCRIÇÃO DOS ARREDORES E DISTÂNCIA DOS PRINCIPAIS PONTOS:** Descrever os arredores quanto à existência de bancos, meios de hospedagem, restaurantes, shoppings, centros comerciais e outros. Especificar a distância até aeroportos, rodovias, pontos de táxi, pontos de ônibus e outros.

**2.6 LOCALIZAÇÃO:** Circular o número correspondente à opção que informa se o atrativo está localizado em área Urbana, Rururbana ou Rural. Considera-se área urbana o local cuja ocupação seja própria da vida na cidade, apresentando caráter de cidade. Área rural é aquela relativa a ou própria do campo. É um local campestre, agrícola, rústico. Rururbana é a área pertencente a ou relacionada com o espaço resultante do encontro entre a área rural e a urbana. Trata-se de espaço físico diferenciado do restante da cidade onde,



além do uso rural - áreas de cultivo, terrenos baldios e áreas de preservação ambiental – ocorre o uso urbano. havendo ocupações por: a) subúrbios com casas e população próximas à cidade; b) pequenos agrupamentos de casas em torno de uma fábrica antiga transferida para a área periférica ou uma nova construída no local; c) proliferação das propriedades unifamiliares.

### 3 – GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

**3.1 Nº DE EMPREGADOS:** Citar o volume de empregos gerados pela atividade econômica e – se somente um setor ou departamento da empresa estiver envolvido com a recepção de turistas – especificar o volume de pessoas envolvidas (Especificar as Quantidades dos empregos permanentes e temporários).

**3.2 PERÍODO DE FUNCIONAMENTO:** Informar se o empreendimento funciona durante todo o ano ou apenas em alguns meses e dias específicos. Nesse caso, informar os meses e dias e o horário de funcionamento (abertura e encerramento).

## CARACTERÍSTICAS GERAIS

**4 – ESPAÇO FÍSICO:** Informar a área total em m<sup>2</sup>, o número de auditórios, salas e sua respectiva capacidade de atendimento. Informar o nome e a capacidade de cada um deles (sentados).

**5 – ÁREA PARA FEIRAS E EXPOSIÇÕES:** Informar a área total coberta e descoberta em m<sup>2</sup> disponível para exposições, feiras, shows e outras áreas disponíveis.

**6 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE APOIO:** Relacionar os equipamentos e serviços de apoio para os eventos, tais como: retroprojeto, projetor Multimídia, tv/vídeos, telas, tradução simultânea, serviço de eletricista, ar condicionado, telefonia, internet, etc.

**7 – OUTRAS INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS:** Indicar a existência de outras facilidades.

## DESCRIÇÃO

**8 – DESCRIÇÕES E OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES:** Fazer uma avaliação qualitativa dos equipamentos e serviços (ótimo, bom, regular, precário).

## EQUIPE RESPONSÁVEL

Especificar os dados completos dos agentes envolvidos no processo de inventariação do serviço/ equipamento para eventos. Estas informações são fundamentais para que os agentes sejam contatados pelos coordenadores do projeto de inventariação e para a certificação de participação no projeto. Informar nomes e contatos de coordenador do curso, professor(es) orientador(es), pessoa de contato (interlocutor) no município e responsável pelo preenchimento dos formulários.

# Formulário 13

## B6

# Serviços e Equipamentos de Lazer e Entretenimento



**Manual do Pesquisador**

### **B6 LAZER E ENTRETENIMENTO**

Conjunto de instituições educacionais de um município, responsáveis pelo nível de instrução da população residente e pela qualidade da mão-de-obra disponível para a prestação dos serviços turísticos.

#### **B.6 LAZER E ENTRETENIMENTO**

Infra-estrutura e serviços prestados com o objetivo de proporcionar diversão, recreação e outras atividades de lazer.

##### **B.6.1 PARQUES DE DIVERSÕES/TEMÁTICOS**

Áreas delimitadas ou restritas, contando com serviços e equipamentos adequados para a animação e lazer em uma localidade. Exs.: Play Center, em São Paulo; Beach Park, em Fortaleza. Os parques temáticos são desenvolvidos em torno de um tema específico. Ex.: Parque da Mônica, em São Paulo.

