



**MINISTÉRIO DO TURISMO**  
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo  
Departamento de Estruturação Articulação e Ordenamento Turístico  
Coordenação-Geral de Regionalização

## **I CHAMADA DE PROJETOS DE APOIO ÀS INICIATIVAS DE FORTALECIMENTO DAS INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAL**

**MTUR-IGR Nº 001/2010**

### **1. DA JUSTIFICATIVA**

A regionalização do turismo, implantada pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, lançado em abril de 2004, propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no País e se constitui no referencial da base territorial do Plano Nacional de Turismo (PNT).

Constitui, dessa forma, um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões, como estratégia orientadora dos demais macroprogramas, programas e ações do PNT.

A partir de 2007, ainda neste processo de estímulo às formações colegiadas, ganharam força, então, ações diretas por parte do Ministério do Turismo (MTur) para institucionalização, fortalecimento ou adequação das instâncias. Foi celebrado com o Instituto de Assessoria para o Desenvolvimento Humano um Termo de Parceria, cujo escopo assistiria às Instâncias de Governança Regionais no processo de desenvolvimento do turismo, estimulando a cada visita técnica a construção da sustentabilidade destas instâncias para o desenvolvimento do turismo nas regiões.

Ainda em curso, este trabalho do MTur com as Instâncias de Governança Regionais proporcionou a verificação de modelos ineficientes de planejamento e gestão da atividade turística comuns entre as organizações, que fragilizam e dificultam o amadurecimento destes colegiados.

A representatividade é conquista de poucos ainda. Muito menos representativo é o número de organizações desta natureza que por meio desta legitimidade alcançam, em seus processos de formalização, a legalidade, formando, em sua pluralidade de composição, massa crítica e gestores capacitados para conduzir a regionalização em seu nível de atuação.

Neste cenário de apoio à criação, fortalecimento e adequação das Instâncias de Governança Regionais e com o objetivo de fortalecer a gestão do Programa de Regionalização do Turismo nas regiões turísticas brasileiras, o Ministério do Turismo incrementa e avança em iniciativas que darão o aporte às Instâncias de Governança Regionais, para que se estabeleçam como protagonistas deste complexo e contínuo processo de desenvolvimento em seus territórios de abrangência.

Desta forma, o Ministério do Turismo - MTur, por intermédio da Coordenação Geral de Regionalização – CGRG, do Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, da

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, torna pública a realização da I Chamada de Projetos de Apoio às Iniciativas de Fortalecimento das Instâncias de Governança Regional.

## 2. DOS CONCEITOS

**PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL<sup>1</sup>:** O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no País, por meio da gestão descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional como estratégia orientadora dos demais programas e ações do PNT.

**REGIÃO TURÍSTICA<sup>2</sup>:** Espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território delimitado para fins de planejamento e gestão. Assim, a integração de municípios de um ou mais estados, ou de um ou mais países, pode constituir uma região turística.

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:** De acordo com Fischmann (1979), apud Petrocchi (2002), este tipo de planejamento define objetivos específicos; estabelecem diretrizes e normas; é voltado para decisões de longo prazo e grandes repercussões; e indica a direção a ser seguida.<sup>3</sup>

**PLANO ESTRATÉGICO DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO REGIONAL:** Produto final do planejamento estratégico, representado por um conjunto de documentos integrados e coordenados entre si. Principal instrumento para orientar a estratégia de desenvolvimento de uma região, é responsável pela definição de diretrizes gerais e estratégicas de um determinado projeto ou programa.<sup>4</sup>

**ATRATIVO TURÍSTICO<sup>5</sup>:** Locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los. Os atrativos turísticos podem ser naturais; culturais; atividades econômicas; eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas.

**PRODUTO TURÍSTICO<sup>6</sup>:** Conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, ofertado de forma organizada por um determinado preço. Rotas, roteiros e destinos turísticos podem se constituir em produtos turísticos, por exemplo.

<sup>1</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – uma viagem de inclusão**. Brasília, 2007.

<sup>2</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil**. Brasília, 2007.

<sup>3</sup> PETROCCHI, M. **Planejamento e gestão do turismo**. São Paulo: Futura, 2002.

<sup>4</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil**. Brasília, 2007

<sup>5</sup> Ibidem.

