



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

FORMULÁRIO-SÍNTESE DA PROPOSTA - SIGProj
EDITAL Edital de Fluxo Contínuo 2017

Uso exclusivo da Pró-Reitoria (Decanato) de Extensão

PROCESSO N°:

SIGProj N°: 263667.1362.250286.14032017

PARTE I - IDENTIFICAÇÃO

TÍTULO: Sistema Integrado de Gestão de Destinos Turísticos (SIGESTur): Projeto piloto Cubatão (SP) (Cópia) 14-03-2017

TIPO DA PROPOSTA:

Evento Prestação de Serviços Programa
 Projeto

ÁREA TEMÁTICA PRINCIPAL:

Comunicação Cultura Direitos Humanos e Justiça Educação
 Meio Ambiente Saúde Tecnologia e Produção Trabalho
 Desporto

COORDENADOR: Aristides Faria Lopes dos Santos

E-MAIL: aristidesfaria@ifsp.edu.br

FONE/CONTATO: 13981363397



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

FORMULÁRIO DE CADASTRO DE PROJETO DE EXTENSÃO

Uso exclusivo da Pró-Reitoria (Decanato) de Extensão

PROCESSO N°:
SIGProj N°: 263667.1362.250286.14032017

1. Introdução

1.1 Identificação da Ação

Título: Sistema Integrado de Gestão de Destinos Turísticos (SIGESTur): Projeto piloto Cubatão (SP) (Cópia) 14-03-2017

Coordenador: Aristides Faria Lopes dos Santos / Docente

Tipo da Ação: Projeto

Edital: Edital de Fluxo Contínuo 2017

Faixa de Valor:

Vinculada à Programa de Extensão? Não

Instituição: IFSP - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo

Unidade Geral: PRX - Pró Reitoria de Extensão

Unidade de Origem: CBT - Cubatão

Início Previsto: 01/05/2017

Término Previsto: 30/04/2018

Possui Recurso Financeiro: Não

1.2 Detalhes da Proposta

Carga Horária Total da Ação: 720 horas

Justificativa da Carga Horária: O cálculo foi elaborado a partir das seguintes informações: carga horária semanal da equipe do projeto (concomitante): 20 horas, sendo, em média, 80 horas mensais de trabalho no projeto e considerando 9 meses de duração desta ação de extensão.

Periodicidade: Sazonal

A Ação é Curricular?	Não
Abrangência:	Regional
Tem Limite de Vagas?	Não
Local de Realização:	Laboratório de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (Câmpus Cubatão).
Período de Realização:	O projeto terá início em março de 2017 e deverá ser encerrado em novembro do mesmo ano. As atividades serão desenvolvidas prioritariamente no próprio Câmpus Cubatão e, eventualmente, em campo. Estas deverão ocorrer no período vespertino, entre as 13h00 e 18h00.
Tem Inscrição?	Não

1.3 Público-Alvo

Poder Público Municipal, Conselho Municipal de Turismo, Empresários e Trabalhadores atuantes no setor de Serviços, Comunidade acadêmica do IFSP Câmpus Cubatão e Turistas que visitam a cidade de Cubatão e toda a Região Metropolitana da Baixada Santista.

Nº Estimado de Público: 30

Discriminar Público-Alvo:

	A	B	C	D	E	Total
Público Interno da Universidade/Instituto	3	10	0	0	0	13
Instituições Governamentais Federais	0	0	0	0	3	3
Instituições Governamentais Estaduais	0	0	0	0	2	2
Instituições Governamentais Municipais	0	0	0	0	2	2
Organizações de Iniciativa Privada	0	0	0	0	2	2
Movimentos Sociais	0	0	0	0	1	1
Organizações Não-Governamentais (ONGs/OSCIPs)	0	0	0	0	2	2
Organizações Sindicais	0	0	0	0	3	3
Grupos Comunitários	0	0	0	0	2	2
Outros	0	0	0	0	0	0
Total	3	10	0	0	17	30

Legenda:
 (A) Docente
 (B) Discentes de Graduação
 (C) Discentes de Pós-Graduação
 (D) Técnico Administrativo
 (E) Outro

1.4 Parcerias

Não há Instituição Parceira.

1.5 Caracterização da Ação

Área de Conhecimento:	Ciências Sociais Aplicadas » Turismo
Área Temática Principal:	Trabalho
Área Temática Secundária:	Direitos Humanos e Justiça
Linha de Extensão:	Turismo

1.6 Descrição da Ação

Resumo da Proposta:

O município de Cubatão (SP) possui amplo potencial para o desenvolvimento turístico, seja por meio do Polo Industrial ou pelo patrimônio natural, histórico e cultural local. Um importante fator a ser considerado é a complementariedade que sua oferta exercer em relação às demais cidades que compõem a região da “Costa da Mata Atlântica” – denominação turística para a Região Metropolitana da Baixada Santista (RMBS).

O Sistema proposto foi considerado uma das dez ideias mais inovadoras no âmbito do turismo durante o Camp de Inovação do Turismo, concurso promovido pelo portal Panrotas com o apoio técnico do Sebrae, em novembro de 2016.

O SIGESTur configura-se em uma solução de base tecnológica acessível ao cidadão comum, ao turista que planeja visitar ao destino ou mesmo que já está na localidade e ao investidor/empresário que busca informações sobre o desempenho do setor de viagens e turismo em uma determinada localidade.