##### **B.6.2 PARQUES/JARDINS/PRAÇAS**

Áreas destinadas ao lazer, com tratamento paisagístico, podendo ou não ter instalações desportivas.

##### **B.6.3 CLUBES**

Podem ser associação, grêmio esportivo, cultural, recreativo etc. Têm instalações para a prática esportiva, recreação, reuniões, etc., franqueadas somente à seus associados. Alguns podem ser utilizados também pelo turista.

##### **B.6.4 PISTAS DE PATINAÇÃO/MOTOCROSS/BICICROSS**

Locais, pavimentados ou não, com graus de dificuldade adequados para a prática de patinação, motocross ou bicicross.

##### **B.6.5 ESTÁDIOS/GINÁSIOS/QUADRAS**

Campos de jogos desportivos; locais cobertos para a prática de ginástica e outros esportes; locais onde se realizam competições e jogos.

##### **B.6.6 HIPÓDROMOS/AUTÓDROMOS/KARTÓDROMOS**

Espaços adequados para corridas de cavalos, automóveis, karts etc.

##### **B.6.7 MARINAS/ATRACADOUROS**

Portos de recreio e pontos de atracação, construídos para abrigar embarcações de pequeno e médio porte e oferecer equipamentos de lazer e serviços mecânicos aos velejadores em trânsito.

São construídos segundo critérios que atendam ao controle de possíveis impactos ambientais.

#### **B.6.8 MIRANTES/BELVEDERES**

Pavilhões situados em lugares altos e bastante desabrigados para que deles se possam apreciar vistas panorâmicas.

#### **B.6.9 PRESTADORES DE SERVIÇOS DE LAZER E ENTRETENIMENTO**

Empresas e profissionais especializados na organização e promoção de eventos programados.

#### **B.6.10 BOATES/DISCOTECAS**

Estabelecimentos de diversão que têm pista de dança e apresentam música ao vivo ou mecânica e, às vezes, shows artísticos.

#### **B.6.11 CASAS DE ESPETÁCULOS**

Estabelecimentos de diversão noturna para shows artísticos.

#### **B.6.12 CASAS DE DANÇAS**

Estabelecimentos de diversão noturna que têm pista de dança.

#### **B.6.13 CINEMAS**

Salas de espetáculos onde se projetam filmes.

#### **B.6.14 PISTAS DE BOLICHE/CAMPOS DE GOLFE**

Pistas de boliche: locais específicos para a prática de jogos de boliche. Campos de golfe: locais específicos para a prática de golfe.

#### **B.6.15 PARQUES AGROPECUÁRIOS/DE VAQUEJADAS**

Parques agropecuários: Locais destinados à realizações de exposições, eventos e comercialização de produtos agropecuários.

Parques de vaquejadas: Locais destinados à realizações do esporte vaquejada, cujo objetivo é derrubar o boi no local demarcado na arena.

#### **B.6.16 OUTROS LOCAIS**

Outras instalações onde seja possível a prática de atividades desportivas e/ou recreacionais, desde que abertas ao público em geral. Exs.: quadras de escolas de samba, arenas de rodeio, currais de bois etc.

# FORMULÁRIO 13

## SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA LAZER E ENTRETENIMENTO

### CABEÇALHO

**UF:** Informar a sigla da Unidade da Federação;

**REGIÃO TURÍSTICA:** Informar o nome oficial da Região Turística;

**MUNICÍPIO:** Informar o nome oficial do Município;

**DISTRITO:** Citar, se for o caso, o nome do distrito onde se encontra o serviço/ equipamento;

**TIPO:** Preencher o tipo (de acordo com item anterior: TIPOS E SUBTIPOS);

**SUBTIPO:** Preencher o subtipo do serviço/ equipamento lazer e entretenimento.

### IDENTIFICAÇÃO

#### 1 – NOME

**1.1 NOME FANTASIA/ COMERCIAL:** Citar o nome fantasia/ comercial da empresa;

**1.2 NOME JURÍDICO/ RAZÃO SOCIAL:** Informar o nome jurídico/ razão social da empresa;

**1.3 NOME DA REDE/ HOLDING:** Citar, se for o caso, o nome da rede à qual a empresa ou entidade esteja integrada;

**1.4 CNPJ:** Citar o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, caso exista;

**1.5 NATUREZA DA ENTIDADE:** Informar se a natureza jurídica da empresa ou entidade é pública, privada, sindicato, associação ou, sendo outra a opção, citar.

