

**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO**

**PLANEJAMENTO E GESTÃO
DO TURISMO NO MUNICÍPIO**

Turismo

É uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita.

(EMBRATUR, 1992)

Turista

2 É aquele que se desloca para fora de seu local de residência permanente, por mais de 24 horas, realizando pernoite, por motivo outro que não o de fixar residência ou exercer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda auferida fora do local visitado.

(EMBRATUR, 1992)

Lazer

é uma atividade voluntária, realizada no tempo livre, organizada para o atendimento de objetivos pessoais e sociais, incluindo a recuperação física e a integração social.

(KELLY, 1982)

Desenvolvimento

SUSTENTÁVEL do Turismo

É um processo contínuo, que requer monitoramento constante dos impactos que a atividade pode causar, de modo que, com ações de manejo, seja possível minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios potenciais, introduzindo medidas preventivas ou correção de rumos. Esse processo requer a participação e o comprometimento de todos os atores envolvidos com o turismo, principalmente o Poder Público.

(OMT, 2003)

Sendo uma atividade econômica, o turismo vem se firmando como um setor que pode manter uma economia forte e estável, dentro de padrões sustentáveis de desenvolvimento.

É um setor que vem recebendo atenção, principalmente pela sua capacidade de contribuir para

melhoria na qualidade de vida e na proteção e recuperação do meio ambiente.

Os motivos

que levam as pessoas a praticar o turismo são variados.

Pontos que atraem os turistas:

Facilidade de acesso

É fácil chegar, sair e se deslocar entre os atrativos.

Variedade de atrativos

Tem muita coisa para fazer. Atende ao gosto de todo mundo e não deixa o pessoal cansado de fazer só a mesma coisa...

Boa infraestrutura

Não falta água nem luz. O telefone funciona bem. O esgoto não causa problemas para o meio ambiente – não é lançado (sem tratar) nos rios ou no mar.

Variados equipamentos de hospedagem e de alimentação

Tem hotel, restaurante e barzinho para todo gosto e bolso!

Segurança

O turista não precisa ficar preocupado o tempo todo, estressado e pensando no que pode acontecer.

Manutenção dos valores históricos e culturais

A população tem tradições e costumes próprios e os mantêm vivos. As casas, prédios, praças, monumentos e locais especiais guardam as memórias do passado e contam um pouco da história do lugar.

Preservação do meio ambiente

A natureza é respeitada e bem cuidada.

A matéria prima básica do turismo são os recursos ambientais e culturais das comunidades visitadas.

O processo de desenvolvimento do turismo:

Planejar de forma participativa

Estipular metas e prazos factíveis

Determinar responsabilidades

Colocar em prática: **AGIR**

Clientelismo (atendimento a questões isoladas)

e Planejamento (tratamento do conjunto, com objetivos e metas)

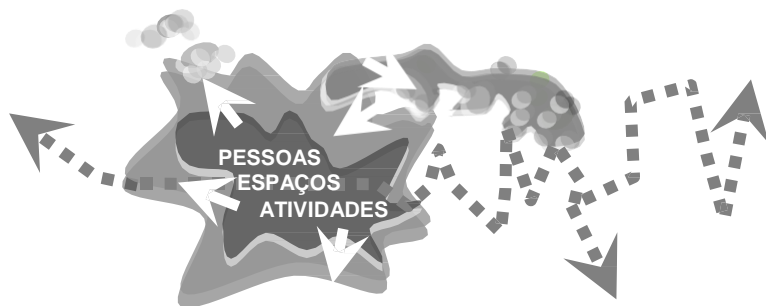
Por que planejar?

4

Existem basicamente duas posturas, da sociedade, em relação às possíveis resoluções de problemas: uma primeira forma se estrutura em torno do clássico modelo do CLIENTELISMO, onde os problemas se resolvem individualmente, uma segunda forma se estrutura em torno dos princípios do PLANEJAMENTO, onde os problemas se resolvem coletivamente.

Os espaços e as atividades são vistas pelas diferentes pessoas (e grupos de pessoas) de forma diferente: **cada um tem uma opinião e tem uma necessidade diferente!**

São também diferentes os desejos e expectativas de cada pessoa ou grupo.