<sup>6</sup> Ibidem.

**ROTEIRO TURÍSTICO**<sup>7</sup>: Itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhes confere identidade. O roteiro turístico é definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística.<sup>8</sup>

**ROTEIRIZAÇÃO TURÍSTICA**<sup>9</sup>: é uma forma de organizar e integrar a oferta turística do País, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. É voltada para a construção de parcerias e promove a integração, o comprometimento, o adensamento de negócios, o resgate e a preservação dos valores socioculturais e ambientais da região.

**INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA REGIONAL (IGR)**<sup>10</sup>: A palavra Governança diz respeito ao ato de governar, conduzir, reger. As Instâncias de Governança são organizações representativas dos poderes público e privado, da sociedade civil organizada dos municípios componentes das regiões turísticas, que se constituem como espaços sociais de gestão compartilhada de assuntos e programas de interesse público. Podemos ainda dizer que instâncias de governança são as novas institucionalidades que representam as novas relações entre os diversos atores sociais, buscando assegurar a sustentabilidade do processo complexo de desenvolvimento.

**PARTICIPANTE**: Instâncias de governança regionais, cujos objetos estatutários e missão estejam em conformidade com o objeto do projeto concorrente e que possuam capacidade técnica e administrativa comprovada para executar o projeto, organizadas sob a forma de associações, conselhos, fóruns, agências, câmaras e comitês.

**ENTIDADE EXECUTORA** - Instituições privadas brasileiras sem fins lucrativos que integram a instância de governança regional participante, que possuam atribuições estatutárias e regimentais relacionadas aos projetos, que atuem em áreas relativas ao turismo, desenvolvimento local/sustentável e que possuam no mínimo 03 (três) anos de funcionamento regular, inclusive com inscrição no CNPJ/MF.

### 3. DOS OBJETIVOS

3.1. O objetivo desta seleção é a escolha de projetos de apoio às Iniciativas de Fortalecimento das Instâncias de Governança Regional, que estimulem a formação de redes de parcerias e cooperação técnicas e político-institucionais dos envolvidos, favorecendo o processo de sustentabilidade das 62 regiões turísticas, que possuem em seu território os 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.

---

<sup>7</sup> Ibidem.

<sup>8</sup> Ibidem.

<sup>9</sup> Ibidem.

<sup>10</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 3 – Institucionalização da Instância de Governança Regional**. Brasília, 2007.

## 4. DOS TEMAS DE APOIO

**4.1. GESTÃO COORDENADA:** consiste na formação de parcerias com vistas ao compartilhamento de responsabilidades, bem como o fortalecimento das IGRs. Também contempla a realização de ações que visem o desenvolvimento de habilidades e características da liderança para os membros das IGR. São exemplos de ações para este tema:

- ✓ Articular e fomentar a participação dos diversos parceiros e atores da IGR;
- ✓ Promover a integração e mobilização dos atores envolvidos;
- ✓ Elaborar e/ou executar o plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional, em parceria com os demais atores locais;
- ✓ Implementar ações/projetos contempladas no plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional;
- ✓ Produzir e disseminar dados e informações em âmbito regional;
- ✓ Realizar o inventário da oferta turística regional em consonância com a metodologia proposta por este MTur;
- ✓ Promover o processo de monitoria e avaliação do planejamento integrado e participativo;
- ✓ Realizar ações para fortalecer as atribuições de líderes, como facilitador, avaliador, realizador de previsões, conselheiro, habilitador, que tenha acuidade e agilidade, que realize uma reflexão estratégica e definição de papéis dos integrantes da instância de governança regional.