**1.6 INÍCIO DA ATIVIDADE:** Informar a data de início das atividades da empresa ou entidade;

**1.7 REGISTRO OU FILIAÇÕES:** Informar o número ou registro no Órgão de Turismo ou em outras entidades, caso exista.

#### 2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA

**2.1 ENDEREÇO:** Citar o endereço (rua, nº, bairro, local, rodovia, CEP, bloco, quadra) ou outra referência que situe a empresa ou entidade, especialmente as localizadas na área rural. Se possível, anexar fotos e mapa de acesso à empresa.

**2.2 TELEFONE/FAX:** Citar os números dos telefones e do fax, não esquecendo de registrar o código DDD;

**2.3 SITE:** Informar o endereço – website - na Internet;

**2.4 E-MAIL:** Informar o endereço eletrônico na Internet;

**2.5 LOCALIZAÇÃO:** Circular o número correspondente à opção que informa se o atrativo está localizado em área Urbana, Rururbana ou Rural. Considera-se área urbana o local cuja ocupação seja própria da vida na cidade, apresentando caráter de cidade. Área rural

é aquela relativa a ou própria do campo. É um local campestre, agrícola, rústico. Rururbana é a área pertencente a ou relacionada com o espaço resultante do encontro entre a área rural e a urbana. Trata-se de espaço físico diferenciado do restante da cidade onde, além do uso rural - áreas de cultivo, terrenos baldios e áreas de preservação ambiental – ocorre o uso urbano, havendo ocupações por: a) subúrbios com casas e população próximas à cidade; b) pequenos agrupamentos de casas em torno de uma fábrica antiga transferida para a área periférica ou uma nova construída no local; c) proliferação das propriedades unifamiliares.

### 3 – GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

**3.1 Nº DE EMPREGADOS:** Citar o volume de empregos gerados pela atividade econômica e – se somente um setor ou departamento da empresa estiver envolvido com a recepção de turistas – especificar o volume de pessoas envolvidas (especificar as quantidades dos empregos permanentes e temporários).

**3.2 PERÍODO DE FUNCIONAMENTO:** Informar se o empreendimento funciona durante todo o ano ou apenas em alguns meses e dias específicos. Nesse caso, informar os meses e dias e o horário de funcionamento (abertura e encerramento).

## CARACTERÍSTICAS GERAIS

**4 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE APOIO:** Informar os equipamentos, instalações e os serviços existentes que mais se destacam.

**5 – PRINCIPAIS ATIVIDADES:** Caracterizar o tipo de serviços, atividades e equipamentos oferecidos, como por exemplo: parque temático, natural, aquático, espaços culturais e outros.

## DESCRIÇÃO

**6 – DESCRIÇÕES E OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES:** Fazer uma avaliação qualitativa dos equipamentos e serviços (ótimo, bom, regular, precário), de acordo com a segurança, cordialidade dos funcionários e outros.

## EQUIPE RESPONSÁVEL

Especificar os dados completos dos agentes envolvidos no processo de inventariação do serviço/ equipamento para lazer e entretenimento. Estas informações são fundamentais para que os agentes sejam contatados pelos coordenadores do projeto de inventariação e para a certificação de participação no projeto. Informar nomes e contatos de coordenador do curso, professor(es) orientador(es), pessoa de contato (interlocutor) no município e responsável pelo preenchimento dos formulários.



# Formulário 07

## B7

# Outros Serviços e Equipamentos Turísticos



**Manual do Pesquisador**



# B7

## OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Serviços e equipamentos utilizados pelo visitante como informações, entidades e associações de prestadores de serviços turísticos, guias de turismo cadastrados no órgão oficial de turismo, condutores de visitantes, pilotos, etc; quaisquer outros serviços, equipamentos e estabelecimentos não-contemplados nos itens anteriores e que sejam utilizados para fins turísticos.

### B.7.1 INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

Dados e especificações compilados e sistematizados com o objetivo de orientar e informar os turistas sobre atrativos, serviços e equipamentos turísticos de determinado local.

#### 7.1.1 CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA

Local mantido por órgão oficial de turismo ou mesmo por associações e particulares, com o objetivo de prestar informações ao turista, proporcionando-lhe melhor estada.