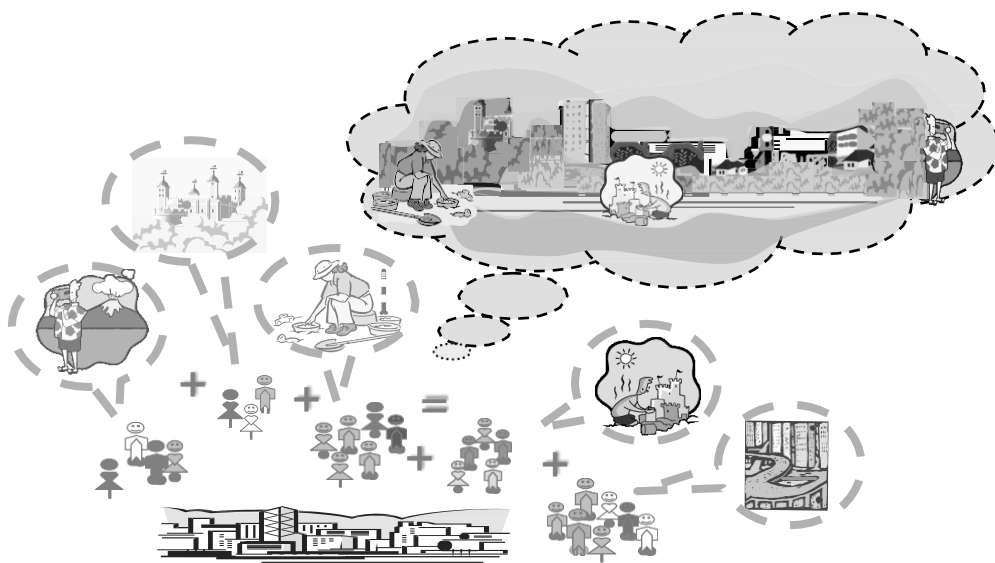
GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

Como os interesses são os mais diversos, até às vezes contrários uns aos outros, e cada um vai fazendo o que quer - quando quer e como quer – a situação vai “andando” ao sabor do vento e das forças econômicas e políticas das pessoas envolvidas.

Quem tem mais força ganha, quem não tem, perde!

Na maioria das vezes, a situação não anda para lugar nenhum, anda em voltas ou anda em uma direção que não é a mais desejável, tantas e tão diferentes são as “direções” que cada um quer seguir.

O Planejamento define uma direção única - na qual se pretende chegar.



5

Para que todos concordem em seguir a direção definida, é necessário que as pessoas discutam suas idéias e estipulem a direção a seguir – pode não ser a que agrada a uma ou outra pessoa (ou grupo de pessoas), mas

é uma direção que a maioria concorda.

O poder público tem a responsabilidade de coordenar as discussões e a implementação das decisões. Para isso, ele precisa estar “organizado”, com pessoas hábeis e com “conhecimento no assunto”. Deve existir, na administração municipal, um órgão para o planejamento e gestão do turismo. Pode ser uma secretaria, um departamento, uma coordenação...

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

As formas de estrutura e denominações que podem ser assumidas são muitas.

Secretaria Municipal de Turismo
Secretaria de Turismo e Cultura
Secretaria de Turismo, Cultura, Esportes e Lazer
Secretaria de Meio Ambiente e Turismo
Departamento de Turismo
Coordenação de Turismo
Gerência de Turismo

O importante é que essa estrutura seja capaz de administrar as atividades relacionadas ao desenvolvimento do turismo, centradas em diversas áreas.

Planejamento e Pesquisa
Marketing/Divulgação/Eventos
Capacitação e Qualidade do produto turístico
Informação/Gestão
Fomento/Captação de Recursos/Fontes de Recursos

6

As pessoas designadas para as funções deverão ter perfil adequado à responsabilidade que vão assumir: especializadas e formadas em turismo (“bacharéis em turismo”) e com habilidade de negociação (**caso o responsável não seja um técnico da área, ele deve ser assessorado por profissionais habilitados**). É desejável ainda que a estrutura administrativa disponha de estagiários (darão suporte aos técnicos e profissionais especializados e terão a oportunidade de conhecer e atuar na área pública...).

