

Título: Projetos turísticos.

Autor: Maria Angela Marques Ambrizi Bissoli

Este material foi adaptado pelo Laboratório de Acessibilidade da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, em conformidade com a Lei 9.610 de 19/02/1998, não podendo ser reproduzido, modificado e utilizado com fins comerciais.

Adaptado por: Sarah Simplicio.

Revisado por: Francisca Maria.

Adaptado em: novembro de 2025.

Padrão vigente a partir de março de 2022.

Observações gerais:

Referência: BISSOLI, Maria Angela Marques Ambrizi. Projetos turísticos. *In*: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.). **Turismo**: como aprender, como ensinar, II. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2004. p. 167-202.

PROJETOS TURÍSTICOS

Maria Angela Marques Ambrizi Bissoli

INTRODUÇÃO

A disciplina projetos turísticos apresenta caráter teórico-prático e interdisciplinar. Sua relevância no curso é demonstrar as técnicas e o instrumental básico a ser utilizado no desenvolvimento de projetos turísticos e projetos de pesquisa voltada ao turismo; possibilitar sua análise e avaliação, formando indivíduos capazes de elaborar um projeto turístico, para exercerem as funções de planejadores turísticos, assessores ou consultores na área.

Este trabalho faz uma apresentação metodológica de elaboração de projetos turísticos, procura informar as mais recentes e importantes linhas de financiamentos na área, e como acessá-las.

É oportuno registrar que, com a edição e publicação, em 2 de junho de 1998, da Deliberação Normativa nº 390, de 28 de maio de 1998 da Embratur, a exigência de parecer técnico emitido por profissional egresso de cursos superiores de bacharelado em turismo para planos, programas e projetos turísticos tornou-se obrigatória.

Fica também registrado que este trabalho, originalmente, foi apresentado de forma apostilada, para suprir as dificuldades de ordem bibliográfica.

PLANO DE ENSINO

OBJETIVOS

O trabalho do professor nessa disciplina objetiva ao futuro bacharel em turismo: conhecer os métodos e técnicas para a elaboração de projetos; prepará-lo e orientá-lo na elaboração de projetos no campo de ação do turismo; ter noção de critérios de avaliação de projetos turísticos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

O conteúdo programático de projetos turísticos deverá versar sobre:

1. Introdução à elaboração de projetos
 - 1.1. Conceituação
 - 1.2. Objetivos
2. Conteúdo dos projetos
 - 2.1. Introdução
 - 2.2. Objetivos
 - 2.3. Estudo de mercado
 - 2.4. Tamanho
 - 2.5. Localização
 - 2.6. Organização e desenvolvimento do projeto
 - 2.7. Engenharia - layout
 - 2.8. Investimento
 - 2.9. Orçamento
 - 2.10. Financiamento
 - 2.11. Cronograma
3. Avaliação de projetos
 - 3.1. Dificuldades técnicas e limitações práticas
 - 3.2. Diversos critérios de avaliação

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A estratégia utilizada fundamenta-se na exposição dialogada, ocorrendo, na esfera programada, estudo orientado de textos para leitura e estabelecimento de tare-

fas a serem realizadas como treinamento às aplicações das técnicas, ao conteúdo de interesse teórico e visitas técnicas a empreendimentos turísticos.

A orientação docente se dá em grupos ou individualmente e, na escolha do tema a ser trabalhado nos projetos, os alunos atuam de forma autónoma.

AVALIAÇÃO

A avaliação, considerada a sua sistemática, deve contemplar o aproveitamento do aluno quanto ao seu desempenho em sala de aula e nas tarefas externas, solicitadas pelo professor, com destaque para a avaliação do projeto concluído.

A partir do tema definido pelo aluno, devem ser considerados itens de avaliação proeminentes:

- conteúdo objetivo;
- linguagem própria;
- coerência lógica;
- aplicação das técnicas metodológicas;
- domínio da língua portuguesa.

Outros itens a ser considerados são:

- cumprimento de prazos;
- assiduidade às aulas de orientação;
- qualidade do projeto apresentado;
- apresentação oral do projeto.

CONHECIMENTO DE PROJETOS

É fundamental que se inicie um projeto respondendo às seguintes questões:

1. Qual é o objetivo?
2. Quais são as etapas ou tarefas necessárias para alcançar o objetivo?
3. Quem, ou o que, é necessário para a execução de cada etapa ou tarefa?

A técnica de elaboração e análise de projetos surgiu da necessidade de atender à racionalização do processo decisório, na escolha entre diferentes e diversas alternativas.

DEFINIÇÕES DE PROJETO

- Em uma perspectiva de sistemas (conjunto), quando um documento se refere ao sistema por inteiro, consubstancia um plano; quando se dedica a um se-

tor ou a uma área do sistema, se caracteriza como programa; e, quando se detém no detalhamento das alternativas de intervenção escolhidas é, propriamente, um projeto.

- Isto significa que, quanto maior o âmbito e menor o detalhe referido, mais se caracteriza o documento como plano; quanto menor o âmbito e maior o grau de detalhamento, mais terá as características de projeto.
- Projeto corresponde ao conjunto de informações racionalmente ordenadas, que permitem estimar os custos e benefícios de um determinado investimento.
- Projeto é um documento e traduz um processo de planejamento, que deve apresentar execução técnica, viabilidade económica, interesse social e aceitação política.
- Projeto é o conjunto de elementos que permitem avaliar, quantitativa e qualitativamente, as vantagens e desvantagens da aplicação de recursos, de qualquer natureza, para produção de bens e/ou serviços.
- Projeto é o instrumental mais próximo da execução, devendo detalhar as atividades a ser desenvolvidas, estabelecer prazos, especificar recursos humanos e materiais, e estruturar receitas e custos.
- Projeto é um conjunto de atividades constitutivas de uma unidade organizacional com objetivos predeterminados, que deverão ser alcançados em um determinado prazo, dentro dos limites dos recursos disponíveis e de especificações preestabelecidas.
- Projeto é uma sequência bem definida de eventos, com início e fim, que se destina a obter um objetivo claro, conduzida por pessoas dentro de parâmetros estabelecidos como tempo, custo, recursos e qualidade.

Assim, existem critérios a ser levados em consideração para a realização de um projeto, a saber:

a) ser politicamente aceitável e sensível às aspirações da população: significa que o projeto deve apresentar uma probabilidade, acima da média, de aprovação pela população ou público, que será alcançado pelos efeitos da ação do projeto;

b) ser exequível: apresentar um bom índice de viabilidade técnica e económica, de acesso a recursos técnicos e materiais para sua execução;

c) ser economicamente eficaz: possibilitar o alcance do máximo benefício ao menor custo económico social;

d) ser tecnicamente racional, coerente e adequado aos fins propostos: apresentar padrão que permita o desempenho lógico da ação a ser executada, seja moderno em termos de propostas técnicas, ofereça segurança quanto ao alcance dos resultados previstos;

e) ser flexível e intercambiável: oferecer condições para, no momento da execução, ser adaptado em função de variáveis não previstas ou imprevisíveis.

As três dimensões essenciais de um projeto são:

1. Tempo: elaborado no momento presente, tendo em vista uma realização futura, o que exige a elaboração do quadro da situação futura pretendida e prazos para seu alcance.
2. Espaço: a ação do projeto se realiza em áreas delimitadas espacialmente.
3. Volume: para a execução são necessários recursos físicos e materiais concretos.

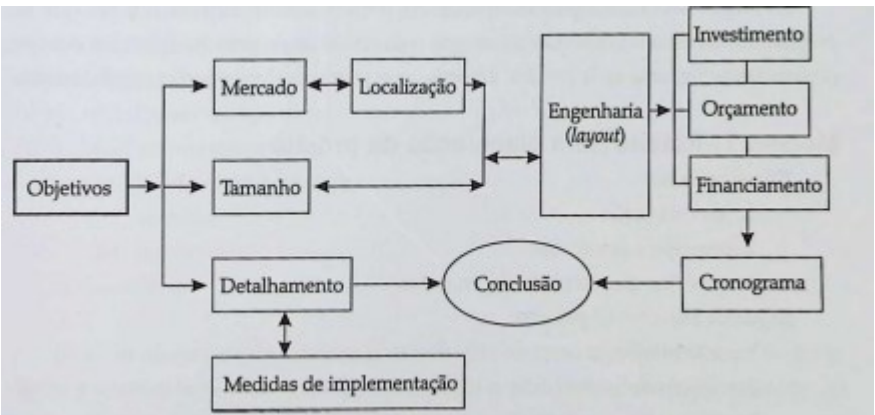
Na composição de um projeto, estão arrolados os seguintes elementos:

1. econômico: mercado, tamanho, localização, orçamento (custos e receitas);
- 2.
2. técnico: engenharia (layout) e utilização das fontes de recursos (investimentos);
3. financeiro: fontes de recursos (financiamento), rentabilidade e capacidade de pagamento do projeto;
4. administrativo e legal.

