

EMANUELLE ALVES NASCIMENTO

**PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS.
COMO ELAS PODEM FAVORECER A ATIVIDADE TURÍSTICA E CONTRIBUIR
PARA O SEU DESENVOLVIMENTO? – UMA PROPOSTA DE CONSCIENTIZAÇÃO**

CURITIBA

2006

EMANUELLE ALVES NASCIMENTO

PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS.

**COMO ELAS PODEM FAVORECER A ATIVIDADE TURÍSTICA E CONTRIBUIR
PARA O SEU DESENVOLVIMENTO? – UMA PROPOSTA DE CONSCIENTIZAÇÃO**

**Trabalho de Graduação apresentado às disciplinas de
Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto de
Turismo II e Projeto em Turismo II em Planejamento e
Gestão do Turismo em Áreas Urbanas , como requisito
parcial para conclusão do Curso de Turismo – ênfase
Planejamento e Gestão do Turismo em Áreas Urbanas,
do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da
Universidade Federal do Paraná.**

Orientador: Prof. Deise Maria Fernandes Bezerra

CURITIBA

2006

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Título: Parcerias público-privadas.

Como elas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento? – Uma proposta de conscientização.

Autora: Emanuelle Alves Nascimento

Resumo: O trabalho apresenta a proposta de oferecer um curso que trabalhe com a conscientização das pessoas sobre a importância das parcerias público-privadas para a atividade turística, visto que através destas diversos projetos podem ser viabilizados, trazendo inúmeros benefícios a todos os envolvidos.

Instituição: Universidade Federal do Paraná

Local: Curitiba

Data: 22 de Novembro de 2006

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais, por todo apoio, compreensão, amizade, carinho e dedicação que recebo sempre destas duas pessoas maravilhosas que tenho em minha vida. Mesmo estando mais distando tenho uma consideração enorme por eles. Amo muito vocês. Muito obrigada por tudo!

Minha Tia Zita e meu irmão Gui são outras pessoas que merecem todas as honras possíveis, pois conviveram diretamente comigo neste ano mais do que complicado e sempre souberam me apoiar. Enfim, pessoas que sempre se encontram próximos e prontos a me auxiliar quando preciso. Muito obrigada. Amo vocês!

Há ainda minhas tias Dete e Vera que me deram apoio, conversaram comigo, incentivaram-me a fazer tudo sempre melhor e por mais que tudo estivesse difícil me mostravam tudo de bom que eu já tinha feito e tudo que ainda poderia fazer. Também agradeço minhas primas Rafaela, Jose e Pingo, valeu pelo apoio desde a minha mudança para Curitiba, vocês foram e ainda são muito importantes para mim. Amo todas vocês!

Aos meus amigos que sempre me auxiliaram nos momentos difíceis, deram-me o ombro para chorar, compartilharam minhas alegrias, enfim estiveram muito presentes neste ano de 2006. Em especial ao Everton, Lau, Cá, Lu e Ju, por todo apoio, carinho e compreensão em períodos complicados, valeu mesmo. Muito obrigada. Amo vocês! Que possamos ser amigos por muito, mas muito tempo mesmo.

Aos meus amigos do Instituto, que sempre me auxiliaram muito, dando-me incentivo, apoio, compreensão, "ombros amigos", enfim, tudo que fortalece uma grande amizade! Além de me incentivarem a não desistir jamais, por pior que as coisas estivessem...Em especial a Thá, a Adri e a Teresoca!!! Além de todo apoio recebido da Rô e da Quésia!! Valeu meninas, amo vocês!!

Agradeço ainda minha orientadora, a Professora Deise, pela compreensão e paciência que teve ao me guiar por este ano de 2006, sem seu auxílio este projeto não teria sido concluído. Obrigada!

“Sempre mire na lua, mesmo se errar estará entre as estrelas.”