Passos básicos para formação de um

Sistema de Planejamento e Gestão do Turismo Municipal

Busca da integração

Com os municípios vizinhos;

Com outros níveis de administração – Estadual e Federal;

Com outras atividades econômicas;

Com as pessoas envolvidas no setor (desde empresários até a população local).

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

Envolvimento da Sociedade;

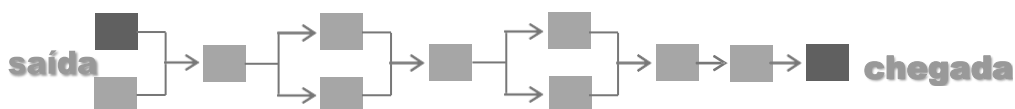
Buscando a estruturação de um órgão que tenha poder de deliberação e que possa atuar como colegiado representativo do poder público e dos vários segmentos sociais.

Deve ser o espaço onde são debatidos e definidos os projetos estratégicos e as prioridades para o desenvolvimento do turismo no Município.

Disponibilidade de informações e dados do setor

É tarefa da gestão municipal de turismo coletar, organizar e gerir os dados relevantes ao planejamento do turismo, agrupando-os em um sistema informatizado que, posteriormente, poderá vir a ser consultado por órgãos públicos de turismo, investidores, turistas e sociedade local, e permitindo a disponibilização de efetivo instrumento de gestão.

7



Criação e Operacionalização do

Conselho Municipal de Turismo

O Conselho Municipal de Turismo deverá ser criado por Lei Municipal, determinando suas atribuições, composição e forma de operação.

O Conselho deverá ter um número mínimo de CONSELHEIROS, levando em conta a alternância do TITULAR X SUPLENTE – SUPLENTE X TITULAR, de áreas afins. Sua composição poderá ser equilibrada – ou seja, com igual número de membros representantes do setor público, da iniciativa privada e do terceiro setor. Os membros (titulares e suplentes) deverão ser indicados pelos respectivos setores e nomeados pelo Prefeito e exercerão seus mandatos com prazo estabelecido.

A presidência deverá ser exercida alternando, anualmente, setor público e iniciativa privada. Quando o Conselho for presidido pelo setor público, a vice-presidência deverá ficar com a iniciativa privada, (e vice-versa).

O Conselho deverá ter uma secretaria executiva que dará o apoio necessário para a execução de suas funções.

8

Fundo Municipal de Turismo



O Fundo Municipal de Turismo tem por objetivo fomentar o desenvolvimento do turismo municipal. Foi instituído com sucesso em muitos municípios que têm se destacado no cenário turístico - tais como Vitória no Espírito Santo, Bonito em Mato Grosso do Sul, Campos do Jordão e Embu em São Paulo, Foz do Iguaçu no Paraná e Camburiú em Santa Catarina.

Os recursos financeiros são captados a partir de receitas públicas relacionadas diretamente à atividade turística (aluguel de espaços públicos, bilheteria de eventos, venda de publicações), créditos orçamentários ou especiais, doações, contribuições, percentuais de lucros de atividades turísticas do setor privado e outras rendas. Em alguns casos somam-se aos recursos financeiros, outros de natureza material ou humana, alocados por meio de parcerias, convênios, participações, apoios e patrocínios junto ao poder público, à iniciativa privada e às organizações civis multilaterais.

Estruturação de um Sistema de Informações

Procedimentos e rotinas de entrada e saída de dados
informações agrupadas em temas para os planejadores
para os investidores
para os turistas

Inventário dos produtos e atrativos (Inventário da Oferta Turística)

Levantar o conjunto dos recursos turísticos da região, compreendendo os recursos naturais, histórico-culturais, equipamentos esportivos e de recreações, centros comerciais e outros.

Equipamentos disponíveis

Cadastrar no Ministério do Turismo as empresas, empreendimentos, equipamentos e prestadores de serviços turísticos – tais como Agências de Turismo, Meios de Hospedagens, Transportadoras Turísticas, Organizadoras de Eventos, Parques Temáticos e Acampamentos Turísticos (Lei Nº 11.771, de 17 de setembro de 2008).