Os tipos de projetos podem ser os mais diversos: investimento; reformulação; ampliação; modernização; realocação; operação; instalação; implantação; viabilidade econômico-financeira; viabilidade técnica; viabilidade de mercado; arquitetônico; organizacional; entre outros.

Na figura 1 podem-se observar as diversas relações entre os componentes de um projeto.

Figura 1: Relações entre os componentes de um projeto.



Fonte: Maria Angela M. A. Bissoli, Elaboração e análise de projetos turísticos (apostila), 1997.

Para o desenvolvimento de um destino ou projeto turístico, devem ser considerados os aspectos:

- acesso — facilidade e proximidade com o mercado;
- amenidades — conjunto de fatores e circunstâncias que tornem a vida mais agradável;
- atividades. Também existem critérios para viabilidade de um projeto turístico, a saber:
 - decisão política, com compreensão do alcance económico e social do turismo;
 - concepção da natureza do projeto;
 - escolha locacional;
 - planejamento da área;
 - aspectos institucionais;
 - viabilização financeira;
 - promoção.

ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS

Para a elaboração de um projeto, segue-se um roteiro predeterminado, o qual é definido de acordo com as necessidades e exigências próprias da empresa, ou órgão de execução e/ou financiador.

Quanto mais complexo for o projeto, maior a necessidade de se planejar. As etapas necessárias para completar um projeto denominam-se tarefas, que são executadas em uma sequência determinada pela natureza do projeto. Algumas ocorrem sequencialmente, uma após a outra, ao passo que outras podem ocorrer paralelamente.

Modelo 1: Roteiro para elaboração de projeto

Primeira Parte:

1. denominação
2. principais acionistas
3. histórico da atividade da empresa

Segunda Parte — O projeto:

1. introdução
2. objetivos
3. mercado

4. tamanho
5. 5. localização
6. detalhamento do projeto
7. engenharia (layout)
8. orçamento
9. fontes de recursos
10. 10. aspectos jurídicos e legais
11. 11. cronograma
12. conclusão

Terceira Parte:

Anexos: estudos complementares, questionários, formulários, mapas, gráficos, leis, literatura técnica utilizada.

Modelo 2: Roteiro para elaboração de projeto

1. Identificação
 - 1.1. nome do projeto
 - 1.2. nome dos membros da equipe do projeto
 - 1.3. data de elaboração do projeto
2. Justificativa ou introdução
3. Objetivos
4. Detalhamento do projeto/estratégia de ação:
 - 4.1. localização e tamanho
 - 4.2. descrição dos serviços, sistema de funcionamento, especificações (layout), equipamentos necessários, organograma da empresa
 - 4.3. requisitos técnicos (recursos humanos, materiais, administrativos)
 - 4.4. orçamento
 - 4.5. fontes de recursos
 - 4.6. cronograma
5. Medidas de implementação
 - 5.1. técnicas
 - 5.2. legais
6. Conclusão

Existem ainda projetos de pesquisa voltados ao turismo, com estrutura de montagem e apresentação diferenciada, submetidos a uma instituição por intermédio da qual serão desenvolvidos e/ou firmados como suporte.

A apresentação consiste, geralmente, na submissão inicial de uma "Carta-consulta" (resumo do projeto) que, se aprovada, dará lugar à submissão final do projeto (texto), com uma defesa oral opcional.

Em geral, os projetos são submetidos a organismos ou agências de fomento (financiadoras), formalmente ligados ao substrato nacional ou internacional de pesquisa científica, tais como: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

Modelo 1: Roteiro para elaboração de projeto de pesquisa

1. Nome do projeto
2. Introdução
3. Objetivos gerais
4. Objetivos específicos
5. Finalidade da pesquisa ou justificativa
6. Hipóteses
7. Metodologia da pesquisa
8. Cronograma
9. Relação dos recursos materiais, humanos e financeiros, necessários para a elaboração do projeto
10. Leitura e documentação das obras selecionadas
11. Organização das idéias e classificação do material coletado
12. Análise, interpretação e reflexão dos dados coletados
13. Redação provisória de cada capítulo
14. Correção e elaboração definitiva do texto
15. Elaboração da conclusão
16. Bibliografia utilizada, anexos e apêndices
17. Data
18. Nome e assinatura do pesquisador
19. Apresentação

Modelo 2: Roteiro para elaboração de projeto de pesquisa

1. Nome do pesquisador
2. Nome do projeto

3. Resumo do projeto
4. Formulação do problema
5. Justificativas
6. Objetivos
7. Métodos e técnicas
8. Recursos humanos, materiais e financeiros
9. Cronograma
10. Bibliografia
11. Anexos

A preparação e elaboração de um projeto devem estar assentadas sobre algumas bases importantes:

- **Introdução**

É a matéria que serve de preparação para a leitura completa do projeto. Refere-se à originalidade, importância e necessidade do trabalho, delineando-se brevemente como foram trabalhadas as partes. Exemplo:

O Manual de preservação e conscientização ecológica de Sousas e Joaquim Egídio será muito importante para o futuro dos distritos. Até o momento, não se publicou ainda, sobre o assunto, um trabalho destinado à população e aos turistas em geral. Por isso, elaboramos este projeto cuja principal finalidade é organizar essas informações em um manual para turistas e moradores da região. [\[nota1\]](#)

- **Diagnóstico**

Consiste na identificação do problema, que deve ser descrito minuciosamente com observações pertinentes sobre suas consequências no organismo institucional ou empresarial. Qual é o problema que se pretende solucionar com a ação que está sendo proposta? Se não resolvido, quais suas prováveis manifestações? E em que setores? Apresentar, se possível, dados estatísticos e informações precisas sobre o problema. Exemplo: "O predador homem tem nos dado motivos de preocupação: está consumindo e destruindo os recursos naturais, porque ocupa o espaço de maneira

desordenada, contamina e polui os rios e suja as matas com objetos de difícil absorção pela terra."[\[nota2\]](#)

Esta é uma informação típica do diagnóstico. Os alunos poderiam acrescentar dados sobre o aumento da atividade predatória, sua variação em anos e que danos vem causando, por exemplo, ao rio Atibaia, à água potável, à floresta nativa e animais, etc.

O estudo de mercado pode fazer parte do diagnóstico, pois corresponde a dados obtidos a partir de pesquisas (entrevistas ou bibliografias) que situem o problema e/ou interesse em que se encontre uma solução para ele.

- **Justificativa**

Corresponde à exposição das razões, dos motivos que tomam verdadeira a proposta. Tendo situado (realizado o diagnóstico) do(s) problema(s), expõe-se a intenção de atuar sobre ele(s). No exemplo citado — por meio da elaboração de um manual — apresentam-se as razões que podem ser os argumentos, provas testemunhais, ou outras, da necessidade de tal ação. Exemplo:

Com esse problema, que vem se agravando anualmente, é necessária uma ação imediata, para que se passe a considerar a preservação da natureza como o meio mais eficiente de melhorar a qualidade de vida, visto que o ser humano depende da água para sobreviver, assim como do solo e do bioequilíbrio das outras espécies. Por isso, escolhemos uma atuação educativa que pretende agir sobre dois tipos de pessoas: os moradores e os turistas que visitam a região.

Dentre tantas ações educativas possíveis, a escolha recaiu sobre a elaboração de um manual de conscientização para preservação ecológica de Sousas e Joaquim Egídio. O motivo primeiro que se nos coloca é a sua abrangência, pois com esse material, escrito de forma simples e com ilustrações, resolve-se a dificuldade de que a população receptora teria, por exemplo, de frequentar cursos para esclarecimentos.[\[nota3\]](#)

Logo, a justificativa liga a proposta de solução ao problema diagnosticado e expõe as razões por que escolheu esse caminho para solucioná-lo. Como o problema supõe a quem a ação proposta deve ser destinada, tal justificativa informa também quem será a população-alvo, ou seja, com quais pessoas se pretende atuar. Pode-

se colocar uma subdivisão denominada população-alvo. Como aqui se justifica também a escolha dos lugares (municípios ou outros) onde o projeto irá se realizar, outra subdivisão pode ser acrescida, ou seja, a da localização, que situa e descreve os pontos geográficos e históricos locais.