O objetivo do SIGESTur é coletar, processar, sistematizar e distribuir dados e informações sobre o destino turístico para torna-lo mais competitivo em seu mercado. Nesse sentido, esta ação de extensão deverá estruturar junto aos demais atores atuantes no setor de viagens e turismo na localidade instrumentos de coletas de dados e estratégias para seu processamento, sistematização e posterior distribuição.

Esta proposta foi identificada como “Sistema Integrado de Gestão de Destinos Turísticos (SIGESTur): Projeto piloto Cubatão (SP)”. Como visto, o Sistema já se encontra publicado em caráter experimental e pode ser acessado por meio do link < <http://app.vc/sigestur/> >.

Palavras-Chave:

Turismo, Hospitalidade, Serviços, Competitividade, Comunicação

Informações Relevantes para Avaliação da Proposta:

O aplicativo acessível por meio do referido link deverá ser sincronizado com o conteúdo a ser elaborado e hospedado no domínio < www.observatoriodoturismo.com >. Este domínio foi criado por ocasião da realização do projeto de iniciação científica “Competitividade no setor de viagens e turismo: estudo de casos múltiplos no litoral paulista” (Edital PIBIFSP/CBT nº 003/2016), sendo que o professor proponente desta proposta é o administrador deste domínio.

1.6.1 Justificativa

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), em vista da distribuição territorial dos câmpus, câmpus avançados e núcleos avançados, pode constituir-se em centro de

excelência em gestão pública do turismo em São Paulo. As quase quarente unidades possibilitam vislumbrar a implementação deste projeto futuramente em diversas cidades paulistas a partir da validação da experiência deste projeto piloto a ser desenvolvido no município de Cubatão, no litoral do estado de São Paulo.

Encontra-se vigente a Lei 1.261, de 29 de abril de 2015, que trata da regulamentação das Estância Turísticas e Municípios de Interesse Turístico em São Paulo. Tal dispositivo é norteador da presente proposta, que terá como produto final o plano diretor de turismo para o município em questão – documento condicionante para a classificação desta cidade como Estância Turística, tornando-a passiva de receber recursos para estruturação do turismo na localidade.

Tanto docentes quanto discentes e técnicos administrativos vinculados ao IFSP poderão envolver-se na realização deste projeto por serem, cada um de um modo, membros da comunidade local/regional.

A implementação deste projeto é orientada por legislação federal também, o que permite vislumbrar a concepção de um modelo nacional de gestão pública do turismo. A própria Constituição Federal preconiza que a “União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (artigo 180).

A Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008), que institui a Política Nacional de Turismo, obedece aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável (artigo 1º, parágrafo único). Além disso, aponta como seus objetivos “promover, descentralizar e regionalizar o turismo, estimulando Estados, Distrito Federal e Municípios a planejar, em seus territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura, inclusive entre si, com o envolvimento e a efetiva participação das comunidades receptoras nos benefícios advindos da atividade econômica” (artigo 5º, item VI).

Como visto, a extensão universitária tem o potencial de aproximar da cidade – espaço no qual o turismo acontece efetivamente – as ações governamentais federal e estadual, que determinam a promoção e o incentivo ao desenvolvimento do setor de viagens e turismo.

Retomando o caso paulista, em vista da situação econômica de estados e municípios, torna-se possível considerar que poucos municípios interessados em se estruturarem para o desenvolvimento do turismo já que isso implica em custos, por exemplo, empregados na contratação de consultorias especializadas na elaboração do plano diretor de turismo. Em Santos, cidade vizinha a Cubatão, encontra-se investindo no momento a soma de R\$ 368.450,00 (trezentos e sessenta e oito mil e quatrocentos e cinquenta reais) na contratação deste serviço, por exemplo. No caso os recursos são oriundos de fundo estadual, os quais não são acessíveis a municípios não classificados como Estâncias Turísticas, nos termos da legislação vigente.

Especificamente no caso do município de Cubatão, é importante citar que o governo local tem se mostrado incompetente na gestão dos gastos públicos, o que culminou em manifestação que “(...) reuniu dezenas de trabalhadores, de diferentes setores. Prefeitura diz que não poderá pagar o 13º salário conforme o esperado”

Na publicação citada, a administração municipal afirma que “a prefeitura foi encontrada em situação financeira delicada. Durante os pouco mais de 20 dias de governo do prefeito em exercício, todos os esforços vêm sendo feitos, mas o exame das contas municipais indicou que não será possível realizar o pagamento do 13º conforme o esperado. É um problema que, infelizmente, está atingindo grande parte dos municípios brasileiros, decorrente da queda na atividade econômica e consequente diminuição brutal na receita tributária”.

Isto posto, a realização deste projeto pode originar modelo de gestão pública de turismo para os destinos

turísticos brasileiros, além de consolidar a ação de extensão universitária como caminho viável para a instrumentalização das comunidades e governos envolvidos na promoção e incentivo ao desenvolvimento econômico e social por meio do turismo.

1.6.2 Fundamentação Teórica

Hospitalidade e Serviços

No sentido de conceituar o termo hospitalidade, esta investigação adota como referencial a visão de Lashley (2004), que compreende a hospitalidade como um conjunto de comportamentos originários da base da sociedade, os quais envolvem elementos como o altruísmo e a beneficência, além de um amplo universo de atividades e relações humanas que acontecem concomitantemente em três dimensões ou domínios: comercial, privado e social.