### B.7.2 ENTIDADES/ASSOCIAÇÕES/PRESTADORES DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

Entidades públicas ou privadas que prestam serviços de interesse para a atividade turística local, tais como Convention Bureau, associações de classe e outras, além de prestadores de serviços autônomos, como guias de turismo etc.

### B.7.3 OUTROS

Outros tipos de serviços e equipamentos turísticos que, por suas características e/ou peculiaridades, atendam à demanda turística.

# FORMULÁRIO 14

## OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

### CABEÇALHO

**UF:** Informar a sigla da Unidade da Federação;

**REGIÃO TURÍSTICA:** Informar o nome oficial da Região Turística;

**MUNICÍPIO:** Informar o nome oficial do Município;

**DISTRITO:** Citar, se for o caso, o nome do distrito onde se encontra o serviço/ equipamento turístico;

**TIPO:** Preencher o tipo (de acordo com item anterior: TIPOS E SUBTIPOS);

**SUBTIPO:** Preencher o subtipo do serviço/ equipamento turístico.

## IDENTIFICAÇÃO

### 1 – NOME

**1.1 NOME FANTASIA/ COMERCIAL:** Citar o nome fantasia/ comercial da empresa;

**1.2 NOME JURÍDICO/ RAZÃO SOCIAL:** Informar o nome jurídico/ razão social da empresa;

**1.3 NOME DA REDE/ HOLDING:** Citar, se for o caso, o nome da rede à qual a empresa ou entidade esteja integrada;

**1.4 CNPJ:** Citar o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, caso exista;

**1.5 NATUREZA DA ENTIDADE:** Informar se a natureza jurídica da empresa ou entidade é pública, privada, sindicato, associação ou, sendo outra a opção, citar.

**1.6 INÍCIO DA ATIVIDADE:** Informar a data de início das atividades da empresa ou entidade;

**1.7 REGISTRO OU FILIAÇÕES:** Informar o número ou registro no Órgão de Turismo ou em outras entidades, caso exista.

### 2 – LOCALIZAÇÃO E AMBIÊNCIA

**2.1 ENDEREÇO:** Citar o endereço (rua, nº, bairro, local, rodovia, CEP, bloco, quadra) ou outra referência que situe a empresa ou entidade, especialmente as localizadas na área rural. Se possível, anexar fotos e mapa de acesso à empresa.

**2.2 TELEFONE/FAX:** Citar os números dos telefones e do fax, não esquecendo de registrar o código DDD;

**2.3 SITE:** Informar o endereço – website - na Internet;

**2.4 E-MAIL:** Informar o endereço eletrônico na Internet;

**2.5 DESCRIÇÃO DOS ARREDORES E DISTÂNCIA DOS PRINCIPAIS PONTOS:** Descrever os arredores quanto à existência de bancos, restaurantes, shoppings, centros comerciais e outros. Especificar a distância até aeroportos, rodoviárias, pontos de táxi, pontos de ônibus e outros.

**2.6 LOCALIZAÇÃO:** Circular o número correspondente à opção que informa se o atrativo está localizado em área Urbana, Rururbana ou Rural. Considera-se área urbana o local cuja ocupação seja própria da vida na cidade, apresentando caráter de cidade. Área rural é aquela relativa a ou própria do campo. É um local campestre, agrícola, rústico. Rururbana é a área pertencente a ou relacionada com o espaço resultante do encontro entre a

área rural e a urbana. Trata-se de espaço físico diferenciado do restante da cidade onde, além do uso rural - áreas de cultivo, terrenos baldios e áreas de preservação ambiental – ocorre o uso urbano, havendo ocupações por: a) subúrbios com casas e população próximas à cidade; b) pequenos agrupamentos de casas em torno de uma fábrica antiga transferida para a área periférica ou uma nova construída no local; c) proliferação das propriedades unifamiliares.

### 3 – GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

**3.1 Nº DE EMPREGADOS:** Citar o volume de empregos gerados pela atividade econômica e – se somente um setor ou departamento da empresa estiver envolvido com a recepção de turistas – especificar o volume de pessoas envolvidas (especificar as quantidades dos empregos permanentes e temporários).