- **Objetivos**

Corresponde ao que se pretende atingir com a proposta. Em geral, são expressos com o verbo no infinitivo. Exemplos:

- despertar a consciência sobre a necessidade de preservação do meio ambiente de Sousas e Joaquim Egídio, mostrando à população a importância da natureza para a vida;
- motivar a ação de proteção à natureza contra ações predatórias que, em nome do turismo e da expansão urbana, possam agredir a natureza;
- esclarecer que o ecoturismo é um importante processo de formação da consciência ecológica junto a crianças, adolescentes e adultos;
- informar aos moradores e visitantes sobre a existência de áreas de preservação natural, para que se evite sua destruição por falta de informações;
- reforçar e adequar as necessidades de preservação ambiental dos municípios, dando continuidade aos movimentos já existentes.

Estes propósitos funcionam como compromissos assumidos, ou como alvos que se pretende atingir, com a ação decorrente da elaboração do manual e sua divulgação.

- **Desenvolvimento do projeto**

Corresponde ao conjunto dos itens necessários para que a realização do projeto se efetive. Assim, pode conter o seguinte:

1. Detalhamento do projeto: tratando-se do manual a que já nos referimos, é necessário que se explicita o conteúdo, por exemplo: definição dos principais termos utilizados (ecoturismo, ecossistema, etc.); a natureza e a saúde humana; o problema do desmatamento; preservação: das matas, rios, cachoeiras e lagos (espaço para a criança escrever ou desenhar), etc. Tratando-se de organização de conferência sobre ecoturismo, por exemplo, deverá ser detalhada, exatamente, a programação, contendo datas, horários e locais de realização.
2. Divulgação é a maneira como a ação proposta será divulgada (encarte em jornais, distribuição de material como cartazes, catálogos, etc.), para quem,

onde e como será feita a divulgação e qual é a quantidade de material e o número aproximado de pessoas a quem se destina.

3. Layout do material deve ser descrito com detalhes: tamanho, número de páginas, cor da capa (se houver), tiragem e release (documento, texto).
4. Orçamento: é preciso que se faça uma previsão de gastos em minúcias: cada aquisição deverá ter seu valor unitário e total indicado, e o preço lançado deve corresponder ao mercado, depois de feita a pesquisa. Nenhum dado deve ser omitido.
5. Patrocínio: relacionar os patrocinadores e parcerias.
6. Cronograma: relacionar as ações que compõem o projeto, a data para o seu início, sua duração em dias, meses, anos e o término de cada uma, na sequência das realizações.
7. Conclusão: revelar a crença na ação que está sendo planejada, nos seus resultados e sua eficácia. Pode-se relatar o que foi feito:

O objetivo principal deste trabalho foi apontar e promover os atrativos naturais e culturais da Estância Climática de Morungaba, através da elaboração de um Guia Turístico que contivesse informações úteis e atualizadas sobre a potencialidade turística do município.

Uma das maiores preocupações da equipe foi com a escolha da linguagem a ser utilizada, facilidade de consulta dos atrativos e as possibilidades reais de edição.

Para a concretização [...]

Portanto, este Guia é a tradução de nove meses de trabalho dedicados ao desenvolvimento do projeto [...][\[nota4\]](#)

8. Anexação de todo material que se julgue importante para a complementação do que já foi exposto: modelos de questionário para pesquisa, gráficos que mostrem os resultados, modelo e conteúdo de guias e manuais que serviram de parâmetros e do selecionado e modificado pela equipe, cópia de cotação de preços, etc.
9. Bibliografia: observar as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

MONTAGEM DE PROJETOS

Como os projetos envolvem complexidade e resolução de questões, é de suma importância que, de início, se crie um cronograma de projeto que estabeleça as tarefas ou etapas e os recursos humanos, financeiros e materiais.

O programa Project 4 for Windows é uma ferramenta que ajuda a organizar as tarefas estabelecidas para o projeto, como os métodos Gantt e Pert, que serão descritos em seguida, permitindo checar periodicamente o cronograma e corrigi-lo em função do tempo final para o projeto. O programa permite a emissão de relatórios personalizados, de acordo com as necessidades do coordenador do projeto.

Existem diversas técnicas de programação para projetos; entre elas cite-se o gráfico de Gantt, que utiliza barras horizontais, cada uma das quais representando uma única tarefa no projeto. As barras são colocadas dentro de um período de tempo, chamado escala de tempo. O comprimento relativo de uma barra de Gantt individual representa a duração de uma tarefa, o tempo necessário para completar uma tarefa. As linhas conectando as barras individuais refletem as relações entre as tarefas. Por exemplo, uma tarefa não pode ser iniciada enquanto a outra não for finalizada.

Para a elaboração desse cronograma, necessita-se de:

- listagem das tarefas;
- estimativa de duração das tarefas;
- definição das datas previstas para início e fim de cada tarefa. Há vantagens e desvantagens em utilizar essas técnicas, como veremos a seguir.

Vantagens

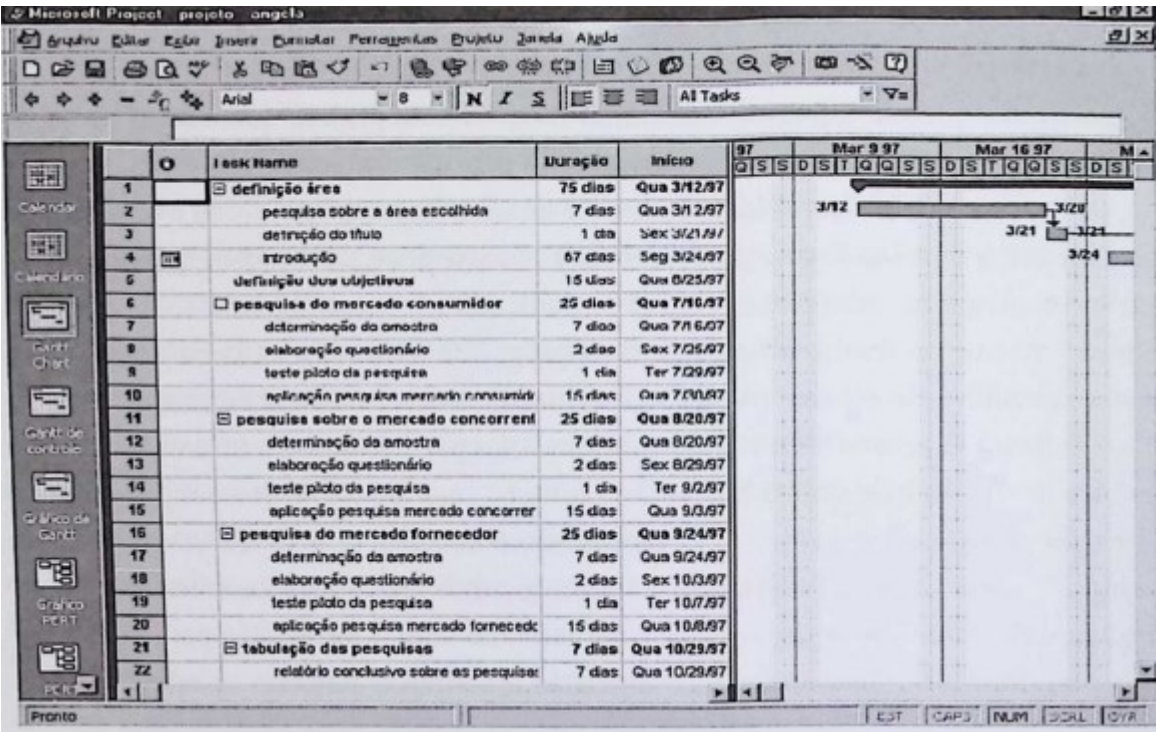
- simples, de fácil entendimento e notificação;
- plano, a programação e o progresso podem ser retratados graficamente juntos.

Desvantagens

- não mostra a interligação entre as tarefas;
- não fornece elementos para a avaliação do andamento real do projeto;
- uma tarefa atrasada não significa projeto atrasado.