As relações de prestação/consumo de serviços de hospitalidade estão “dentro” do domínio comercial, como propõe Lashley. Nesse sentido, torna-se possível inferir que o gesto de receber e acolher bem as pessoas pode se configurar como uma vantagem competitiva para as organizações, ou seja, o estabelecimento e a manutenção de relações comerciais alicerçadas na confiança e na ética, por exemplo, podem converter-se na sustentabilidade do negócio.

Ainda que motivadas, mediadas e/ou mantidas por uma relação de negócios, as relações interpessoais no domínio comercial podem sim ser consideradas relações de hospitalidade ou, em oposição, de hostilidade. A gestão dessas relações pode, desse modo, ser profissional, ensaiada e planejada, o que não descaracteriza necessariamente a boa intencionalidade do prestador do serviço.

Isso pode impactar a percepção de qualidade dos serviços consumidos? Na visão de Caon (2008, p. 10), sim. Conforme o autor:

[...] devido a uma característica intrínseca à produção dos serviços, ou seja, a interação direta do “produtor” do serviço com o “cliente”, a satisfação do cliente dependerá, em grande parte, do desempenho do “funcionário” na sua interação com o hóspede, desempenho este influenciado sobremaneira pela satisfação do “funcionário” em prestar o serviço.

Gotman (2009, p. 7), por sua vez, recomenda pensar um instante sobre o que a autora chama de “sorriso comercial”, ou seja, um sorriso cortês “endereçado indiferentemente não a uma pessoa em particular, mas a todo cliente em potencial”. Esse tipo de postura ou encenação do “bem receber” faz parte de um todo complexo, que tangencia a questão da motivação para oferecer hospitalidade.

Ainda de segundo Gotman (2009, p. 7):

[...] da dádiva à relação comercial, o devido substitui a dádiva. A atenção e o serviço são contratuais e não objetos de dádiva e o cliente é qualificado pelas 'exigências' relacionadas a regra do preço justo que mediatiza as relações sociais.

A autora compreende que entre o valor intrínseco e o compromisso tácito da “dádiva” e a prestação de dado serviço há uma linha tênue que separa a necessidade de retribuição das relações comerciais efêmeras, mediadas por contratos e trocas econômicas daquelas que inserem os protagonistas em um círculo de prestação e retribuição.

Segundo Quadros (2011, p. 55), “resgatar os comportamentos e atitudes que promovem a troca mútua e a consequente identificação empática favorece um forte vínculo emocional e cultural entre o prestador de serviços e hóspede/cliente”. Essa vinculação não se reduz aos prestadores de serviços e seus clientes, mas parece se referir também ao relacionamento entre os demais públicos envolvidos.

Naturalmente, não impacta apenas a remuneração pelo serviço, mas a qualidade do “pacote de valor” como um todo, que é composto, também, pelo bem em questão, o contexto no qual ocorre essa relação e as experiências anteriores dos consumidores.

Conforme Brito e Brito (2012, p. 71), o “valor criado não é necessariamente valor apropriado; enquanto o custo de oportunidade e disposição a pagar definem o valor criado, preço e custo definem o valor apropriado”. Os autores propõem a análise sobre empresas que criam valor acima da média de seus segmentos de atuação e, com isso, podem “explorar a diferença entre o preço [médio praticado pelo mercado] e a máxima disposição a pagar [pelos clientes efetivos e em potencial] (...)”.

Wada e Moretti (2014, p. 97) afirmam que “o desenvolvimento da capacidade de oferecer hospitalidade e não de simplesmente servir, assumindo plenamente o papel de anfitrião, traz luz a um dos caminhos possíveis para que as organizações incorporem de forma estratégica a hospitalidade como um diferencial”, tanto no trato com seus clientes quanto junto aos demais stakeholders.

Mais especificamente sobre as percepções do turista/consumidor sobre as características elementares dos serviços, destaca-se, ao contrário dos bens materiais, a intangibilidade, ou seja, sua imaterialidade. Isso significa que os serviços são bens efêmeros, que têm seu efetivo consumo condicionado a “momentos” que dependem da interação entre prestador e consumidor final.

A próxima seção trata do referencial teórico sobre a abordagem dos stakeholders e competitividade.

Stakeholders e Competitividade

De acordo com Freeman (1984, p. 5, tradução do autor), stakeholders “são todos os indivíduos, grupos ou organizações que são afetados ou afetam outros stakeholders no alcance do objetivo de uma determinada empresa”. Tal compreensão possui foco no relacionamento estratégico entre a organização e seus públicos de interesse, fornecendo elementos para a elaboração de estratégias eficazes de relacionamento, como parte do posicionamento mercadológico das organizações.

Freeman já apontava na década de 1980 que determinado stakeholder pode desempenhar mais de um papel para diferentes grupos de influência, isto é, um empregado também pode ser cliente, consumindo o produto ou serviço ofertado pela mesma empresa e, ainda, ser morador da vizinhança, por exemplo.

Acerca da classificação dos stakeholders, Mitchell, Agle e Wood (1997, p. 854), sugerem que as organizações identifiquem seus stakeholders por meio de três características elementares (em negrito), a saber: **poder**: no que se refere à posse ou obtenção de recursos coercitivos, como forma e imposição em relação à organização; **legitimidade**: no que se refere a uma percepção generalizada ou uma suposição de que as ações de uma entidade são desejadas, próprias ou apropriadas dentro de algum sistema de normas, valores, crenças e definições, socialmente definidas; e **urgência**: no que se refere às relações entre os gestores e os stakeholders, como ações de natureza imediata que causam impacto na organização.