**4.2. ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS:** consiste no desenvolvimento de roteiros turísticos com vistas à organização, integração, ampliação e agregação de valor e atratividade à oferta turística brasileira. Contempla a consolidação e posicionamento de produtos turísticos existentes e/ou a elaboração de novos produtos de qualidade para o mercado interno e externo, com base nas estratégias da segmentação do turismo. São exemplos de ações para este tema:

- ✓ Identificar os diferenciais competitivos da região, de seus atrativos e empreendimentos turísticos, buscando o fomento ao conhecimento, a integração de atividades com outros segmentos e o envolvimento da comunidade local, valorizando a responsabilidade social;
- ✓ Buscar a formação de redes e parcerias entre comunidades locais, proprietários de áreas turísticas, empreendedores de equipamentos e serviços turísticos, gestores, órgãos oficiais de

turismo, incentivando a conservação do patrimônio natural e cultural, assim como o bem-estar das populações;

- ✓ Desenvolver estratégias para diminuir os impactos da sazonalidade, observando a capacidade de suporte das regiões e as possibilidades de agregação de atratividade, como por exemplo: desenvolver a roteirização turística, focada em estratégias de segmentação do turismo e com base na metodologia adotada pelo Ministério do Turismo;
- ✓ Aplicar o conceito da Economia da Experiência, como forma de qualificação da oferta turística, fortalecimento e consolidação de arranjos produtivos de pequenos negócios.
- ✓ Conhecer e aprofundar o perfil da demanda, ou seja, do turista real, assim como dos consumidores em potencial.
- ✓ Promover a pesquisa, sistematização e análise das legislações aplicáveis aos segmentos, adequando-se de forma a garantir o respeito a todas as normas estabelecidas.
- ✓ Promover ações de benchmarking (observação de boas práticas), com vistas à qualificação de serviços turísticos.
- ✓ Desenvolver modelos de gestão do turismo regional com foco na estratégia de segmentação de produtos turísticos, procurando envolver de forma participativa toda a cadeia produtiva relacionada com o segmento elencado.

**4.3. PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO:** consiste na comercialização de produtos turísticos, na tendência da segmentação, que, na concepção do Ministério do Turismo, diversifica e qualifica a oferta turística. São exemplos de ações para este tema:

- ✓ Criar materiais básicos de promoção e de divulgação dos programas/roteiros desenvolvidos, assim como materiais de orientação e de apoio aos serviços de receptivo, que tenham como diferenciais a acessibilidade e/ou de sustentabilidade social, ambiental e cultural.
- ✓ Desenvolver encontros de negócios, com vistas à inserção de produtos turísticos no mercado.
- ✓ Apoiar a elaboração de planos de marketing, promoção e apoio à comercialização.
- ✓ Desenvolver estratégias de posicionamento mercadológico dos produtos, bem como as ações de promoção e comercialização.
- ✓ Desenvolver plano de comunicação integrado para a região, com ações de promoção e apoio à comercialização.

- ✓ Executar outras ações de promoção de roteiros e serviços turísticos, com o fortalecimento da imagem do produto por meio do marketing responsável baseado na ética, legalidade e responsabilidade social.

## **5. DA PARTICIPAÇÃO**

5.1. Podem participar do processo seletivo os projetos apresentados por instâncias de governança regionais, cujos objetos estatutários e missão estejam em conformidade com o objeto do projeto concorrente e que possuam capacidade técnica e administrativa comprovada para executar o projeto, organizadas sob a forma de:

- ✓ Associações;
- ✓ Conselhos;
- ✓ Fóruns;
- ✓ Agências;
- ✓ Câmaras; e,
- ✓ Comitês.

5.2. Caso a IGR não seja constituída como pessoa jurídica ou não possua 3 (três) anos de existência legal, o projeto deverá ser proposto por meio de uma das entidades que a compõe, com Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ. Neste caso, a IGR deverá apresentar ata que comprove a indicação e a aprovação por todos os seus membros da entidade proponente.

5.3. Só poderá participar a IGR que tiver no mínimo 01 (um) ano de existência comprovada por meio de documentos autenticados em cartório;

5.4. A participação no processo de seleção implica ao interessado:

5.5. Observância dos regulamentos e responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados;

5.6 Aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes nesta seleção de projetos e anexos.

## **6. DA HABILITAÇÃO DA ENTIDADE EXECUTORA**

6.1. Estarão habilitadas as instituições sem fins lucrativos: instituições privadas brasileiras sem fins lucrativos que integram a instância de governança regional participante, que possuam atribuições estatutárias e regimentais relacionadas aos projetos, que atuem em áreas relativas ao turismo, desenvolvimento local/sustentável e que possuam no mínimo 03 (três) anos de funcionamento regular, inclusive com inscrição no CNPJ/MF.