A figura 2 mostra um exemplo do cronograma de Gantt.

Figura 2: Gráfico de Gantt.



Fonte: Microsoft Project 98.

O Método do Caminho Crítico — Critical Path Method (CPM) — é uma técnica-padrão de gerenciamento de projetos para determinar quais são as tarefas críticas.

O Programa de Desenvolvimento das Tarefas de Pesquisas — Program Evolution Research Task (Pert) — é outra técnica de programação, e, para elaborá-la, necessita-se:

- listagem das tarefas;
- estimativa de duração de cada tarefa (dias, meses ou semanas);
- ligação entre as tarefas (relação de dependência).

Essa técnica expressa as seguintes vantagens:

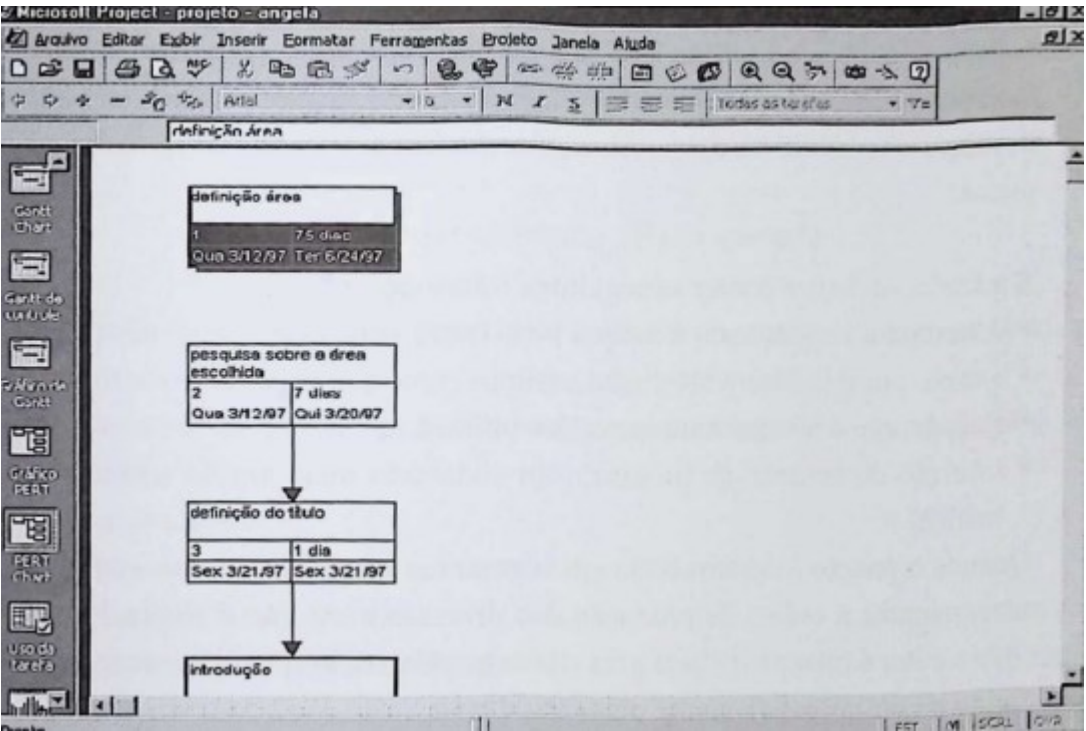
- interligação e interdependência entre as tarefas;
- interligamentos explícitos na coordenação do projeto;
- planejamento alternativo;
- determinação das folgas entre as tarefas, sem que acarrete a alteração da programação final do projeto;
- determinação das tarefas críticas, isto é, aquelas que um atraso acarretará a conclusão do projeto;
- determinação do tempo necessário para conclusão do projeto.

Desvantagens

- complexidade;
- exigência de muitos dados.

A figura 3 mostra um exemplo do cronograma de Pert.

Figura 3: Gráfico de Pert.



Fonte: Microsoft Project 98.

DETALHAMENTO DAS ETAPAS DE UM PROJETO

TÍTULO (O QUÊ?)

O título deve ser preciso e curto. Preciso no sentido de indicar realmente o conteúdo, o assunto tratado no projeto. Curto, evitando-se palavras inúteis, como "Contribuição ao estudo das atividades turísticas culturais da macrorregião de Campinas."

Se o projeto for realizado num determinado espaço geográfico, esse deve constar do título.

INTRODUÇÃO (POR QUÊ?)

A introdução tem por objetivo conduzir o leitor ao assunto, ou problema, que será tratado no projeto.

Costuma-se dizer que uma introdução deve começar por uma definição sucinta do objetivo do trabalho e pela exposição dos motivos que determinam sua execução. Por outro lado, é preciso que o emissor tenha a dizer o que o receptor quer saber. Assim, a função da introdução é transmitir ao leitor algo como: você vai gostar de ler o meu texto, porque nele trato de X e de Y, e vou lhe trazer informações novas do seu maior interesse. [\[nota5\]](#)

A introdução deverá conter as seguintes informações:

- o assunto a ser estudado e de que forma será enfocado;
- a razão por que desenvolver esse assunto como projeto;
- classificação dos termos ou conceitos utilizados;
- inserção do assunto do projeto num conteúdo mais amplo (científico ou teórico).

Quando o projeto é desenvolvido em segmentos bem delimitados, com módulos independentes, a ordem de produção dos diversos itens não é rígida. Isso quer dizer que o autor é totalmente livre para começar pela seção que bem entender, não precisando iniciar necessariamente pela introdução.

OBJETIVOS DO PROJETO (PARA QUÊ?)

Os objetivos definem o que você quer alcançar no projeto. Devem ser precisos, pois constituem os parâmetros do projeto, ou seja, "o fio condutor". Muitos autores subdividem os objetivos em gerais e específicos: objetivos gerais — quando são inseridos num contexto mais amplo e abrangente; objetivos específicos — quando visam precisamente aos aspectos do problema a ser enfocado.

Os objetivos podem ser apresentados sob duas formas: proposições e hipóteses. Usualmente para projetos turísticos, com exceção dos projetos de pesquisa, utilizam-se proposições, que são mais amplas e contêm uma declaração formal.

Já as hipóteses são declarações afirmativas e precisas. A hipótese é o resultado de um processo mental de esquematização e de abstração a partir de dados sensíveis, mas nenhuma expressão teórica corresponde exatamente à realidade exterior. Uma hipótese é uma possível verdade, uma afirmação provisória.

Tanto as proposições como as hipóteses deverão receber respostas na conclusão do projeto. O desmentido de uma hipótese também é resultado válido para o pesquisador de um projeto de pesquisa. Assim como poderá haver conclusões em que seja preciso dizer que não se chegou a conclusão alguma e que não há qualquer sugestão a ser feita.

ESTUDO DE MERCADO (PARA QUEM?)

Os passos para definição, pesquisa e análise do mercado de um projeto podem ser descritos como:

1) Definição do público-alvo dentro dos seguintes segmentos, podendo escolher mais de um:

- executivos;
- turistas nacionais;
- turistas internacionais;
- pessoas em trânsito e a negócios;
- estudantes;
- pessoas desacompanhadas, viúvos(as), divorciados(as), desquitados(as) ou solteiros(as).

Analisa-se quantitativamente (aspectos demográficos, socioculturais e econômicos) e qualitativamente esse público, respondendo às seguintes questões: Quem é? O que pensa? Como age?

2) Pesquisa:

- da localidade (cidade e região) onde se pretende desenvolver o projeto; .
- do número de pessoas que habitam na localidade, número estimado de pessoas que transitam pela cidade ou região e com que frequência;
- das preferências, das necessidades e hábitos da comunidade local;
- sobre a concorrência, verificando:
 - o número de empresas, suas atividades e abrangência;
 - o número de concorrentes diretos;
 - o movimento dos concorrentes;

- se o concorrente tem proximidade de avenidas, praças, estacionamentos;
- o fluxo de veículos que transitam próximo ao concorrente;
- o número de pessoas que transitam pelo local, de acordo com os dias da semana e sazonalidade próxima ao concorrente.

3) Análise da concorrência em relação à política de serviço, produtividade, comunicação, preços, etc.

O estudo de mercado compreende o estudo da oferta e da demanda de determinado serviço ou bem de consumo, e deve responder basicamente a duas questões:

- 1) Há mercado para o projeto?
- 2) Em que condições de mercado o projeto pode ser empreendido?