A infraestrutura existente

Caracterizar obras de instalações de estrutura física de base que criam condições para o desenvolvimento de uma unidade turística, tais como sistema de transportes, comunicações e serviços urbanos (redes de abastecimento de água, luz, esgoto, limpeza pública e outros)

Cadastramento do pessoal envolvido

Associações
Empresários
Prestadores autônomos de serviços - guias de turismo e vendedores ambulantes
Artesãos



facilita ao turista a garantia dos serviços/ produtos adquiridos

Coleta:

deve ter metodologia específica para que os dados sejam consistentes e possam ser comparados futuramente.

Divulgação:

em meio diversos e atingindo diferentes categorias de público - internet, publicações, folheteria, postos de informação turística...

O Fluxo Turístico

Disponer de dados sobre as características e volume de turistas que hoje visitam o município – quem são, quantos são, de onde vêm, onde se hospedam (dados provenientes de pesquisa de fluxo atual) – e de estimativas para os fluxos futuros.

Estratégia e Gestão Municipal do Turismo

O município deve realizar seu planejamento de forma integrada, ou seja fundamentado no conjunto das questões econômicas, sociais, ambientais e de gestão.

A **estratégia do turismo, bem como a de todas as demais atividades econômicas**, deverá ser desenvolvida em acordo com as diretrizes estabelecidas para o desenvolvimento municipal e ordenamento da ocupação territorial, estabelecida pelo **Plano Diretor Municipal**.



Para a definição da Estratégia, deverão ser levados em conta os pontos fortes e fracos e analisá-los em relação às oportunidades e ameaças.

Os **pontos fortes e fracos** referem-se às características internas ao município (são questões que, garantidas as condições, podem ser controladas pelo próprio município).

10

As **ameaças e oportunidades** são aspectos externos, ou seja, fogem ao controle do município (concentração de chuvas no período de verão, municípios vizinhos com atrativos turísticos qualificados, tendências do mercado turístico...).

É importante ressaltar que Planejamento é um processo contínuo: deve-se buscar conhecer o órgão (entidade) de turismo de gestões anteriores e os estudos, planos e projetos existentes, para que haja continuidade e integração dos projetos. Quando não há continuidade, o processo de planejamento não avança, acaba-se saindo e chegando-se sempre no mesmo lugar.

Por este fato é que a tendência atual é a do planejamento participativo e a **estruturação de um sistema de gestão** que extrapole o âmbito da administração municipal, envolvendo o **Conselho Municipal de Turismo** (e portanto toda a sociedade local).

Para início desse Processo, é importante:

O empenho político do Prefeito e da Câmara de Vereadores para a estruturação do sistema de gestão do turismo.

Para garantir de continuidade do processo, é necessário que o mesmo seja referendado junto a Câmara Municipal, passando a ter força legal.

Plano de Desenvolvimento Municipal de Turismo

Identificar a vocação turística do município

Qual o tipo de turismo interessa ao município?

Os atrativos e produtos que o município dispões atraem esse turista?

Um número pequeno de turistas que gastem muito (e tenham onde gastar!) pode ser equivalente (ou até melhor!) a um número grande de turistas que gastem pouco (e, às vezes, causam maior impacto negativo)

Conhecer a demanda turística (elaborar pesquisas)

Identificar a potencialidade de desenvolvimento – “poder de atração de mercado” e análise da “concorrência” (**elaboração de estudos e pesquisas**)

Entender a situação atual, com suas oportunidade e ameaças

Estabelecer onde se quer chegar (imaginar o município “no futuro”)

Buscar a formatação de um produto turístico diferenciado e com imagem forte, que tenha condições de “brigar” por uma fatia do mercado turístico potencial.

Pensar nas tendências do mercado turístico – a cada dia os turistas querem coisas novas, o que fazia sucesso no passado talvez não tenha uma procura tão grande nos próximos anos.