(Alzira de Souza Santos)

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS	VII
INTRODUÇÃO	01
JUSTIFICATIVA	04
OBJETIVOS	06
1 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	07
1.1 TURISMO.....	07
1.1.1 Conceitos e Histórico.....	07
1.2 PLANEJAMENTO TURÍSTICO.....	10
1.3 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO.....	13
2. PODER PÚBLICO, INICIATIVA PRIVADA E PARCERIAS	17
2.1 PODER PÚBLICO.....	17
2.2 INICIATIVA PRIVADA.....	23
2.3 PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA.....	24
2.3.1 Conceitos sobre parcerias.....	24
2.3.2 Conceitos sobre parcerias público-privadas.....	25
2.3.2.1 Lei Federal 11.079/04.....	27
2.3.3 Histórico das parcerias público-privadas.....	28
2.3.3.1 Reino Unido.....	28
2.3.3.2 Estados Unidos da América.....	30
2.3.3.3 Brasil.....	32
2.4 EMPREENDEDORISMO.....	37
3 PESQUISAS REALIZADAS	39
3.1 METODOLOGIA.....	39
3.1.1 Exploratória.....	39
3.1.1.1 Estudo de Caso.....	40
3.1.1.1.1 Curitiba.....	40
3.1.1.1.2 Jardim Botânico.....	42
3.1.1.1.3 Parceria realizada.....	43

3.1.2 Descritiva.....	44
3.1.2.1 Entrevistas.....	44
3.1.2.1.1 Entrevistas com o Poder Público.....	45
3.1.2.1.2 Entrevistas com a Iniciativa Privada.....	50
3.2 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
4 PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS NO TURISMO.....	58
4.1 CONCEITO.....	58
4.2 GESTÃO.....	59
4.2.1 Farah Service.....	59
4.2.2 Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo.....	61
4.3 OBJETIVOS.....	62
4.3.1 Objetivo Geral.....	62
4.3.2 Objetivos Específicos.....	62
4.4 JUSTIFICATIVA.....	62
4.5 PÚBLICO-ALVO.....	64
4.6 ORÇAMENTO.....	65
4.7 METODOLOGIA.....	66
4.7.1 Inscrições.....	68
4.7.2 Período e Horário.....	68
4.8 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO.....	68
4.9 RESULTADOS ESPERADOS.....	69
4.10 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO.....	69
CONCLUSÃO.....	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	74
APÊNDICES.....	77
ANEXOS.....	116

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – POLÍTICA, PLANO, PROGRAMA – CONCEITUAÇÃO.....	26
QUADRO 2 – PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS.....	44
QUADRO 3 – DADOS PRINCIPAIS DE CURITIBA.....	48
QUADRO 4 – O QUE VOCÊ ENTENDE POR PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS?.....	53
QUADRO 5 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O SETOR PÚBLICO? SIM () NÃO () POR QUE?.....	53
QUADRO 6 – QUAIS OS MAIORES BENEFÍCIOS DESTAS PARCERIAS? E QUAIS OS MAIORES PROBLEMAS EM UTILIZÁ-LAS?.....	54
QUADRO 7 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O TURISMO? SIM () NÃO () POR QUE?.....	55
QUADRO 8 – O TURISMO DEVERIA SE UTILIZAR MAIS DAS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS? SIM () NÃO () POR QUE?.....	55
QUADRO 9 – CASO TENHA RESPONDIDO A ANTERIOR POSITIVAMENTE, DE QUE MANEIRA PODE SER FEITO PARA QUE ESTAS PARCERIAS FUNCIONEM DE MANEIRA MAIS EFETIVA NO TURISMO?.....	56
QUADRO 10 – HÁ INCENTIVOS PARA REALIZAR ESTAS PARCERIAS NO TURISMO?.....	56
QUADRO 11 – TEM CONHECIMENTO DO CASO DO JARDIM BOTÂNICO? EM CASO AFIRMATIVO, O QUE SABE A RESPEITO DO CASO? RELACIONE A IMPORTÂNCIA DA PARCERIA PARA A REALIZAÇÃO DA RESTAURAÇÃO DESTE PATRIMÔNIO DE CURITIBA E COMO ESTAS PODEM AUXILIAR NA RECUPERAÇÃO DE OUTRAS ÁREAS DE INTERESSE TURÍSTICO.....	57
QUADRO 12 – CONHECE A LEGISLAÇÃO EXISTENTE PARA ESTAS PARCERIAS? EM CASO POSITIVO CONSIDERA QUE ESTA BENEFICIA AS ENTIDADES PÚBLICAS?.....	57
QUADRO 13 – O QUE VOCÊ ENTENDE POR PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS?.....	58