Estas respostas podem ser obtidas através de:

1) pesquisa exploratória: como fontes secundárias, como publicações de governo, de associações de classe, comercial, industrial, de empresas de pesquisa profissional, entre outras que podem oferecer, em alguns casos, informações suficientes para resolver satisfatoriamente a questão.

Mas há necessidade de que as fontes secundárias sejam atualizadas, exatas e confiáveis.

2) pesquisa conclusiva, que pode ser realizada através de:

- abordagem de observação: simplesmente observa o comportamento da demanda e registra os acontecimentos. A desvantagem é que não relata o que as pessoas estão pensando e sentindo, ou quais são os seus motivos;
- abordagem do questionário: proporciona informação sobre impressões, atitudes e motivações dos consumidores.

Há três tipos de levantamento, intitulados métodos de abordagem do questionário:

- Entrevista pessoal: é o método mais caro, porque os pesquisadores precisam contratar, treinar e supervisionar os entrevistadores. É também o método mais flexível, porque as perguntas podem ser passadas e repassadas, a fim de garantir que a informação seja obtida. Sabe-se quem está sendo entrevistado.
- Entrevista telefônica: é o mais rápido dos métodos de levantamento. Em pouco tempo, e por um baixo custo podem-se obter as respostas. Mas só atinge quem tem telefone, e é muito fácil alguém desligar o telefone sem responder. O número de perguntas deve ser limitado. Esse método pode ser útil para uma pesquisa preliminar, quando pode ser acertada uma entrevista pessoal posterior.

- Levantamento pelo correio ou postal: é o método mais barato. Abrange grandes áreas geográficas, elimina a interferência do entrevistador e as pessoas têm maior disponibilidade de tempo para as respostas.

Como desvantagem, não oferece oportunidade para que os pesquisadores esclareçam as perguntas; não se sabe quem respondeu; maior tempo para se obter a devolução das respostas; nem sempre há a devolução de todos os questionários enviados e há dificuldade para se obter os endereços atualizados para o envio dos questionários.

Para a realização da pesquisa conclusiva, é necessária a elaboração de questionários. Para a elaboração de um questionário é importante:

- Enfoque das perguntas: formular somente as perguntas necessárias; indagar o que vai fazer com essa informação (ela é realmente necessária?). Se não se destinar a uso, não deverá ser solicitada. Devem-se evitar perguntas pessoais, que envolvam dados exatos de renda e idade. Utilizar palavras simples, que possam ser compreendidas com facilidade; ser específico, evitar generalizações e perguntas que insinuem as respostas.
- Ordenação das perguntas: depois de decidir o que e como perguntar, precisa-se escolher a ordem das perguntas. As perguntas iniciais devem ser interessantes. As perguntas difíceis devem ser colocadas dentro do corpo do questionário, não no início.
- Aspectos físicos do questionário: deve ter boa aparência. A composição, o método de impressão e o papel utilizado são importantes. As perguntas não devem ser acumuladas, nem o tipo de letra deve ser tão pequeno que o questionário seja de difícil leitura.
- Pré-teste do questionário: antes que o questionário seja amplamente distribuído, os pesquisadores devem previamente testá-lo. As pessoas escolhidas para o pré-teste devem ler o questionário item por item e explicar ao pesquisador o que cada um significa. Dessa maneira podem ser descobertos muitos problemas de significado oculto.
- Amostra: é a parte representativa de uma população. Quanto maior o número de indivíduos na população, menor o número de indivíduos selecionados para a amostra. Quanto maior o grau de precisão desejado, maior deve ser a amostra.

Tabela 1: Determinação do tamanho da amostra a partir do tamanho da população

N	A	N	A	N	A	N	A
10	10	180	123	900	269	7.000	364
15	14	200	132	1.000	278	8.000	367
20	19	220	140	1.100	285	9.000	368
25	24	240	148	1.200	291	10.000	370
30	28	250	152	1.300	297	15.000	375
40	36	280	162	1.500	306	20.000	377
50	44	300	169	1.800	317	30.000	379
60	52	360	186	2.000	322	40.000	380
70	59	400	196	2.400	331	50.000	381
80	66	460	210	2.800	338	75.000	382
90	73	500	217	3.000	341	1.000.000	384
100	80	550	226	3.500	346		
110	86	600	234	4.000	351		
120	92	650	242	4.500	354		
140	103	700	248	5.000	357		
150	108	800	260	6.000	361		

Obs.: N é o tamanho da população, A é o tamanho da amostra.

Fonte: Lúcia Gerardi e Barbara Silva. Quantificação em geografia. São Paulo: Difel, 1996.

- Coleta de dados: na coleta de dados, o pesquisador deve tomar certos cuidados, como: identificar, indicar o tempo que a entrevista tomará e estimular para que os entrevistados respondam ao questionário. Isso deve ser levado em conta tanto para entrevistas pessoais, como para entrevistas telefônicas e levantamento postal.
Com o processamento e a análise dos dados, é realizada a tabulação e, para complementar o trabalho, elabora-se a redação conclusiva do estudo de mercado, que deve ser simples e direta. Inicialmente, deve-se explicar o processo de pesquisa utilizado; depois, apresenta-se um sumário dos pontos altos e, finalmente, são mencionadas as limitações que o estudo possa ter e quaisquer problemas que tenham sido identificados, quando da coleta de dados ou da pesquisa exploratória.

TAMANHO (QUAL A ABRANGÊNCIA DO PROJETO?)

A determinação do tamanho dos projetos refere-se à sua capacidade de serviço, de atendimento durante um determinado período.

Para determinar o tamanho ótimo de um projeto, consideram-se as relações entre os diversos aspectos levados em conta no estudo de implantação, como:

Tamanho X Mercado

- total de demanda a ser atingida;
- exigência de uma grande escala de serviço;
- variação e crescimento da demanda.

Tamanho X Localização

- distribuição geográfica do mercado;
- influência da localização nos custos de serviço e distribuição.

Tamanho X Investimento

- exigência de uma escala mínima de serviços, para justificar os investimentos necessários.

Tamanho X Financiamento

- definição da alternativa que oferece a maior segurança e facilidade.

Tamanho X Outros fatores

- pessoal habilitado;
- capacidade administrativa;
- comercialização.

LOCALIZAÇÃO (ONDE?)

Para se definir a localização de um projeto, devem ser considerados os seguintes itens:

- mercado;
- facilidades de distribuição dos serviços;
- terrenos disponíveis;

- facilidades de acesso;
- condições de vida;
- leis e regulamentos;
- estrutura tributária;
- facilidades de acesso aos materiais de serviços;
- mão-de-obra;
- combustível;
- energia elétrica;
- água.

DETALHAMENTO DO PROJETO (COMO?)

Trata-se da descrição dos serviços previstos, com o procedimento de operações em sequências lógicas.

O sistema de funcionamento deverá ser detalhado com:

- horário;
- dias da semana;
- número de pessoas para o atendimento;
- número de equipamentos disponíveis;
- materiais necessários.

ENGENHARIA - LAYOUT

A engenharia e o layout do projeto devem especificar tecnicamente os elementos que compõem o conjunto de serviços, de maneira detalhada e precisa, permitindo a montagem e funcionamento do serviço desejado.

Estas são as fases que compõem essa etapa:

1) Fase de estudos, que absorve:

- Estudos preliminares:
 - informações sobre o processo de serviço;
 - patentes;
 - literatura técnica;
 - inovações;

- experiências;
- verificação de disponibilidade de serviços e produtos.
- Projeto básico:
 - caracterização do serviço (características físicas);
 - especificação dos requisitos físicos do projeto;
 - especificação dos equipamentos e seus índices de rendimento;
 - planta da construção e sua distribuição no terreno;
 - planta da distribuição espacial dos equipamentos.
- Projetos complementares:
 - infra-estrutura de saneamento básico;
 - estradas.

2) Fase de montagem, corresponde a:

- contratação geral das obras;
- montagem dos equipamentos;
- controle dos contratos e testes de funcionamento.