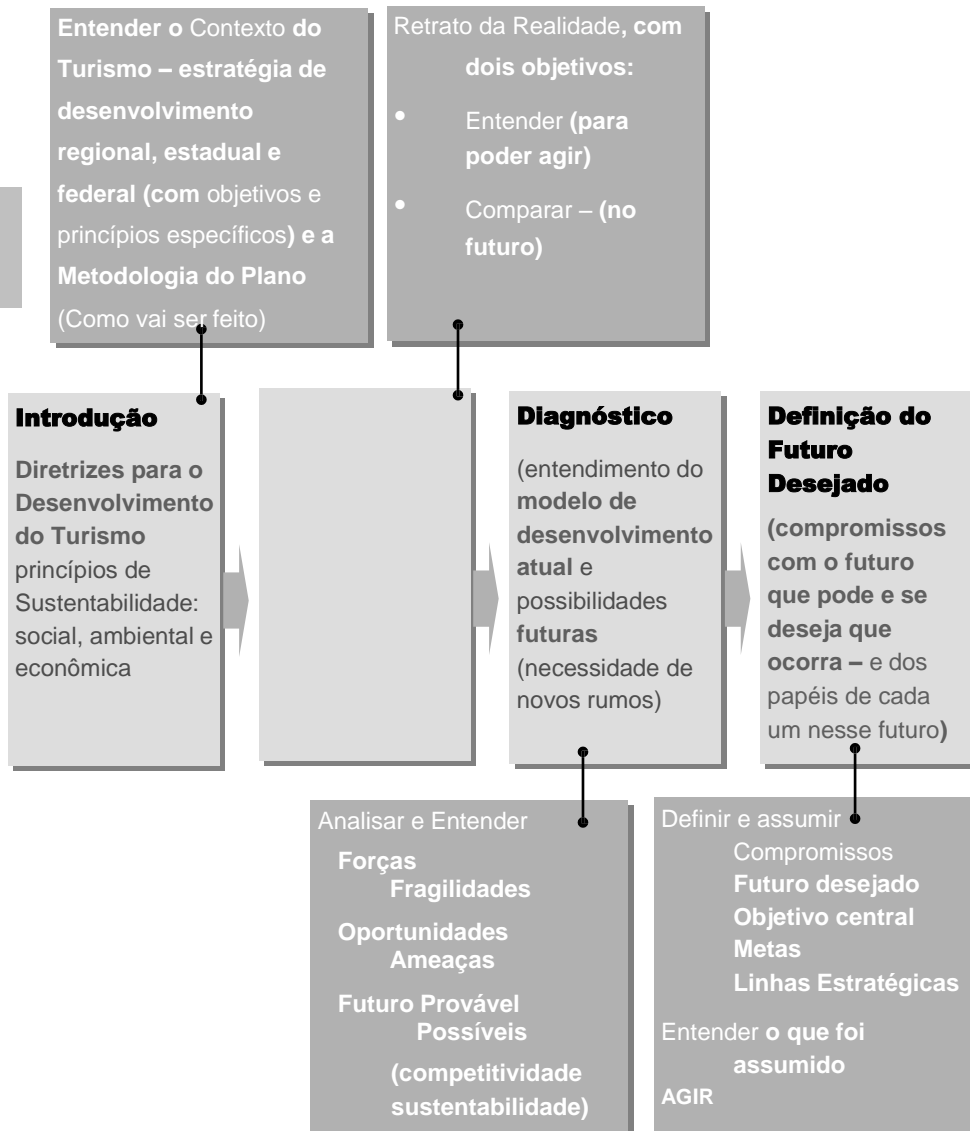
Traçar as ações necessárias para que “o município desejado” seja realidade.

Ações de implantação e melhoria são sempre bem-vindas, mas às vezes, podem ser necessárias, também, ações não muito “populares” - principalmente quando se trata de restringir costumes da população (estacionamento de veículos em qualquer lugar, proliferação de “barraquinhas” em espaços públicos...). Um processo de planejamento realmente participativo e uma boa divulgação do Plano, podem minimizar reações negativas – a população passa a entender porque e como as coisas estão sendo feitas.