A interseção das três características citadas (poder, legitimidade e urgência) enfatiza a relevância para a empresa e a prioridade de atenção e cuidado com cada grupo, além de criar mais três grupos de stakeholders: os latentes, sendo o grupo que possui um dos três atributos conforme quem os avalia, formado pelos tipos adormecidos, discricionário ou reclamante; o grupo formado pela interseção de dois grupos de interesse: dominante, perigoso e dependente; e os definitivos, que é formado pelos grupos que possuem os três atributos concomitantemente.

No mesmo sentido, Stoner e Freeman (1999) afirmam que cada organização possui diferentes públicos de influência – grupos, indivíduos ou organizações – e cada um desses têm diferentes reivindicações – coerentes ou não. Do mesmo modo, Freeman e McVea (2001) apontam que as organizações têm de

gerenciar seus stakeholders no sentido de se anteciparem a suas demandas, pois isso tende a possibilitar que seus gestores antecipem-se a eventuais influências negativas desses grupos.

Para Carroll e Buchholtz (2003, p. 70, tradução do autor):

[...] um stakeholder é um indivíduo ou grupo que possui um ou mais desses “stakes” em relação ao negócio de uma empresa. Assim como um stakeholder pode ser afetado pode afetar as atividades das organizações, suas decisões ou práticas.

O envolvimento das organizações com seus grupos de interesses requer conhecimento para que se tenha uma relação que seja construtiva e produtiva para os envolvidos no negócio. Compreender as expectativas da sociedade em relação à conduta social e ética das organizações se tornou essencial, pois a pressão exercida por grupos que podem estar ligados – ou virem estar –, direta ou indiretamente ao negócio já é uma realidade (JUNQUEIRA; WADA, 2011).

Segundo Koga (2011, 32), “as ações práticas e os procedimentos operacionais da estratégia irão acarretar sucessos efetivos se estiver de acordo com a política de valores da empresa ou estratégia empresarial”. Nota-se, conforme a autora, que a integração dos stakeholders à estratégia global da empresa pode ser determinante a sua sustentabilidade e sobrevivência ao longo do tempo.

Para aproximar a abordagem dos stakeholders com os estudos sobre competitividade, retoma-se Porter (1999, p. 13), ainda nos anos 1990, quem aponta que alcançar um dado nível de competitividade, “(...) resulta da produtividade com que as empresas numa determinada localidade são capazes de utilizar os insumos para a produção de bens e serviços valiosos”.

À época o autor introduziu a discussão sobre a influência dos clusters ou “aglomerados” sobre a competitividade de um determinado território. O autor os definiu como “concentrações geográficas de empresas, fornecedores, setores relacionados e instituições especializadas existentes em determinada área de um país, estado ou cidade”.

O autor propôs, também, a teoria do “Diamante”, que sugere que “a rivalidade local, a existência de clientes exigentes e a sofisticação dos fornecedores locais favorecem a competitividade, através do estímulo e do apoio à alta produtividade e da rapidez na inovação” (1999, p. 22). Porter acreditava que a competição poderia exercer influência sobre os níveis de qualidade exigidos pelos clientes e as políticas de preço praticadas junto aos fornecedores.

A articulação entre os stakeholders resultará em um determinado nível de competitividade desse território. Isso significa afirmar que a coordenação de esforços poderá favorecer um determinado grupo de empresas em detrimento a outras externas a seu cluster. Conforme Porter (1998, p. 81), “a host linkages among cluster members results in a whole greater than the sum of its parts”, ou seja, a sinergia é um resultado da articulação planejada de esforços, que resulta em impactos mais poderosos que mera soma de esforços individuais.

Uma vez que a percepção de um aglomerado “dentro” de um território físico, composto por stakeholders em constante relacionamento para a consecução de resultados finais (produção de bens ou serviços), é possível compreender os clusters como sistemas abertos, que recebem inputs e entregam outputs. Assim, outro conceito relevante, proposto por Altenburg, Hillebrand e Meyer-Stamer (1998, p. 15), é o da “competitividade sistêmica”.

Os autores, com base na teoria do “Diamante” proposta por Michael Porter, sugerem que há níveis nos quais os stakeholders de determinado aglomerado se relacionam. No nível micro estão as empresas de menor porte, suas redes e seus esforços contra eventuais externalidades. No nível meso, surge a figura do poder público, emergem as políticas públicas de regulação do mercado, as agremiações empresariais e o

terceiro setor. No nível macro estão as condições gerais do mercado econômico e financeiro, que são os efeitos conjunturais da economia global. No nível meta residem as singularidades e particularidades sociais, culturais e as capacidades locais/nacionais de estabelecerem estratégias competitivas globais.

Este trabalho propõe analisar a influência da ação – ou inatividade – governamental sobre a competitividade de um determinado setor de mercado, então cabe citar Porter (2008, p. 10) quem recomenda que o Governo – e suas intervenções por meio de leis e (des)regulamentações –, por outro lado, não seja compreendido como uma força competitiva – ao lado das outras cinco propostas pelo autor (concorrentes estabelecidos, clientes poderosos, compradores poderosos, novos competidores (entrantes) e oferta substituta, alternativa –, pois sua interferência é indireta sobre o mercado, enquanto as ações dos demais elementos impactam diretamente sobre a competitividade do cluster.