Para o layout é importante considerar:

- Formato: colocar as medidas que serão utilizadas (por exemplo: 12 cm X 27 cm) e justificar o porquê dessa escolha (por exemplo: praticidade de manuseio e de porte); analisar os tamanhos de folhas de papel existentes no mercado e verificar qual proporciona maior aproveitamento e economia (formato A4 (21 cm X 29,7 cm), A3, A2, A1(66 cm X 96 cm ou 70 cm X 1 m), tamanho carta, duplo ofício, etc.).
- Programação visual: analisar até que ponto o apelo visual é mais importante ou tão importante quanto o conteúdo escrito. Estar consciente de que a inclusão de muitas cores e fotografia altera o custo do produto.
- Tipologia: escolha das fontes das letras para os títulos e para o texto.
- A escolha do papel: a gramatura pode ser de 85, 90, 120, 160, 170 ou 180 gramas; a textura, lisa ou rugosa; o papel pode ser branco ou colorido; o tipo de papel, color plus, couchê, pergaminho/pergaminata, sulfite, etc. Obs.: máquinas xerox já aceitam gramatura de até 180 gramas.

FONTE DE RECURSOS (COM O QUÊ?)

Corresponde a investimento e financiamento de projetos.

INVESTIMENTO

Tem por finalidade estimar o total de recursos de capital que será necessário para o projeto.

O estudo de investimento é muito importante, pois a partir dele se estudará o financiamento do projeto, o custo, a rentabilidade e sua prioridade.

a) Capital fixo: os elementos de composição e volume dos investimentos em capital fixo podem ser classificados em bens tangíveis e bens intangíveis.

Consideram-se bens tangíveis:

- pagamento de terrenos e áreas de recursos naturais (aquisição, registro em cartório, limpeza, drenagem, etc.);

- custos dos equipamentos postos na obra e sua instalação;

- custos das construções e instalações complementares. Os bens intangíveis podem ser:

- custo das pesquisas, experiências e estudos prévios, incluindo o do projeto;

- patentes e similares;

- custos da organização da empresa (gastos legais com registros e alvarás);

- despesas com serviços de engenharia e administração durante a construção (assistência técnica, desperdícios com matéria-prima);

- custos da etapa inicial de operações;

- instalação das obras (acampamento para operários);

- imprevistos (inflação, aumento de preços);

- juros durante a construção.

b) Estimativa do capital circulante (flutuante):

- pagamento de mão-de-obra;

- matéria-prima.

FINANCIAMENTO

O estudo de financiamento do projeto tem por objetivo determinar a viabilidade e otimização de seu esquema financeiro. Ele envolve:

- levantamento das possibilidades de captação de poupanças, no ritmo e escala necessários para a realização dos investimentos;

- definição da combinação ótima dos recursos a serem levantados, tendo em conta as diferentes características de adequação, custos e risco;

- gastos financiados pelo governo ou por instituições de fomento.

Os fatores para atrair os investimentos nacionais e internacionais giram em torno do patrimônio envolvido, do retorno necessário do investimento, da estabilidade macroeconômica (inflação, taxa real de juros, estrutura e infra-estrutura econômicas, estabilidade de capitais locais, autonomia do Banco Central e câmbios) e da estabilidade econômica do país.

A participação do governo brasileiro em financiamento de projetos turísticos se dá através dos recursos do banco mundial e governo federal.

A Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) elaborou a Bolsa de Negócios Turísticos, que deverá disponibilizar através da Internet (www.bolsa.embratur.gov.br) um banco de dados contendo informações sobre linhas de financiamento, dados econômicos e financeiros, cadastro de empresas prestadoras de serviços e fornecedoras de produtos, matriz de classificação hoteleira, dentre outras.

A Bolsa de Negócios tem por objetivo identificar e divulgar as oportunidades de investimento. A intenção da Embratur é a de fomentar, cada vez mais, o banco de dados da Bolsa, que já contém o cadastro de inúmeras empresas, produtos, serviços e projetos.

Para dar maior capilaridade à Bolsa de Negócios Turísticos, a Embratur firmou parceria com o Sebrae, de forma que as duas bolsas estão interligadas, gerando assim um banco de dados contendo milhares de empresas cadastradas.

Quanto à divulgação dos projetos de empreendimentos turísticos cadastrados na Bolsa de Negócios, visando à realização de parcerias, joint ventures e à captação de recursos no país e no exterior, a Embratur realiza anualmente diversos seminários workshops, com a presença de representantes de fundos de pensão, consultorias, bancos de investimentos e múltiplos, construtoras e empresários em geral, com o objetivo de possibilitar a realização de negócios, fomentando o setor turístico nacional.

A consulta na Bolsa de Negócios oferece as seguintes oportunidades: relação de projetos cadastrados; assessorias e consultorias; investidores e consultorias empresariais; indicadores econômicos e estatísticos, e link para a Associação Brasileira de Franchising. Além de disponibilizar modelo para elaboração de projeto, o projeto de consulta de viabilidade tem por objetivo fornecer ao interessado uma forma de apresentação que facilite o exame de sua "Consulta de Viabilidade" por parte da Embratur. Na apresentação dessa consulta para outros tipos de empreendimentos turísticos, o roteiro deverá ser adaptado.

O roteiro para elaboração de Projeto Definitivo dos Meios de Hospedagem de Turismo fornece a forma de apresentação do Projeto Definitivo, que facilitará o acesso aos incentivos fiscais e financeiros previstos na legislação turística vigente.

Os programas de turismo em funcionamento são: o Fundo Geral de Turismo

(Fungetur), o Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur), o Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia (Proecotur). A seguir, a descrição desses programas e as necessidades para participação.

Fungetur

Seu objetivo é prover recursos para financiamento de empreendimentos, obras e serviços — de finalidade ou interesse turístico, desde que sejam:

- declarados de interesse turístico pela Embratur;
- enquadrados em planos e programas de desenvolvimento turístico do estado e/ou de seus municípios, conforme declaração da Embratur;
- localizados em municípios turísticos ou de potencial turístico definidos pela Embratur.

Beneficiários:

1) Empresas que se dediquem à atividade turística e que sejam:

- constituídas no Brasil sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país;
- cadastradas na Embratur, conforme a norma em vigor.

2) Órgãos da administração direta ou indireta de governos dos estados, do Distrito Federal e dos municípios, cujos empreendimentos, obras e serviços sejam considerados de interesse turístico.

Tipos de operação:

- financiamentos de estudos e projetos;
- financiamento de capital fixo.

Como obter recursos:

- Carta-consulta.

As empresas deverão apresentar preliminarmente carta-consulta ao agente financeiro credenciado pela Embratur.

- Projeto definitivo.

Aprovada a carta-consulta, deverá ser apresentado ao agente financeiro o projeto definitivo, elaborado de acordo com roteiro específico, fornecido pelo agente financeiro.

Condições das operações:

1. Limites operacionais:

1.1 do Fungetur — máximo de 80% do investimento fixo total do projeto;

1.2 do mutuário — mínimo de 20% do investimento fixo total do projeto

2. Prazo do reembolso:

O prazo máximo de reembolso é de 156 meses.

3. Carência:

O prazo de carência será de 6 a 48 meses, compreendido no prazo acima.

4. Taxas de juros e atualização:

4.1 16% ao ano, para pequenas e médias empresas, atualizados de acordo com a variação da Taxa Referencial (TR) ou, no caso de sua extinção, pelo índice que venha a substituí-la, por determinação do governo federal;

4.2 8% ao ano, para as empresas não enquadradas no item anterior.

Relação dos agentes financeiros do Fungetur:

- Região Nordeste
 - Banco do Nordeste do Brasil S/A (BNB)
 - Banco do Brasil S/A (BB)
- Região Norte e Centro-Oeste
 - Banco do Brasil S/A (BB)
- Região Sul
 - Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul S/A (BRDES)
 - Banco do Brasil S/A (BB)
- Região Sudeste Estado de Minas Gerais:
 - Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais S/A (BDMG) Estado do Espírito Santo:
 - Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo S/A (Bandes)
 - Banco do Estado do Espírito Santo S/A (Banestes) - Banco do Brasil S/A (BB)

Contato:

Embratur/Departamento de Investimentos

Tel./fax: (61) 328-8409

PABX (61) 328-9100 Ramais 100, 116, 126 e 187

E-mail: deinv@embratur.gov.br

PRODETUR

O Programa de Ação para o Desenvolvimento Integrado do Turismo (Prodetur) é um programa global de desenvolvimento turístico regional, estruturado e concebido pelos governos federal e estaduais, para financiar a implantação de infraestrutura de

suporte ao turismo, propiciar e incentivar investimentos da iniciativa privada para implantação de equipamentos turísticos. É a primeira experiência no campo de desenvolvimento turístico regional a ser implementada no país, com financiamento externo.