Assumir responsabilidades e prazos (por todos os envolvidos e não só pelo setor público)

Etapas e Atividades

12



A Estruturação do Setor

Com base na vocação turística do município e da estratégia de desenvolvimento, deverá ser:

- **Criada (ou desenvolvida) a “imagem de marca turística” para o município** - (logomarca a ser utilizada nas peças de divulgação dos produtos, criando uma unidade e fortalecendo o conjunto)

- **Elaborado o plano de desenvolvimento turístico**

- **Identificadas as ações mínimas (emergenciais) para atender os turistas atuais ou induzir a atração dos turistas potenciais:**

tratamento de espaços públicos

melhoria/ implantação de saneamento básico

aumento da qualidade dos serviços oferecido (segurança, saúde...).

- **Promover a capacitação do pessoal envolvido com o setor:**

técnicos

empresários

prestadores de serviço (público e privado);

- **Desenvolver Programas de garantia/ melhoria de qualidade de produtos e serviços:**

identificação de prestadores de serviços autônomos

selos de qualidade

- **Promover ações que assegurem ao Município meios de controle e fiscalização da ocupação do território e a construção das edificações** dentro dos parâmetros estabelecidos e nas áreas apropriadas.

Ressalta-se a importância do envolvimento da população nessa “fiscalização” – uma comunidade consciente reduz a necessidade de excessivo número de fiscais públicos

Captação de Parceiros e Recursos

Financeiros

Não monetários

Técnicos

Execução de projetos

Internos (dentro da própria prefeitura/secretarias municipais)

Externos (no Município, no Estado, na União):

Entidades de classe organizadas como: ABAV, Sindibares, cooperativas, associações, empresas, escolas, faculdades, bancos, publicações diversas

Estadual: SETUR, ABBTUR, SEBRAE, SENAC, estabelecimentos de ensino superior (turismo, hotelaria), empresariado e associações do setor turístico, jornais e revistas

Nacional/Internacional: Ministério do Turismo, bancos de financiamento e investimento, jornais e revistas de circulação nacional e internacional

14

O conceito de sustentabilidade do desenvolvimento da atividade turística e a forma participativa de planejar, analisando democraticamente oportunidades, ameaças e benefícios leva a um novo modelo de implementação de projetos centrado em: parceria, co-responsabilidade e participação.

Atração de

Turistas e Investidores

Planos de divulgação e marketing institucional

Incentivos e demonstração dos números do setor

Para projetos especiais

Em geral

A População Local e o Turismo

A cadeia do turismo

Para que a população efetivamente receba os benefícios advindos do turismo, é necessário que ela esteja atuando ativamente em atividade relacionada direta ou indiretamente ao setor. A fim de que isso ocorra é preciso que ela esteja sensibilizada a participar. É importante que a sociedade se mobilize para sua captação de modo que haja a justa distribuição social desses benefícios.

A renda gerada pelo turismo não se restringe na aquisição de bens e serviços principais, tais como hospedagem, alimentação, transporte, serviços de agência de viagens/ ou guias, e atividades recreativas.

Cada um desses itens leva à produção de dezenas de outros: os restaurantes compram os alimentos, as bebidas, o material de cozinha e de mesa...; o hotel compra o mobiliário, os equipamentos de comunicação e de informática, as roupas de cama e banho, os sabonetes...

A possibilidade de melhoria da qualidade de vida

As pessoas empregadas no setor gastam seus salários, normalmente, no mercado local, movimentando a economia e gerando empregos.

Com a evolução contínua desse processo, eleva-se a qualidade de vida da população local, tanto das pessoas ligadas direta como indiretamente ao turismo.

A preparação da população para inserção na cadeia do turismo

Para que a população possa ganhar posição nas várias atividades da cadeia do turismo é necessário que ela esteja capacitada. Para que o turismo se desenvolva plenamente como atividade econômica capaz de sustentar uma economia estável, é preciso que a população seja sensível ao turismo - entenda sua importância e veja "com bons olhos" os turistas, os empreendedores e os prestadores de serviço.