Estudo sobre o estado recente das pesquisas nacionais sobre competitividade turística revelou que “(...) esta área de investigação ainda está incipiente nos estudos brasileiros, que se mantêm com foco em um determinante da competitividade, mas não na competitividade do destino com abrangência multidimensional” (MIKI; GANDARA; MUÑOZ, 2012, p. 212). Assim, este projeto busca desviar-se desse rumo e estudar a complexidade das relações interinstitucionais (forças competitivas) do setor de viagens e turismo no contexto do litoral paulista.

A partir dessas perspectivas, torna-se possível concluir que o Brasil possui amplo potencial e recursos para a melhora nos níveis de produtividade, o aumento da competitividade e a difusão dos ganhos econômicos. Há, entretanto, carências marcantes nos sistemas de educação e infraestruturas gerais.

Travel & Tourism Competitiveness Report

É possível compreender que a competitividade está intimamente ligada a fatores e stakeholders diversos. Para a elaboração deste trabalho, considera-se elementar a contribuição do WEF, organismo que analisa regularmente o desempenho de diversas nações em termos de competitividade e produtividade.

A utilização dos relatórios do WEF deve-se à intenção do pesquisador em aplicar o conjunto de indicadores propostos por aquele organismo no estudo das diversas variáveis que exercem influência sobre a competitividade de uma economia, mas em nível subnacional.

Nessa seção, primeiro, é analisado o desempenho do Brasil no Travel & Tourism Competitive Report, entre o ano de sua criação (2007) e 2015, ano da publicação mais recente à época da elaboração do estudo. Posteriormente, são apresentados dados sobre o desempenho do país no Global Competitiveness Report (2014-2015), que é uma análise sobre a competitividade das nações em nível global, considerando todos os setores da economia.

Até 2009, foram publicadas três edições anuais do Travel & Tourism Competitive Report. A partir de 2011 a edição desse documento tornou-se bienal. Esse relatório é uma análise sobre o “Travel & Tourism Competitiveness Index” (TTCI), um conjunto de indicadores que determinam o índice de competitividade das nações analisadas.

O setor de viagens e turismo possui a característica de contribuir para diversificar e dinamizar a atividade econômica e viabilizar a geração de riqueza e trabalho em áreas rurais. Esse fluxo de capital viabiliza, ainda, a instalação de infraestruturas em localidades distantes dos centros urbanos, o que tende a promover melhora na qualidade de vida das populações rurais ou periféricas.

A mais recente edição do documento foi publicada em 2015, quando o Brasil figurou na 28ª posição em um universo de 141 nações analisadas. As métricas do TTCI derivam do “conjunto de fatores e políticas que permitem que o desenvolvimento sustentável do setor de viagens e turismo de modo que este possa contribuir para a consolidação da competitividade de uma dada economia” (WEF, 2015, p. VII, tradução do

autor).

O ranking é bienal e fundamenta-se na análise de dados fornecidos pelas próprias nações participantes da pesquisa desenvolvida pelo World Economic Forum. O índice geral é composto por quatro subíndices, sendo organizados em 14 pilares e 90 indicadores individuais, distribuídos entre os diferentes pilares, conforme relacionados a seguir.

Ambiente estimulante (subíndice) / 79ª posição

1. Ambiente de negócios (12 indicadores individuais) / 126ª posição
2. Proteção e Segurança (5 indicadores) / 104ª posição
3. Saúde e Higiene (6 indicadores) / 66ª posição
4. Recursos Humanos e Mercado de Trabalho (9 indicadores) / 66ª posição
5. Maturidade tecnológica (8 indicadores) / 57ª posição

Política e condições de estímulo (subíndice) / 107ª posição

6. Priorização do setor de Viagens e Turismo (6 indicadores) / 101ª posição
7. Abertura internacional (3 indicadores) / 91ª posição
8. Preços competitivos (4 indicadores) / 81ª posição
9. Sustentabilidade ambiental (10 indicadores) / 86ª posição

Infraestrutura (subíndice) / 70ª posição

10. Infraestrutura de transporte aéreo (6 indicadores) / 41ª posição
11. Infraestrutura portuária e terrestre (7 indicadores) / 130ª posição
12. Infraestrutura de serviço ao visitante (4 indicadores) / 51ª posição

Recursos Naturais e Culturais (subíndice) / 3ª posição

13. Recursos naturais (5 indicadores) / 1ª posição
14. Recursos culturais e Viagem de Negócios (5 indicadores) / 8ª posição

O gestor público atuante na área de turismo pode extrair importantes informações deste relatório, que pode configurar-se como uma ferramenta estratégica de benchmarking para as empresas e os governos no sentido de consolidarem a competitividade no setor de viagens e turismo (WEF, 2015, p. VII).

A partir de uma perspectiva comparada, o relatório apresentou dados relevantes sobre o desempenho do Brasil no mercado de viagens e turismo. Conforme o relatório (2015), o país figurou na 28ª posição em termos globais (entre outras 141 economias) e em primeiro lugar na América do Sul. Os demais países considerados neste ranking foram Chile (51º), Argentina (57º), Peru (58º), Colômbia (68º), Uruguai (73º), Bolívia (100º), Suriname (101º), Guiana (104º), Venezuela (110º) e Paraguai (113º).

De acordo com o documento, “a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos do Rio em 2016 captaram investimentos significativos em infraestrutura e conectividade, ajudando a tornar o Brasil o 41º colocado no pilar infraestrutura aeroportuária e terceiro no número de estádios esportivos” (WEF, 2015, p. 14, tradução do autor).