QUADRO 14 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O TURISMO? SIM () NÃO () POR QUE?.....	59
QUADRO 15 – QUAIS SÃO OS MAIORES BENEFÍCIOS DESTAS PARCERIAS? E QUAIS SÃO OS MAIORES PROBLEMAS EM UTILIZÁ-LAS?.....	60
QUADRO 16 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O TURISMO? SIM () NÃO () POR QUE?.....	61
QUADRO 17 – O TURISMO DEVERIA SE UTILIZAR MAIS DAS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS? SIM () NÃO () POR QUE?.....	62
QUADRO 18 - TEM CONHECIMENTO DO CASO DO JARDIM BOTÂNICO? EM CASO AFIRMATIVO, O QUE SABE A RESPEITO DO CASO? RELACIONE A IMPORTÂNCIA DA PARCERIA PARA A REALIZAÇÃO DA RESTAURAÇÃO DESTE PATRIMÔNIO DE CURITIBA E COMO ESTAS PODEM AUXILIAR NA RECUPERAÇÃO DE OUTRAS ÁREAS DE INTERESSE TURÍSTICO.....	63
QUADRO 19 – CONHECE A LEGISLAÇÃO EXISTENTE PARA ESTAS PARCERIAS? EM CASO POSITIVO, CONSIDERA QUE ESTA BENEFICIA AS ENTIDADES PRIVADAS?.....	63
QUADRO 20 – PAPÉIS DOS GESTORES DA EMPRESA.....	67
QUADRO 21 – ORÇAMENTO DO PROJETO.....	73
QUADRO 22 – METODOLOGIA DO CURSO.....	74

INTRODUÇÃO

O Turismo atualmente é uma das atividades econômicas de maior importância no mundo e que se desenvolve a cada dia, podendo ser considerado como responsável pelo crescimento de diversos países, podendo ele ser a principal atividade econômica.

Os turistas desejam vir ao Brasil especialmente pelas belezas naturais que são oferecidas aos visitantes e que variam conforme o local, pois o País é extenso, e consegue atrair pessoas que tenham gostos diferentes, visto que existe variedade de clima, culturas, dentre outros. Entretanto um local que deseja atrair turistas não pode ser apenas bonito, há necessidade de que exista uma rede de serviços e produtos que possam ser usufruídos pelo turistas que o visitam. Por exemplo, não adianta haver apenas uma bela cachoeira em determinado local, se não houver sinalização, um caminho adequado, serviços no seu entorno. É imprescindível para a atividade turística que existam serviços e equipamentos complementando os atrativos, para que os turistas desejem conhecer o local. E para que existam estes equipamentos e serviços é preciso que haja investimentos, tanto de entidades privadas quanto de órgãos públicos, cabendo ainda a este último atuar na regulamentação e também em serviços que apóiem de forma indireta no turismo.

Ao refletir sobre estes temas julgou-se interessante trabalhar com as parcerias público-privadas para auxiliar o desenvolvimento da atividade turística. Esta idéia surgiu após a grande divulgação na mídia da revitalização do Jardim Botânico - realizada através de uma parceria público-privada, mostrando os benefícios trazidos tanto para a Cidade de Curitiba – que teve um dos seus principais cartões-postais revitalizados, sem os gastos que seriam necessários - e para a Natura Cosméticos – que ao patrocinar este projeto, teve sua imagem projetada em todo o Jardim Botânico, além das notícias que foram veiculadas no período. Após identificar este caso, o problema da pesquisa foi decidido: como as parcerias público-privadas podem viabilizar a realização de projetos turísticos? Buscou-se estudar de que maneira estas parcerias podem ser utilizadas na atividade turística, para resolver a questão levantada anteriormente.

O objetivo geral da pesquisa foi de verificar como se desenvolvem as parcerias público-privadas no turismo, utilizando o Estudo de Caso – revitalização do

Jardim Botânico – como uma referência. Além da questão central também foram pesquisados itens referentes ao nível de interesse da iniciativa privada e do poder público em realizar esta parceria; à forma como se deu a parceria no caso do Jardim Botânico; à legislação existente; aos papéis desempenhados pela iniciativa privada e pelo poder público na atividade turística e outras questões sobre tema. A partir destes estudos e levantamentos, foram também investigadas algumas hipóteses referentes ao interesse e às dificuldades do poder público e da iniciativa privada em realizarem estas parcerias, concluindo-se que as duas partes possuem o interesse e as consideram fundamental, mas que não há muitos incentivos ou pessoas que tenham conhecimento aprofundado da legislação, dificultando a utilização, principalmente pelo poder público que não possui iniciativa e nem pessoas que estejam aptas a trabalhar neste sistema de parcerias público-privadas. Percebeu-se ainda que seria possível realizar diversos projetos – turísticos ou não, que muitas vezes não possuem a verba necessária para serem concretizados, beneficiando diversos setores impactados pela atividade turística, bem como a infra-estrutura turística.