**3.2 PERÍODO DE FUNCIONAMENTO:** Informar se o empreendimento funciona durante todo o ano ou apenas em alguns meses e dias específicos. Nesse caso, informar os meses e dias e o horário de funcionamento (abertura e encerramento).

**3.3 TAXA DE OCUPAÇÃO ANUAL MÉDIA:** Informar qual é a taxa média de ocupação do último ano, assim como o mês com maior e menor ocupação.

## CARACTERÍSTICAS GERAIS

**4 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE APOIO:** Informar os equipamentos, instalações e os serviços existentes que mais se destacam.

**5 – PRINCIPAIS ATIVIDADES:** Caracterizar o tipo de serviços, atividades e equipamentos oferecidos, como por exemplo: parque temático, natural, aquático, espaços culturais e outros.

## DESCRIÇÃO

**6 – DESCRIÇÕES E OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES:** Fazer uma avaliação qualitativa dos equipamentos e serviços (ótimo, bom, regular, precário).

## EQUIPE RESPONSÁVEL

Especificar os dados completos dos agentes envolvidos no processo de inventariação do serviço/ equipamento turístico. Estas informações são fundamentais para que os agentes sejam contatados pelos coordenadores do projeto de inventariação e para a certificação de participação no projeto. Informar nomes e contatos de coordenador do curso, professor(es) orientador(es), pessoa de contato (interlocutor) no município e responsável pelo preenchimento dos formulários.

# BIBLIOGRAFIA

ABRAMOVAY, Ricardo. O Brasil Rural precisa de uma estratégia de desenvolvimento. In: **O Brasil precisa de uma estratégia de desenvolvimento**. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Brasília: 2001.

ACERENZA, Miguel Angel. **El turismo en las Américas: panorama general: posición de las Américas en el turismo mundial**. México. Cicatur, 1980.

AGUDELO, Hugo. **Globalização: geopolítica e meio ambiente**. GeoNotas. Maringá. v.1, nº2, out/dez1997.

ANDRADE, J.V. de A. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo, Ática, 1998.

AZEVEDO, Aroldo. **Brasil, a terra e o homem: bases físicas**. Rio de Janeiro: Nacional, 1990.

BENI, M.C. Política estratégica de desenvolvimento regional. Planejamento integrado do Turismo. In: **Turismo e desenvolvimento local**. Org. RODRIGUES, Adyr B. São Paulo: HUCITEC, 1997.

BIANCHINI, Valter. Estratégias para o desenvolvimento rural. In: **O Brasil precisa de uma estratégia de desenvolvimento**. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Brasília: 2001.

BOULLON, Roberto C. **Planificación del espacio turístico**. México: Trillas, 1985.

CÂMARA dos Deputados. **Agenda 21. Conferência Nas Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro, 92. Brasília, 1995.

CAMARGO, Haroldo L. Fundamentos Multidisciplinares: história. In: **Turismo: como aprender, como ensinar**. Org. TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

CARNEIRO, Maria José. **Camponeses, agricultores e pluriatividade**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 1998. CARDOSO, Adauto L. Notas sobre ética ambiental, reestruturação econômica e a formação dos blocos regionais. In: **Integração, revisão e relacionamento**. Org. LAVINAS, Lena. [s.l.], 1998.

CARDOSO, Lamartine. **Geografia geral do Brasil**. São Paulo: Hemus, 1976.

CARLOS, Ana Fani A. O lugar: mundialização e fragmentação. In: **Fim do século e globalização. O novo mapa do mundo**. [s.l.] [s.d.]

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: [s. n.], 1962.

CASTAÑEDA GUTIÉRREZ, Castillo. **Recursos naturales y turismo**. México: Limusa, 1983.

CORIOLOANO, Luzia. **Turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.

CRUZ, Rita de Cássia A. **Política de Turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

EMBRATUR. **Estudos do turismo brasileiro**. Brasília: Embratur, 1999.

EMBRATUR. **Guia para Oficinas de Treinamento dos Agentes Multiplicadores do Programa Nacional de Municipalização do Turismo**. Brasília: Embratur, 2001.

EMBRATUR. **Retratos de uma Caminhada: PNMT 8 anos**. Brasília: EMBRATUR, 2002.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GRAZIANO DA SILVA, José. Condicionantes para um novo modelo agrário e agrícola/ In: **Crise brasileira: anos 80 e Governo Collor**. São Paulo: CUT, 1993.