6.2. A qualificação técnica e a capacidade operacional serão verificadas pela Comissão Técnica de Avaliação, de acordo com o Formulário de Inscrição da Instituição, Anexo I;

6.3. Os documentos exigidos são:

6.3.1. Cópia do cadastro no CNPJ/MF, com inscrição de no mínimo 03 (três) anos;

6.3.2. Cópia autenticada do estatuto registrado em cartório, ata da assembléia de eleição da diretoria e Termo de Posse dos dirigentes que respondem legalmente pela instituição, todos atualizados;

6.3.3. Formulário de Inscrição da Instituição, Anexo I;

6.3.4. Cópia da Cédula de Identidade e CPF/MF dos dirigentes que respondem legalmente pela instituição;

6.3.5. 01 (uma) cópia de uma das contas de água, luz ou telefone, dos últimos 03 (três) meses da entidade executora;

6.3.6. Declaração de funcionamento regular da instituição nos últimos 03 (três) anos, emitida no exercício de 2010, por 03 (três) autoridades públicas, preferencialmente, locais;

6.3.7. Cópia do certificado de Qualificação como OSCIP emitida pelo Ministério da Justiça, nos casos das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público;

6.3.8. Declaração da Contrapartida financeira ou, se não financeira, de bens e serviços economicamente mensuráveis, de acordo com o tamanho da população e da localização do município sede da entidade executora, em consonância com o que dispõe a Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO, Lei nº 12.017, de 12 de agosto de 2009 e Art. 20 da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008, que poderá ser:

a) 2% (dois por cento) e 4% (quatro por cento) para Municípios com até 50.000 (cinquenta mil) habitantes;

b) 4% (quatro por cento) e 8% (oito por cento) para Municípios acima de 50.000 (cinquenta mil) habitantes localizados nas áreas prioritárias definidas no âmbito da Política Nacional de Desenvolvimento Regional – PNDR, nas áreas da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE, da Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia – SUDAM e da Superintendência do Desenvolvimento do Centro-Oeste – SUDECO; e

c) 8% (oito por cento) e 40% (quarenta por cento) para os demais.

II – no caso dos Estados e do Distrito Federal:

a) 10% (dez por cento) e 20% (vinte por cento) se localizados nas áreas prioritárias definidas no âmbito da Política Nacional de Desenvolvimento Regional – PNDR, nas áreas da SUDENE, SUDAM e SUDECO; e

b) 20% (vinte por cento) e 40% (quarenta por cento) para os demais;

6.3.9. Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa, negativa ou com efeitos de negativa, em vigência, expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e Certidão Relativa á Contribuições Previdenciárias, em vigência, negativa ou com efeitos de negativa; e,

6.3.10. Relação de convênios e demais instrumentos firmados entre a proponente e o MTur nos últimos 03 (três) anos.

## **7. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA E DA INSCRIÇÃO**

7.1. As inscrições serão recebidas a partir do dia 30/07/2010 até as 18 horas do dia 30/08/2010.

7.2. As propostas apresentadas devem estar em consonância com o Macroprograma 4: REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO, do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – uma viagem de inclusão. “O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no País, por meio da gestão descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional como estratégia orientadora dos demais programas e ações do PNT.”<sup>11</sup>

7.3. O projeto básico deve estar totalmente preenchido, conforme Anexo II.

7.4. Período de vigência: para todo projeto apresentado o início da vigência não poderá ser anterior à 16/11/2010 e a execução deverá ser de até 06 (seis meses), contados a partir da assinatura do Convênio a ser celebrado entre o MTur e o proponente, podendo ser prorrogado, a critério do MTur e nos termos da base legal que rege a matéria;

7.5. Região de abrangência: indicar quais os municípios da região turística se beneficiarão com o projeto, devendo incluir o(s) destino(s) indutor(es); e,

7.6. O projeto deve ser enviado em folha de papel formato A4 (21,0 x 29,7 cm), texto cor preta (preferencialmente, modo automático), fontes *Times New Roman* ou *Arial* tamanho 12.