O país figurou entre os top 10 em termos de reuniões internacionais de associação (eventos e viagens corporativas) e dada sua rica biodiversidade o Brasil lidera o ranking em termos de recursos naturais e do número de espécies conhecidas. Ocorre que apesar do seu potencial elevado ainda existem grandes desafios em torno da melhoria da infraestrutura terrestre.

Essas carências estruturais, a alta tributação e a demora em se emitir permissões para começar uma obra prejudicam o Brasil, posicionando-o na 126ª no pilar “ambiente de negócios”. Adicionalmente, a segurança pública continua a ser um problema no país devido aos custos que as altas taxas de criminalidade impõem.

1.6.3 Objetivos

O objetivo geral deste projeto é “coletar, processar, sistematizar e distribuir dados e informações sobre o destino turístico para torna-lo mais competitivo em seu mercado”.

Os objetivos específicos determinados são os seguintes:

O1. Sensibilizar gestores públicos, empresários e a comunidade sobre a importância da continuidade de um sistema formal e profissionalmente gerenciado no âmbito do turismo;

O2. Implementar sistema de coleta permanente de dados sobre o desempenho do mercado local de turismo;

O3. Processar, sistematizar informações turísticas sobre a localidade, mantendo-as atualizadas para sua distribuição eficaz.

1.6.4 Metodologia e Avaliação

Objetivo geral: Coletar, processar, sistematizar e distribuir dados e informações sobre o destino turístico para torna-lo mais competitivo em seu mercado.

Metodologia: a partir da realização do projeto de iniciação científica realizado (Edital PIBIFSP/CBT nº 003/2016) foram desenvolvidas planilhas no software Microsoft Excel 2016 que servirão para padronizar a coleta de dados sobre o desempenho de agências de viagens, guias de turismo, meios de hospedagem, por exemplo. Estas planilhas serão gerenciadas pelos bolsistas do projeto, que deverão contatar os diversos atores locais do turismo para coletar dados e mantê-los atualizados. A partir da análise dos dados coletados, o conhecimento gerado a partir da análise e discussão dos resultados obtidos irão compor um plano de ação mercadológica.

Avaliação: serão publicados boletins mensais sobre o desempenho mercadológico do município em questão.

Objetivo específico (O1): Sensibilizar gestores públicos, empresários e a comunidade sobre a importância da continuidade de um sistema formal e profissionalmente gerenciado no âmbito do turismo;

Metodologia: o professor proponente desta ação de extensão visitará mensalmente os diversos atores atuantes no projeto para manter diálogo sobre sua realização. A equipe do projeto manterá diálogo ativo com os empresários do setor e com servidores públicos do governo local para assegurar-los da viabilidade e relevância da manutenção deste Sistema ao longo do tempo.

Avaliação: determina-se duas rodadas de visitas mensais aos atores locais envolvidos na realização do projeto, sendo estes empresários, entidades do terceiro setor e departamentos da administração pública local.

Objetivo específico (O2): Implementar sistema de coleta permanente de dados sobre o desempenho do mercado local de turismo;

Metodologia: com a sensibilização dos atores e sua consequente adesão, planeja-se a elaboração de procedimento administrativo rotineiro de coleta e atualização de dados sobre o desempenho do mercado local de turismo. O SIGESTur preconiza o protagonismo e a liderança do poder público, então a rotina deverá ser liderada pela Secretaria de Turismo local em parceria com o Conselho Municipal de Turismo.

Avaliação: o monitoramento da realização das ações inerentes a este objetivo específico (O2) será realizado pela autoridade pública municipal de turismo com o apoio do Conselho Municipal de Turismo.

Objetivo específico (O3): Processar, sistematizar informações turísticas sobre a localidade, mantendo-as atualizadas para sua distribuição eficaz.

Metodologia: os dados coletados passarão por sessões públicas de validação, ou seja, reuniões regulares de análise e discussão dos resultados obtidos em cada mês de realização do projeto. As reuniões acontecerão nas instalações do Laboratório de Turismo do IFSP Câmpus Cubatão, onde há infraestrutura necessária disponível. Além disso, a ação poderá aproximar a comunidade local das demais ações do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo e do novo Curso Técnico em Eventos Integrado ao Ensino Médio deste câmpus.

Avaliação: cada reunião deverá gerar uma ata, que será um documento público disponibilizado pela internet aos interessados no projeto. Registre-se que serão realizadas reuniões nos meses de maio, junho, julho, agosto, setembro e outubro de 2017.

1.6.5 Relação Ensino, Pesquisa e Extensão

O professor proponente desta ação de extensão é responsável pelas disciplinas “Fundamentos do Turismo (I)”, ministrada no primeiro semestre, “Organização de Eventos (I)”, ministrada no terceiro semestre, “Marketing e Turismo”, ministrada no quarto semestre, “Ecoturismo e Turismo de Aventura” e “Gestão Pública”, ministradas no quinto semestre do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo.

Note-se que a atuação do docente acompanha os discentes ao longo de sua formação. Conforme publicado pelo setor de comunicação social do câmpus, ao longo de 2016 o professor orientou diversas publicações e participações de alunos em eventos técnico-científicos, tais como: IV Encontro Científico de Hospitalidade , promovido pelo Grupo Educacional Hotec, de São Paulo; 17º Congresso de Iniciação Científica (CONIC), na Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP); e V Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria , promovido pela Universidade do Vale do Itajaí em Balneário Camboriú (SC).

1.6.6 Avaliação Pelo Público

Pelo Público: os diversos atores atuantes no setor de viagens e turismo na localidade participarão das reuniões de validação dos resultados do projeto, sendo que empresários e servidores públicos emitirão regularmente parecer sobre a realização da presente ação de extensão e carta de anuência referente à atuação da equipe do projeto.