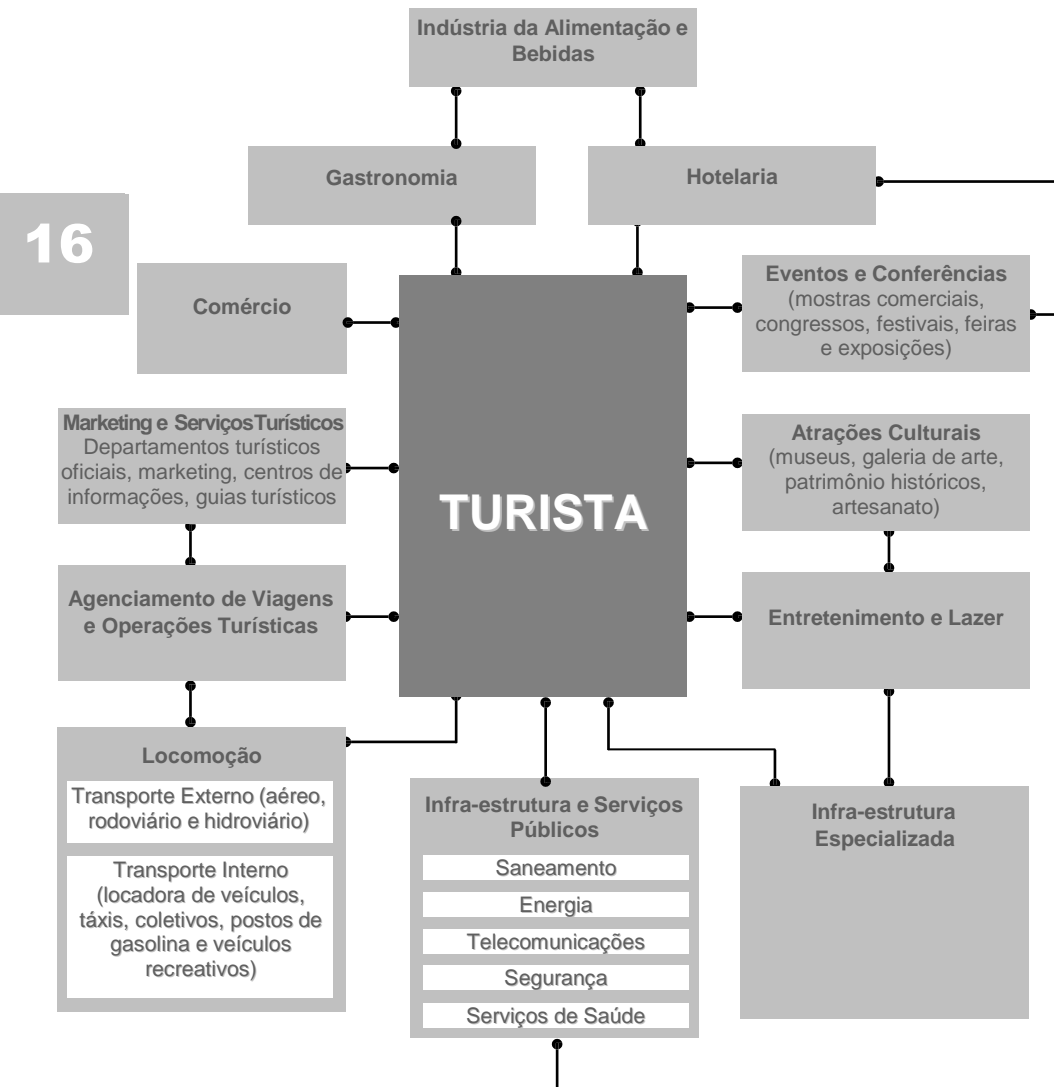
A educação fundamental e o turismo: A necessidade da sensibilização da população para o turismo e do entendimento das várias oportunidades que o setor oferece.

O trabalho junto aos núcleos sociais: Capacitação e trabalho para recuperação da auto-estima e inserção de excluídos no mercado econômico e demais esferas sociais

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

Os gastos realizados na aquisição de bens e serviços, além do impacto direto sobre a economia, tem um efeito multiplicador interno que contribui para a expansão de outras atividades econômicas no Município, especialmente no comércio e serviços.

Cadeia produtiva do Turismo



Termos usualmente utilizados em Turismo

ATRATIVOS TURÍSTICOS

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.

FLUXO TURÍSTICO

Todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção.

DESTINO TURÍSTICO

Local, cidade, região ou país para onde se movimentam os fluxos turísticos.

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

É todo o conjunto formado por obras e instalações de estrutura física e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele.