## **8. DA ENTREGA DO PROJETO**

8.1. O projeto deverá ser entregue no Ministério do Turismo, nos termos estabelecidos nesta seleção, via sedex ou protocolizados na Coordenação-Geral de Regionalização, no Shopping ID, localizado na SCN Qd. 06, Torre “A” Sala 1210 – 12º andar, CEP: 70.716-900, em Brasília - DF, até às 18h do dia 30 de agosto de 2010, devendo a proposta ser apresentada em um único envelope contendo:

8.1.1. Formulário de inscrição, disponível no sitio eletrônico: [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br) e Anexo I desta Chamada;

<sup>11</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional do Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão. Brasília, 2007.

8.1.2. Projeto Básico, Anexo II e;

8.1.3. Carta (s) de apoio do Interlocutor Estadual do Programa de Regionalização do Turismo;

8.2. Para candidaturas enviadas pelos correios será considerada a data de postagem do envelope.

8.3. O envelope deverá estar lacrado e identificado como “I Chamada de Projetos de Apoio às Iniciativas de Fortalecimento das Instâncias de Governança Regional - MTUR-IGR Nº 001/2010”, especificando o nome do proponente e o Objeto/Nome do projeto.

## 9. DO PROCESSO DE SELEÇÃO

9.1. O valor de repasse do Ministério do Turismo para cada uma das dez propostas aprovadas será de até R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

9.2. Uma proposta poderá contemplar os três subitens do item 4.

9.3. Não serão apoiadas propostas que contemplem **exclusivamente** ações do subitem 4.3. PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO.

9.4. As ações do subitem 4.3 PROMOÇÃO E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO a serem executadas com recursos que serão transferidos por este MTur estão limitadas ao valor de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

9.5. Será selecionada no máximo uma proposta por proponente de cada uma das 62 regiões turísticas, que possuem em seu território os 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, definidas no Mapa da Regionalização 2009, Anexo III desta Chamada.

9.6. Terão prioridade as propostas que contemplem:

9.6.1. Região com o maior número de empresas turísticas no CADASTUR até 30 de julho de 2010;

9.6.2. Nos casos de projetos em que estejam previstas ações do subitem 4.3 que estes contemplem os segmentos turísticos trabalhados por este MTur: ecoturismo, turismo de aventura, turismo de sol e praia, turismo náutico, negócios e eventos, turismo rural, turismo cultural, estudos e intercâmbios e pesca.

9.6.3. Maior investimento de recursos financeiros em contrapartida.

## 10. DOS IMPEDIMENTOS E MOTIVOS PARA O INDEFERIMENTO DA INSCRIÇÃO

10.1. Serão descartadas as propostas que:

10.1.1. Contemplem no Projeto Básico o apoio do MTur superior à R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

10.1.2. Não contemplem no Projeto Básico contrapartida financeira e/ou em bens e serviços economicamente mensuráveis;

10.1.3. Não estar o proponente e/ou o Projeto Básico inserido nas 62 regiões turísticas que possuam em seu território os 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.

10.1.4. Não atendam o disposto nos itens 5 e 6, inclusive os seus subitens, e os subitens 9.3 e 9.4.

10.1.5. O início da vigência seja anterior a data 16/11/2010 e o prazo de execução do projeto extrapole o período de 06 (seis) meses, conforme item 7.3.4.

## 11. DOS RESULTADOS E DA COMISSÃO TÉCNICA DE AVALIAÇÃO

11.1. O resultado dessa seleção de projetos será divulgado até o dia 24 de setembro de 2010, no sítio eletrônico do Ministério do Turismo, [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br).

11.2. As propostas selecionadas serão inseridas e geridas por meio do Sistema de Convênios do Governo Federal (Siconv), depois de qualificadas para celebração de Convênio com o MTur, sob a orientação da Comissão Técnica de Avaliação e em conformidade com o disposto na Lei nº 11.514/2007, na Lei nº 8.666/93, atualizada, no Decreto nº 6.170/07, atualizado, na Portaria Interministerial nº 127/2008, e legislação correlata.