Pela Equipe

Pela equipe de execução: o professor proponente deste projeto de extensão universitária propõe três métricas de avaliação: assiduidade (carga de trabalho de 20 horas semanais, cumpridas em locais acordados previamente), adesão e desempenho de atribuições individuais e adesão e desempenho de atribuições coletivas.

1.6.7 Referências Bibliográficas

ALTENBURG, T.; HILLEBRAND, W.; MEYER-STAMER, J. Building systemic competitiveness: concept and case studies from Mexico, Brazil, Paraguay, Korea and Thailand. German Development Institute, v. 3, p. 1-75, 1998.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA (SÃO PAULO). Lei nº 1.261, de 29 de abril de 2015. Disponível em: < <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2015/lei.complementar-1261-29.04.2015.html> >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

BRASIL. Constituição Federal. Disponível em: < https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Disponível em: <

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

BRITO, R. P.; BRITO, L. A. L. Vantagem competitiva, criação de valor e seus efeitos sobre o desempenho. *Revista de Administração de Empresas*. v. 52, n. 1, p. 70-84, jan./fev., 2012

CÂMARA MUNICIPAL (CUBATÃO). Lei nº 2.880, de 21 de novembro de 2003. Disponível em: < <https://leismunicipais.com.br/a/sp/c/cubatao/lei-ordinaria/2003/288/2880/lei-ordinaria-n-2880-2003-cria-o-conselho-municipal-de-turismo-e-da-outras-providencias> >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

CAON, M. *Gestão estratégica de serviços de hotelaria*. São Paulo: Atlas, 2008.

CARROLL, A. B.; BUCHHOLTZ, A. K. *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Austrália: Thomson South Western, 2003.

FREEMAN, R. E. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston (USA): Pitman, 1984.

G1. Servidores protestam contra atrasos de 13º e benefícios em Cubatão, SP. Disponível em: < <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2016/12/servidores-protestam-contra-atrasos-de-13-e-beneficios-em-cubatao-sp.html> >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

GOTMAN, A. O comércio da hospitalidade é possível? *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. 6, n. 2, p. 3-27, jul./dez., 2009.

IFSP CÂMPUS CUBATÃO. Aluna do curso de Turismo do Câmpus Cubatão apresenta trabalho no interior paulista. Disponível em: < <http://cvt.ifsp.edu.br/index.php/noticias-81/1984-aluna-do-curso-de-turismo-do-campus-cubatao-apresenta-trabalho-no-interior-paulista> >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

IFSP CÂMPUS CUBATÃO. Alunos do curso de Turismo têm trabalhos apresentados em congresso na capital. Disponível em: < <http://cvt.ifsp.edu.br/index.php/noticias-81/2006-alunos-do-curso-de-turismo-tem-trabalhos-apresentados-em-congresso-na-capital> >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

IFSP CÂMPUS CUBATÃO. Docente do curso de Turismo apresenta trabalho em congresso. Disponível em: < <http://cvt.ifsp.edu.br/index.php/noticias-81/2012-docente-do-curso-de-turismo-apresenta-trabalho-em-congresso> >. Acesso em: 21 de dezembro de 2016.

JUNQUEIRA, R. R.; WADA, E. K. Stakeholders: estratégia organizacional e relacionamento. Estudo de casos múltiplos do setor hoteleiro. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, v. 10, n. 3, p. 94-125, 2011.

KOGA, E. S. *Análise dos stakeholders e gestão dos meios de hospedagem: estudo de casos múltiplos na vila do Abraão, Ilha Grande (RJ)*. Dissertação de mestrado. São Paulo. Universidade Anhembi Morumbi, 2011.

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Orgs.) *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri (SP): Manole, 2004.

MIKI, A. F. C.; GANDARA, J. M. G.; MUÑOZ, D. R. M. O estado atual de pesquisas sobre competitividade turística no Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p.212- 223, ago. 2012.

MITCHELL, R. K.; AGLE, B. R., WOOD, D. J. Toward a theory of stakeholder identification and salience:

defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, v. 22, n. 4, p. 853-886, out., 1997.

PORTER, M. Clusters and the new economics competition. *Harvard Business Review*, p. 75-90, nov./dez., 1998.

PORTER, M. *Competição*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTER, M. The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, p. 1-18, jan., 2008.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. *Administração*. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1999.

WADA, E. K.; MORETTI, S. L. A. M. Hospitalidade: dos domínios às lentes e sua inserção nos processos de gestão. *Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo*, v. 3, n. 3, 2014.

WORLD ECONOMIC FORUM. *The Travel & Tourism Competitiveness Report (2015)*. Geneva (Switzerland), 2013. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf>. Acesso em: 22 de julho de 2015.

1.6.8 Observações

Enquanto desdobramento esperado da implementação deste projeto de extensão, é importante citar a elaboração do plano diretor de turismo, em atendimento à Lei nº 1.261, de 29 de abril de 2015. As fases de coleta, processamento, sistematização e distribuição dos dados/informações inerentes a este projeto passarão por análise e discussão, que poderão gerar um documento norteador do desenvolvimento turístico no município de Cubatão.