\_\_\_\_\_. Quem precisa de uma estratégia de desenvolvimento? In: **O Brasil Rural precisa de uma Estratégia de Desenvolvimento. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural**. Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2001.

GUERRA, Antônio Teixeira. **Dicionário geológico-geomorfológico**. Rio de Janeiro: IBGE, 1975.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz T. Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

HERNANDEZ PEÑA, Domingo. **Metodologia para a utilização do conhecimento turístico: análise da oferta turística**. Rio de Janeiro: Rio, 1974.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2000**, www.ibge.gov.br

IGNARRA L.R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

JAFARI, Jafar. **Modelos de Turismo: los aspectos socioculturales**. *Antropologies*: 1a época, nº2. 1994.

JARA, Carlos Júlio. **A sustentabilidade do desenvolvimento local: desafios de um processo em construção**. Brasília: IICA, 1998.

LEMOS, Leandro de. **O Valor Turístico na Economia da Sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005.

KRIPPENDORF, J. Le tourisme dans le système de la société industrielle. In: **La scienza dei sistemi per lo sviluppo del Turismo**. Org. SESSA, Alberto. Roma: Agnesotti, 1985.

LICÍNIO, Washington. **Geografia geral e do Brasil**. Belo Horizonte: Lê, 1982.

**METODOLOGIA para la realización de inventários turísticos**. Bogotá: Corporación Nacional de Turismo da Colombia, 1979.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional do Turismo 2003-2007**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

OLIVEIRA, Heloisa Gama de. Construindo com a paisagem. In: **Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar**. Org. MURTA, Maria Estela. ALBANO, Celina. Belo Horizonte: Editora UFMG; Terra Brasilis, 2002.

OMT. Organização Mundial de Turismo. **Introducción al Turismo**. Madrid: 1998.

OMT. Organização Mundial de Turismo. **Guia para Administradores Locais: Desarrollo Turístico Sostenible**. Madrid:1999.

OPPERMANN, M. **Tourism space in developing countries**. *Annals of Tourism Research*. London, v.20, 1995. OXINALDE, Miguel del R. **EcoTurismo. Nuevas formas de Turismo en el espacio rural**. Barcelona: Bosch, 1994. PADILLA, O de La T. **El Turismo - Fenómeno Social. Sección de Obras de Sociología. El Turismo**. Fondo de Cultura Económica. México, 1994.

PIRES, Paulo dos Santos. Interfaces Ambientais do Turismo. In: **Turismo: como aprender, como ensinar**. Org. TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

RUSCHMANN, Dóris. O Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. In: **Congresso Internacional sobre Turismo e Desenvolvimento Sustentável**. Universidade Federal de Santa Maria, 1998.

SALZARETTO, R; MAGNOLI, D. Geografia: o espaço geográfico. São Paulo: Moderna, 1998.

SEBRAE NACIONAL. **Cara Brasileira**. Brasília: SEBRAE. 2002.

# EQUIPE TÉCNICA

## Coordenação Geral

Tânia Brizolla

## Coordenação Técnica

Benita Maria Monteiro Mueller Rocktaeschel

## Elaboração

Cristiano Borges

Daniele Velozo

Marcos Gislon

## Equipe Técnica

Aline Sá

Bruno Wendling

Cristiano Borges

Daniele Velozo

Marcelo Abreu

Marcos Gislon

Nicole Facuri

Sáskia Lima

Sônia Dias

Taiana Paludo

Vera Dias

Walber Guimarães

Wilken Souto

## Estagiários

Francisca Ribeiro

Sérgio Rodrigues

## Colaboração

Juliana Viégas

Nicole Facuri

Walber Guimarães

Wilken Souto

## Responsáveis pelo Projeto-Piloto Rio Grande do Sul

Leandro de Lemos

Norma Martini Moesch



## MINISTÉRIO DO TURISMO

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo  
Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico  
Coordenação Geral de Regionalização

Esplanada dos Ministérios - Bloco U - 2º andar - sala 231  
Brasília - DF - Brasil - CEP 70065-900

[inventario@turismo.gov.br](mailto:inventario@turismo.gov.br)  
[www.turismo.gov.br/regionalizacao](http://www.turismo.gov.br/regionalizacao)

Ministério  
do Turismo