Está sendo implantado inicialmente o Prodetur/NE, contemplando os nove estados da região. As demais regiões do país deverão integrar o programa, sendo que as regiões Sul e Norte já estão com seus programas em adiantado processo de desenvolvimento.

Outros programas e contatos para participação:

BNDES

O Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (BNDES) tem linha de crédito para projetos turísticos. Podem ser beneficiadas as áreas de meios de hospedagem (inclusive barcos-hotel), parques temáticos, zoológicos, ônibus ou micro-ônibus de luxo, casas de espetáculos, churrascarias, equipamentos de lazer, ferrovias turísticas, escolas que se dediquem à formação de mão-de-obra especializada. Tem por objetivo a melhoria da qualidade de vida da população brasileira, através do apoio a investimentos que visem ao fortalecimento da competitividade da economia brasileira, à geração de emprego e melhoria dos postos de trabalho e à atenuação das desigualdades regionais.

Em alguns casos, o financiamento poderá chegar a 90% do valor do empreendimento. Informações sobre os financiamentos do BNDES poderão ser obtidas no endereço eletrônico <http://www.bndes.gov.br> ou pelo e-mail financia@bndes.gov.br, ou ainda na avenida República do Chile, 100. Rio de Janeiro, RJ. CEP: 20139-900. Tels.: (21) 277-7081/7447/6978. Fax: (21) 220-2615. Em São Paulo, pelo tel.: (11) 251-5055 ou pelo fax: (11) 251-5917.

Beneficiários: empresas privadas de qualquer porte; empreendimentos turísticos apoiáveis.

Contato:

BNDES

Carteira Operacional de Enquadramento da Área de Crédito

Av. República do Chile, 100 – 14º andar

CEP: 20001-970

Rio de Janeiro - RJ

Tels.: (21) 277-7884 ou 277-7489

Fax: (21) 220-1397

<http://www.bndes.gov.br>

BANCO DO NORDESTE

O Banco do Nordeste é o principal agente financeiro do governo federal, para a promoção do desenvolvimento económico e social da Região Nordeste. Para a atividade turística, o Banco do Nordeste oferece alguns programas de financiamento com recursos de diversas fontes.

Beneficiários:

1) Setor público: Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur/NE).

2) Setor privado: Programa de Apoio ao Turismo Regional (Proatur); Programa de Geração de Emprego Turístico no Nordeste (Progetur); Programa Nordeste Competitivo.

Contato:

Banco do Nordeste/Departamento de Desenvolvimento

Tel.: (85) 255-4300/Fax: (85) 255-4308

O serviço de atendimento "cliente consulta" poderá ser acionado para solucionar eventuais dúvidas através do telefone 0800-783030.

<http://www.bnb.gov.br>

BANCO DA AMAZÔNIA

O Banco da Amazônia (Basa) administra o Fundo Constitucional de Financiamento do Norte (FNO) com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento económico e social da Região Norte, cuja ação se dá mediante a execução de programas de financiamento, voltados para o desenvolvimento das atividades produtivas da região, de forma compatível com o Plano de Desenvolvimento da Amazônia.

Beneficiários: são beneficiários do FNO os produtores e empresas (pessoas físicas e jurídicas), suas associações e cooperativas de produção que desenvolvem atividades produtivas nos setores agropecuário, mineral, industrial, agroindustrial e turístico.

Contato:

Banco da Amazônia (Basa)

Coordenadoria de Estudos Económicos

Tel.: (91) 216-3128/Fax: (91) 223-1521

<http://www.basa.com.br>

PROGRAMA DE CRÉDITO POPULAR DE INCENTIVO AO EMPREGO NO TURISMO

Programa da Embratur para municípios turísticos do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), excetuando-se as capitais estaduais.

Esse programa apóia o desenvolvimento e o fortalecimento de pequenos negócios no setor de turismo.

O limite financiável é de R\$ 20.000,00, até 80% do investimento fixo total do projeto.

Contato:

Embratur/Departamento de Investimentos

Tel./fax: (61) 326-4378

PABX (61) 328-9100 Ramais 100, 116, 126 e 187

E-mail: deinv@embratur.gov.br

PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR (AGREGAR)

Esse programa visa ao apoio financeiro ao desenvolvimento de atividades alternativas, que possibilitem novas fontes de receitas, geradas a partir da utilização da mão-de-obra familiar disponível. Esses investimentos podem ser de beneficiamento, processamento ou comercialização da produção agropecuária e/ou de produtos artesanais desenvolvidos por famílias rurais, inclusive para exploração de turismo e lazer rural.

O limite financiável é de até 90% do investimento do projeto, com valor máximo de financiamento por beneficiário de R\$ 15.000,00.

Contato:

O dispositivo desse programa é a resolução Bacen n 2.507, de 17 de junho de 1998; acesso às informações no LIC 2.8.413 do Banco do Brasil.

Agências do Banco do Brasil S/A

FINEP

A Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), empresa pública vinculada ao Ministério de Ciência e Tecnologia (MICT), é o banco de financiamento à ciência e tecnologia do país. Oferece condições de financiamento atraentes, no fomento e apoio a estudos, pesquisas, projetos e programas que visem à geração, difusão e uso do conhecimento.

Beneficiários da Finep: empresas públicas e privadas, inclusive as micro e pequenas empresas; universidades, centros e institutos de pesquisa; órgãos do governo; outras instituições que também desenvolvam atividades científicas e/ou tecnológicas.

Contato:

Finep

Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC)

Praia do Flamengo, 200 — 9a andar

CEP: 22210-030 — Rio de Janeiro — RJ

Tel.: (21) 276-0510/0511

<http://www.finep.gov.br>

SEBRAE

O Sebrae disponibiliza alguns programas para micro e pequenas empresas como o Proger-CEF; Caixa Giro/Sebrae; Microgiro/Sebrae; Proger Urbano Banco do Brasil (ex-Mipem/FAT) e Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe).

Contato:

Sebrae/DF

SIA Trecho 03 lote 1580

Brasília — DF

Tels.: (61) 362-1600

Fax: (61) 361-2996

PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À CULTURA

Esse programa possui dois mecanismos de apoio: o Fundo Nacional da Cultura (FNC), que apóia projetos culturais apresentados por entidades públicas e privadas, sem fins lucrativos, de natureza cultural, expressa em estatuto, transferindo até 80% dos recursos necessários para a realização do projeto a fundo perdido; e o Mecenato, que apóia projetos culturais apresentados por pessoas físicas e jurídicas, com ou sem fins lucrativos, de natureza cultural, interessadas em obter o benefício fiscal ao patrocinar o projeto, possibilitando a aprovação do projeto em 100%.

As solicitações devem ser encaminhadas diretamente à Secretaria de Apoio à Cultura do Ministério da Cultura, que fornece formulário próprio para elaboração do projeto.

Contato:

Secretaria de Apoio à Cultura do Ministério da Cultura

Esplanada dos Ministérios — Bloco B — 2a andar

Brasília — DF

CEP: 70068-900

Tels.: (61) 226-3096 ou 321-7114 (Mecenato)

Tel./fax: (61) 321-7994 ou 226-6372 (Fundo Nacional da Cultura)

ORÇAMENTO DE CUSTOS E RECEITAS DO PROJETO (QUANTO?)

Orçamento é o documento que iguala em termos financeiros os gastos e ganhos; é o documento que homogeneíza, em termos financeiros, os estudos de mercado, engenharia, localização, tamanho, para uma avaliação das repercussões econômicas do investimento que se pretende realizar.

A elaboração do orçamento permite estimar:

- rentabilidade do projeto;
- ponto de equilíbrio;
- importância de cada item de custo;
- contribuição do projeto no setor económico e seu efeito multiplicador.

São dados do orçamento:

- custos previstos: pessoal, material e de serviço;
- receitas esperadas (preço X quantidade dos serviços prestados);
- possíveis alterações desses preços.

CONCLUSÃO

Para elaborar a conclusão de um projeto, considera-se o seguinte:

- justificativas das suas vantagens;
- análise de sua contribuição para o desenvolvimento da organização, do serviço e do país;
- os dados para uma avaliação de projeto.