INFRAESTRUTURA URBANA

Sistema formado pelas redes de instalações para atender às funções urbanas de circulação (sistema viário), comunicação (sistema de comunicação), suprimento de energia (sistema energético) e saneamento básico (sistema de saneamento). a) Sistema Viário Urbano: conjunto das vias de circulação intra-urbana; b) Sistema Viário Urbano-Regional: conjunto das vias de circulação interurbana: rodovias, ferrovias, hidrovias, aerovias; c) Sistema de Comunicação: conjunto formado pela rede de telefonia e de sinais televisivos; d) Sistema Energético: conjunto formado pelas redes de energia predominantemente utilizadas na cidade: eletricidade e gás; e) Sistema de Saneamento: conjunto formado pelas redes de abastecimento de água potável, de esgotamento sanitário (ou efluentes líquidos domésticos), de drenagem de águas pluviais e de monitoramento de resíduos (coleta, tratamento e disposição final do lixo).

OFERTA TURÍSTICA

Conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico utilizados em atividades designadas turísticas.

DEMANDA TURÍSTICA

Quantidade de bens e serviços consumidos em um dado período, em determinado local, e por um determinado número de turistas.

DEMANDA POTENCIAL

Quantidade de bens e serviços que podem vir a ser consumidos em face de um determinado nível de oferta e da existência de fatores facilitadores.

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta. Compreendem os serviços e equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, eventos, lazer etc.

PRODUTO TURÍSTICO

Conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidades, ofertado de forma organizada por um determinado preço. Rotas, roteiros e destinos turísticos podem se constituir em produtos turísticos, por exemplo.

REGIÃO TURÍSTICA

É o 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.

ROTEIRO TURÍSTICO

É o itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística.

ROTA TURÍSTICA

É o percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística.

MARKETING TURÍSTICO

Conjunto de técnicas estatísticas, econômicas, sociológicas e psicológicas, utilizadas para estudar e conquistar o mercado, mediante lançamento planejado de produtos, consistindo numa estratégia dos produtos para adequar seus recursos às novas oportunidades que o mercado oferece.

PROMOÇÃO TURÍSTICA

Processo que dá suporte à comercialização turística, através da divulgação de serviço ou produto visando criar uma imagem positiva junto ao mercado consumidor.

AGÊNCIA DE TURISMO

Empresas organizadas que tem a função de intermediar serviços turísticos, permitindo o encontro da demanda com a oferta de serviços, além de prestar assistência turística aos viajantes ou turistas.

AGENTES ECONÔMICOS DO TURISMO

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

Turistas, excursionistas, empresas turísticas e estabelecimentos turísticos.

OPERADORAS DE TURISMO

Organizações comerciais que além de comercialização de serviços são "produtoras" de serviços em grande quantidade. Sua principal função é operar em grande escala, lançando produtos no mercado e facilitando a relação do agente de viagens e o consumidor - turista ou viajante.

PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Processo pelo qual se analisa a atividade turística de um país ou região, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação, mediante estabelecimento de objetivos, metas e instrumentos, com os quais se pretende impulsioná-la, coordená-la e integrá-la ao conjunto macroeconômico em que se insere (EMBRATUR, 1992).

SISTEMA DE TURISMO

Conjunto de procedimentos e doutrinas, idéias ou princípios, logicamente ordenados e coesos, com a intenção de descrever o funcionamento da atividade turística como um todo (BENI, 1987).

HOTEL

Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária.

RESORT

Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento.

HOTEL FAZENDA

Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência no campo.

CAMA E CAFÉ

Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor da residência reside.

HOTEL HISTÓRICO

Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos históricos e culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos históricos e culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.

POUSADA

Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário,

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.

FLAT/APART

Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.

TRADE TURÍSTICO

Conjunto das organizações privadas e governamentais que atuam no setor, tais como as associações de hotéis, de agências de viagem, empresas de transporte, empresas voltadas à organização de eventos, empresas promoção especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.) (EMBRATUR, 1995).

TURISTA POTENCIAL

Projeção de tendência, do "perfil" e da origem dos futuros turistas, com base em levantamentos e análises realizadas a partir do conhecimento das características do turista real.