1.7 Divulgação/Certificados

Meios de Divulgação:	Internet, Imprensa
Contato:	Prof. Me. Aristides Faria: (13) 98136-3397 e aristidesfaria@ifsp.edu.br
Emissão de Certificados:	Equipe de Execução
Qtde Estimada de Certificados para Participantes:	0
Qtde Estimada de Certificados para Equipe de Execução:	10
Total de Certificados:	10
Menção Mínima:	MS
Frequência Mínima (%):	75
Justificativa de Certificados:	Projeta-se a seleção de 2 (dois) alunos bolsistas, além de 2 (dois) discentes voluntários, 4 (quatro) servidores públicos municipais colaboradores voluntários e 2 (dois) consultores externos voluntários.

1.8 Outros Produtos Acadêmicos

Gera Produtos: Sim

Produtos: Artigo Completo
Oficina
Pôster
Relato de Experiência
Relatório Técnico
Resumo (Anais)
Software

Descrição/Tiragem:

1.9 Anexos

Nome	Tipo
aristides_faria___mestrado___ata_de_defesa_de_dissertacao.pdf	Certificado curso de maior escolaridade
sigesturu___sigproj___declaracoes_de_anuencia__1_.jpg	Declarações de Anuência_Projeto
sigesturu___sigproj___declaracoes_de_anuencia__2_.jpg	Declarações de Anuência_Projeto
sigesturu___sigproj___declaracoes_de_anuencia__3_.jpg	Declarações de Anuência_Projeto
termo_de_compromisso___coordenador.pdf	Termo de compromisso
sigesturu___sigproj___carta_de_apoio___setur.jpg	Termo de compromisso

2. Equipe de Execução

2.1 Membros da Equipe de Execução

Docentes da IFSP

Nome	Regime - Contrato	Instituição	CH Total	Funções
Aristides Faria Lopes dos Santos	Dedicação exclusiva	IFSP	361 hrs	Coordenador, Gestor, Orientador

Discentes da IFSP

Não existem Discentes na sua atividade

Técnico-administrativo da IFSP

Não existem Técnicos na sua atividade

Outros membros externos a IFSP

Nome	Instituição	Carga	Função
Cristian Alves dos Santos	Novo Mundo Relações Públicas	5 hrs	Voluntário
Talita da Silva Soares	IFSP-SPO	341 hrs	Colaborador

Vilma Neci da Silva	IFSP ITP	341 hrs	Colaborador
---------------------	----------	---------	-------------

Coordenador:

Nome: Aristides Faria Lopes dos Santos

Nº de Matrícula: 2271894

CPF: 22474144862

Email: aristidesfaria@ifsp.edu.br

Categoria: Professor Adjunto

Fone/Contato: 13981363397

2.2 Cronograma de Atividades

Atividade: Apresentação pública dos resultados parciais

Início: Abr/2003 **Duração:** 2 Semanas

Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total

Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)

Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Ato público para apresentação dos resultados da ação de extensão

Início: Set/2003 **Duração:** 1 Semana

Somatório da carga horária dos membros: 20 Horas Total

Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 5 horas Total)

Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 5 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 5 horas Total)
Cristian Alves dos Santos (C.H. 5 horas Total)

Atividade: Contatos com empresários e servidores para coleta de dados

Início: Jan/2003 **Duração:** 8 Semanas

Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total

Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)

Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Elaboração de relatório final de ação de extensão

Início: Set/2003 **Duração:** 2 Semanas

Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total

Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)

Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Elaboração de relatório parcial de ação de extensão
Início: Mai/2003 **Duração:** 1 Semana
Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total
Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)
Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Elaboração e desenvolvimento de website e aplicativo
Início: Mar/2003 **Duração:** 7 Semanas
Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total
Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)
Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Emissão de boletins mensais sobre o desempenho do mercado local
Início: Fev/2003 **Duração:** 8 Semanas
Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total
Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)
Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Publicação e atualização de website e aplicativo
Início: Abr/2003 **Duração:** 6 Semanas
Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total
Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)
Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Reuniões de validação: análise e discussão dos resultados
Início: Fev/2003 **Duração:** 8 Semanas
Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total
Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)
Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)
Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Reuniões para formação da equipe do projeto e definição de atribuições
Início: Jan/2003 **Duração:** 1 Semana

Somatório da carga horária dos membros: 20 Horas Total

Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 20 horas Total)

Atividade: Visitas para sensibilização de empresários e servidores

Início: Jan/2003

Duração:

3 Semanas

Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total

Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)

Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)

Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Atividade: Visitas técnicas a atrativos turísticos

Início: Jan/2003

Duração:

3 Semanas

Somatório da carga horária dos membros: 21 Horas Total

Responsável: Aristides Faria Lopes dos Santos (C.H. 7 horas Total)

Membros Vinculados: Talita da Silva Soares (C.H. 7 horas Total)

Vilma Neci da Silva (C.H. 7 horas Total)

Responsável	Atividade	2017											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Aristides Faria Lopes dos Santos	Contatos com empresários e servidores para ...	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Reuniões para formação da equipe do projeto...	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Visitas para sensibilização de empresários ...	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Visitas técnicas a atrativos turísticos	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Emissão de boletins mensais sobre o desempe...	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Reuniões de validação: análise e discussão ...	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Elaboração e desenvolvimento de website e a...	-	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Apresentação pública dos resultados parcial...	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Publicação e atualização de website e aplic...	-	-	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Elaboração de relatório parcial de ação de ...	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-

Responsável	Atividade	2018											
		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Aristides Faria Lopes dos Santos	Ato público para apresentação dos resultado...	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aristides Faria Lopes dos Santos	Elaboração de relatório final de ação de ex...	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

, 17/03/2017

Local

Aristides Faria Lopes dos Santos
Coordenador(a)/Tutor(a)