A conclusão, além de desempenhar o papel de fecho, pode e deve servir para abrir novos horizontes, apontar caminhos, despertar novas questões ou dúvidas.

ANEXOS

Esse item complementa o trabalho com:

- tabelas e figuras;
- detalhamento de descrições de equipamentos e de processos apresentados;
- questionários utilizados em pesquisa;
- lista de símbolos ou definições;

- cópias de contratos ou outros documentos da empresa, ou pertinentes ao projeto;
- mapas de localização;
- glossário.

BIBLIOGRAFIA

Relacionar as obras citadas e consultadas como referências bibliográficas de acordo com as Normas de Referência Bibliográfica da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

AVALIAÇÃO DE PROJETOS

A avaliação abrange vários processos conduzidos em diversos níveis organizacionais, tais como verificação do funcionamento de unidades de serviço, revisão do programa ou auto-avaliação, avaliação de desempenho do pessoal envolvido no projeto e resultados obtidos.

A avaliação poderá ser para aperfeiçoamento e decisão sobre programas, com fins de prestação de contas, como forma de pesquisa ou pesquisa avaliativa.

A preocupação, nesse item, foi esboçar um roteiro para análise de projetos, pois existe bibliografia específica nessa área de abordagem científica.

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE PROJETOS

APRESENTAÇÃO

Apreciação sobre a redação (ortografia e gramática), disposição gráfica, clareza e precisão das ilustrações, das referências e dos anexos.

ANÁLISE TÉCNICA

- 1) Identificação do projeto.
- 2) Finalidades, objetivos e metas:
 - estão definidos com precisão e clareza;

- há coerência;
- são exequíveis, utópicos, ambiciosos, tímidos, satisfatórios face ao problema abordado e às condições oferecidas para a intervenção;
- os objetivos e as metas são compatíveis entre si ou complementares.

3) Justificativa:

- é esclarecedora, quanto à necessidade da realização do projeto;
- apresenta os principais aspectos da questão;
- as diversas variáveis da situação foram analisadas e correlacionadas;
- foram detectadas demandas ou necessidades suficientes para justificar o projeto;
- foi evidenciada a capacidade financeira;
- foi demonstrada a existência de técnica adequada.

4) Detalhamento do projeto:

- operações:
 - o detalhamento deixou bem claro o conjunto de ações;
 - há operacionalização nessas operações;
 - há lógica e sequência, são viáveis;
 - o método, as técnicas, os instrumentos, o momento, o local e as responsabilidades de cada ação ficaram claras;
 - as especificações adotadas são as mais recomendáveis, face aos recursos disponíveis e aos objetivos.
- recursos financeiros:
 - há correspondência entre os recursos financeiros previstos pelo projeto e a dimensão do problema;
 - houve indicação de fontes de recursos;
 - há viabilidade na proposta financeira.
- recursos humanos:
 - há correspondência entre o número do pessoal alocado e a qualificação das exigências, para o alcance dos objetivos do projeto;
 - é projeto exequível no que se refere aos recursos humanos.
- recursos materiais:
 - correspondem às necessidades do projeto;
 - são viáveis.
- medidas de implementação:
 - foram previstos os instrumentos legais, administrativos e técnicos, indispensáveis à execução do projeto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, Nelson, BRITO, Paulo & JORGE, Wilson. Hotel- Planejamento e projeto. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.
- AZEVEDO, Israel Belo. O prazer da produção científica. Piracicaba: Unimep, 1997.
- BAPTISTA, Myrian Veras. Planejamento. São Paulo: Cortez e Moraes, 1979.
- BISSOLI, Maria Angela M. Ambrizi. Elaboração e análise de projetos turísticos. Campinas: PUC-IACT, 1997. Apostila.
- _____. Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação. São Paulo: Futura, 2000.
- BNDES. Políticas operacionais do sistema BNDES -Programa Nacional de Financiamento ao Turismo. Rio de Janeiro: BNDES, 1995.
- BUARQUE, Cristovam. Avaliação económica de projetos. Rio de Janeiro: Campus, 1984.
- CLELAND, David (org.). Fiel Guide to Project Management. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1998.
- CLEMENTE, Ademir (org.). Projetos empresariais e públicos. São Paulo: Atlas, 1997.
- CONTADOR, Cláudio Roberto. Projetos sociais: avaliação e prática. 4 ed. ampl. São Paulo: Atlas, 2000.
- DENCKER, Ada. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura, 1998.
- DÍAZ, Edgar Afonso H. Proyetos turísticos — formulación y evaluación. México: Trillas, 1997.
- EMBRATUR. Deliberação Normativa nº 390, de 28 de maio de 1998. Brasília: Embratur/Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 2 de junho de 1998. .
- _____. Manual do investidor. Brasília: Embratur, 1999.
- FEITOSA, Vera Cristina. Redação de textos científicos. Campinas: Papyrus, 1991.
- FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidinéia G. Manual da qualidade em projetos de comunicação. São Paulo: Pioneira, 1997.
- GOVERNO DE SÃO PAULO. Manual para realização de atividades turístico-culturais. São Paulo: Secretaria de Estado dos Negócios de Esportes e Turismo/Coordenadoria de Turismo, 1993.
- GRAHAM, Robert & ENGLUND, Randall. Creating in Environment for Successful Projects. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1998.
- HOLANDA, Nilson. Planejamento e projetos. Rio de Janeiro: Apec, 1985.
- KISIL, Rosana. Manual de elaboração de projetos e propostas. São Paulo: USP/Desenvolvimento Rural Integrado, Esalq, 1995.
- MALAGODI, Maria Eugenia. Projetos culturais. São Paulo: Escrituras, 2000.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar. Administração de projetos- como transformar idéias em resultados. São Paulo: Atlas, 1997.
- MEJÍA, David M.; TERREROS, Edmundo & GUERRERO, Maria. Financiamiento turístico-fuentes internas y externas. México: Trillas, 1995.

MELNICK, Júlio. Manual de projetos de desenvolvimento económico. Rio de Janeiro: Unilivros Cultural, 1981.

MELO NETO, Francisco Paulo de. Projetos de marketing esportivo e social. Rio de Janeiro: Phorte, 1997.

MICROSOFT. Project 4for Windows: passo a passo. Trad. Adolfo Carlos Von Randow. São Paulo: Makron Books, 1995.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. Guia de fontes de financiamento à ciência e tecnologia. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia/CNPq, 1993.

NATIONAL AND REGIONAL TOURISM PLANNING. Methodologies and Case Studies. Madri: OMT, 1994.

POLLONI, Enrico. Administrando sistemas de informação — estudo de viabilidade. São Paulo: Futura, 2000.

POMERANZ, Lenina. Elaboração e análise de projetos. São Paulo: Hucitec, 1985.

RUDIO, Franz. Introdução ao projeto de pesquisa científica. Petrópolis: Vozes, 1981.

SEBRAE. Perfis de oportunidades de negócios. Brasília: Sebrae, 1998.

TABARES, Fabio. Proyectos turísticos — localización y inversión. México: Trillas, 1997.

TUCH, David & SPOLON, Ana Paula. Estudo de viabilidade — desenvolvimento de projetos hoteleiros. São Paulo: Centro de Educação em Turismo e Hotelaria, 1998. (Apostila).

VV. AA. Guia de entidades nacionais de fomento à pesquisa e programas especiais de incentivo à pesquisa. São Paulo: Comissões de Pesquisa da ECA, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Faculdade de Educação e Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, 1996.

WOILER, Sansão & MATHIAS, Washington. Projetos: planejamento, elaboração e análise. São Paulo: Atlas, 1989.

Página notas de rodapé

Nota 1, página 175: A. Delgallo et al., Projeto: manual de preservação e conscientização ecológica de Sousas e Joaquim Egídio (Campinas: PUCC/IACT, 1996)

[RETORNO NOTA 1, PÁGINA 175](#)

Nota 2, página 176: Ibidem.

[RETORNO NOTA 2, PÁGINA 176](#)

Nota 3, página 176: Ibidem.

[RETORNO NOTA 3, PÁGINA 176](#)

Nota 4, página 178: Plano de Desenvolvimento Turístico da Estância Climática de Morungaba, São Paulo, 1995.

[RETORNO NOTA 4, PÁGINA 178](#)

Nota 5, página 182: Vera Cristina Feitosa, Redação de textos científicos (Campinas: Papyrus, 1991).

[RETORNO NOTA 5, PÁGINA 182](#)