## 12. DOS PRAZOS

PERÍODO	FASE
30/07/2010	LANÇAMENTO DO EDITAL NO PORTAL MTur E REDEREG
01/08 A 30/08	INSCRIÇÃO DOS PROJETOS
01/09 A 23/09	ANÁLISE E SELEÇÃO DE PROJETOS
24/09/2010	DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS NO PORTAL MTur E REDEREG
27/09 A 22/10	ORIENTAÇÃO E INSERÇÃO DOS PROJETOS NO SICONV
25/10 A 12/11	PRAZO FINAL PARA A CELEBRAÇÃO DOS CONVÊNIOS

## 13. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

13.1. O critério para avaliação das propostas é de natureza técnica, com base na decisão discricionária da Comissão Técnica de Avaliação, que deverá avaliar tanto os aspectos de alinhamento do Projeto apresentado às políticas públicas de turismo, quanto à relevância da temática, bem como seus aspectos formais e legais.

13.2. Todas as propostas selecionadas deverão ser inseridas no Siconv em um prazo máximo de 19 dias úteis, a partir da divulgação do resultado, previsto no item 11.1.

13.3. Será impossibilitado de celebrar convênio com o MTur o proponente selecionado que não cumprir o prazo estabelecido no item 13.2, supra.

13.4. Mais informações poderão ser obtidas por meio da Equipe Técnica: André Gustavo, Brena Coelho, Helenize Fernandes e Mônica Sabino, nos telefones (61) 2023-8142/8138/8144/8149.

13.5. Os casos omissos serão deliberados pela Comissão Técnica de Avaliação.

Brasília, 30 de julho de 2010

**ANA CLÉVIA GUERREIRO LIMA**  
Coordenadora  
Comissão Técnica de Avaliação

## ANEXO I

### Modelo de Formulário de Inscrição e apresentação de Proposta

#### 1. Dados cadastrais da entidade participante:

Nome da Instância de Governança Regional (IGR):
Nomes das entidades que compõem a IGR:
Endereço Completo:
Cidade/UF:
Telefone(s) para contato:
E-mail:
CNPJ:

#### 1.1. Identificação do Dirigente entidade participante:

Cargo/Função:
Nº do RG/Órgão Expedidor/UF
Telefone:
E-mail:
Região Turística:
Estado(s)/Município(s) envolvido(s):

#### 2. Dados cadastrais da entidade executora:

Nome da Entidade:
Endereço Completo:
Cidade/UF:
Telefone(s) para contato:
E-mail:
CNPJ:

**2.1. Identificação do Dirigente da entidade executora:**

Cargo/Função:
Nº do RG/Órgão Expedidor/UF
Telefone:
E-mail:
Região Turística:
Estado/Município(s) envolvido(s):

## Modelo de Projeto Básico

### ANEXO II

#### 1. Identificação do Projeto:

Título/Objeto:
Período de Execução:
Valor Total (R\$):
Região Turística:
Estado(s)/Município(s) envolvido(s):

#### 2. Apresentação (Quem somos? Por que podemos e queremos realizar este projeto?)

Apresentação do proponente contendo um breve histórico, a relação da missão e competências estatutárias às suas principais atividades, projetos mais relevantes e trabalhos atuais.

#### 3. Justificativa

Deverá conter as informações básicas que sustentam a necessidade do projeto e consolidam os resultados esperados por meio do projeto. Diante disso deve-se:

- Descrever as razões pelas quais se julga necessário executar o projeto e porque o mesmo foi proposto da forma pela qual é apresentado. Nesta parte deve ficar claro:
  - ✓ o problema (ou problemas) a ser(em) tratado(s) ou resolvido(s) pelo projeto, indicando a situação existente e aquela a ser alcançada com a implementação do projeto;
  - ✓ a necessidade do planejamento e gestão do turismo na(s) região(ões) turísticas que se pretende atuar etc.;
  - ✓ as mudanças esperadas com a implementação do projeto, como os resultados do serão utilizados e quem serão os beneficiados;
  - ✓ justificar possíveis sobreposições de ações.

## 4. Objetivos

- Os objetivos caracterizam, resumidamente, a finalidade do projeto. Eles devem ser claros, sucintos e diretos. Os objetivos são considerados como o resultado da implementação do projeto e podem ser subdivididos em *objetivo geral* do projeto e *objetivos específicos*, também chamados de resultados.

### 4.1. Objetivo Geral

- O Objetivo Geral define explicitamente o propósito do Projeto respondendo a pergunta: “Por que o projeto é realizado”? Em outras palavras, equivale a dizer “onde queremos chegar?”

### 4.2. Objetivos específicos

- Os objetivos específicos caracterizam as etapas intermediárias do Projeto, ou seja, descrevem, com detalhes, o objetivo geral. O conjunto dos objetivos específicos não pode ser mais abrangente do que a proposta do objetivo geral. Se isso ocorrer, deve-se fazer uma revisão de todos os objetivos para adequá-los uns aos outros. Há projetos em que apenas um objetivo é suficiente, de modo a não ser necessário detalhar o objetivo geral em objetivos específicos.

## 5. Metas

- As metas representam a qualificação e quantificação dos objetivos (geral e específicos) a serem alcançados pelo projeto, em um tempo pré-determinado (horizonte temporal). Os objetivos específicos apresentam os bens, produtos e serviços a serem disponibilizados e o conjunto dos objetivos específicos leva ao alcance do objetivo geral do projeto e quantifica os resultados esperados. Cada meta deve ser descrita claramente para indicar o resultado a ser alcançado e o tempo em que isso deve ocorrer. Para cada objetivo específico sugere-se a definição de pelo menos uma meta a ser alcançada.

## **6. Produtos a serem entregues**

- Os produtos são os meios de verificação, ou seja, aqui deve-se descrever “onde buscar as informações” que atestam a veracidade do cumprimento das metas. Para cada meta alcançada deve haver pelo menos um produto. Os produtos devem ser sempre de natureza documental.

## **7. Resultados Esperados**

- Os resultados devem ser descritos de forma clara e verificável. Ao defini-los deve-se assegurar que seja determinado com razoável facilidade. Se esses elementos não podem ser identificados em um resultado programado, é preferível reformulá-lo;
- Existe pelo menos um resultado para cada objetivo específico (e é provável que haja mais de um), sendo indispensável que sejam descritos todos os resultados necessários para alcançar cada objetivo. Também pode ocorrer que um resultado apóie mais de um objetivo específico. Neste caso é necessário referir-se a todos os objetivos apoiados.

## **8. Mecanismos de Monitoramento**

- Indicar os mecanismos (ferramentas e sistemas) utilizados no monitoramento da execução das ações do projeto, incluindo a elaboração trimestral de relatório de acompanhamento das ações do projeto a ser enviado à Coordenação-Geral de Regionalização.

## **9. Metodologia a ser utilizada**

- Explicar se todas as etapas do projeto podem ser desenvolvidas pela instituição proponente ou se em algum momento será necessário a contratação de serviços, ou se será necessária assistência técnica e operacional para que se possa executá-lo;
- Quando for o caso, fazer referência à participação de outras entidades, parceiros, ONGs etc. e explicar como as mesmas estão envolvidas no projeto.

**10. Relação pormenorizada de custos e suas especificações:**

<b>ORÇAMENTO</b>			
			Em reais
<b>ESPECIFICAÇÃO DAS DESPESAS</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>VALOR UNITÁRIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Serviços de Terceiros Pessoa Física			
Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica			
Material de Consumo			
Passagens e Despesas com Locomoção			
Diárias			
...			
...			
<b>TOTAL GERAL</b>			

**11. Execução das Ações/Etapas/Metas:**

<b>CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO</b>						
						Em Reais
<b>Meta/Etapa/Ação</b>	<b>Mês 1</b>	<b>Mês 2</b>	<b>Mês 3</b>	<b>Mês 4</b>	<b>Mês 5</b>	<b>Mês 6</b>
Serviços de Terceiros Pessoa Física						
Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica						
Material de Consumo						
Passagens e Despesas com Locomoção						
Diárias						
...						
...						
<b>Total Geral</b>						

**12. Aplicação dos Recursos:**

<b>CRONOGRAMA DE APLICAÇÃO</b>			
			Em Reais
<b>Meta/Etapa/Ação</b>	<b>MTUR</b>	<b>CONTRAPARTIDA</b>	<b>SUBTOTAL</b>
Serviços de Terceiros Pessoa Física			
Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica			
Material de Consumo			
Passagens e Despesas com Locomoção			
Diárias			
...			
...			
<b>Total Geral</b>			

## **ANEXO III**

### **Regiões Turísticas e Municípios**

Referência: Mapa da Regionalização do Turismo – 2009

*(Será anexado fora do edital para download dos interessados)*