Através da análise dos resultados obtidos com os estudos e as pesquisas realizadas, pode-se concluir que o repasse de conhecimentos sobre o tema, através de um curso de capacitação, seria uma escolha lógica, pois se percebeu que os entrevistados têm interesse em participar das parcerias público-privadas, mas falta uma orientação de como realizá-las, através de exemplos, de sua história, enfim de diversos aspectos que poderiam ser discutidos durante o curso, fazendo com que as pessoas adquirissem interesse e conhecimentos para trabalhar com este recurso.

Após analisar todos os itens que originaram este trabalho, intitulado **“Parcerias Público-Privadas. Como elas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento? – Uma proposta de Conscientização”**. O mesmo foi dividido em quatro partes para facilitar a compreensão.

O primeiro capítulo trata do desenvolvimento turístico, através de diversas explicações sobre turismo e seu histórico, bem como da importância do planejamento a realização da atividade com impactos positivos. Estes temas foram agrupados porque dão suporte aos próximos capítulos, com noções básicas de todos os temas concernentes ao turismo que serão essenciais para o entendimento de todo o trabalho.

O segundo capítulo tratará de conceitos referentes a parcerias de maneira ampla, desde seu conceito mais sintético até a evolução histórica das mesmas em diversos países como Reino Unido, Estados Unidos da América e Brasil. Além de tratar também do papel do poder público e da iniciativa privada nas parcerias e na atividade turística. O empreendedorismo também será apresentado neste capítulo, visto que mostra uma visão que o poder público precisa ter para utilizar as parcerias público-privadas como uma constante.

O terceiro capítulo apresenta os resultados das pesquisas realizadas para embasar este trabalho, com representantes do setor privado e do poder público para que se tivesse uma visão de ambos os lados envolvidos. Além das entrevistas há também a apresentação do Estudo de Caso, que se refere à revitalização ocorrida no Jardim Botânico, através de uma parceria público-privada entre a Prefeitura Municipal de Curitiba e a empresa Natura Cosméticos.

O quarto e último capítulo discorre sobre a proposta deste trabalho, que se refere à elaboração de um curso: "Parcerias Público-Privadas. Como elas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento?", onde são explicados todos os itens referentes a organização do curso: conceito, custos, entidades envolvidas, estratégias de comunicação, monitoramento e avaliação, dentre outros tópicos.

JUSTIFICATIVA

Ao se pensar em realizar este trabalho a idéia principal foi o fato de que muitos projetos turísticos poderiam ser realizados se as parcerias público-privadas fossem utilizadas com maior freqüência, como se percebeu através das pesquisas deste trabalho. Os entrevistados foram enfáticos ao afirmarem que consideram as parcerias como uma boa alternativa para o turismo e que estas não são realizadas devido a falta de incentivos em fazê-las.

Ao realizar a análise sobre o estudo de caso, percebeu-se que diversas vantagens foram trazidas a Cidade de Curitiba e a Natura Cosméticos, sendo que a revitalização deste atrativo e a divulgação da marca desta empresa são fatores preponderantes ao se pensar em utilizar as parcerias público-privadas, pois neste exemplo todos tiveram retornos positivos. Outro fator positivo referente às parcerias é que esta foi capaz de preencher uma lacuna existente, ou seja, havia uma necessidade de se realizar esta revitalização, e através da parceria esta lacuna foi preenchida, mostrando mais uma vez que as parcerias trazem resultados cada vez mais benéficos.

Através das respostas dos entrevistados percebeu-se que as parcerias podem ser responsáveis por viabilizar projetos que não seriam feitos se não fosse através destas, visto que muitas vezes o setor público de turismo não possui a verba necessária para destinar aos projetos que fomentam o turismo nas localidades.

Também percebeu-se que há necessidade de uma dinâmica nova para se concretizar as parcerias público-privadas no turismo, já que não há trabalhos específicos nesta área, fazendo com que os municípios tenham uma postura empreendedora, pois terão que trabalhar em conjunto com a iniciativa privada e esta, por sua vez, precisa estar atenta para as oportunidades que surgirão caso ocorra a realização de uma parceria, ou até mesmo ela própria poderá propor tal projeto para o governo, ao perceber uma necessidade existente no município.

Com a estruturação do Plano Nacional de Turismo – PNT 2003-2007 , realizado pelo Ministério do Turismo em conjunto com várias outras entidades do *trade* turístico, houve uma legitimação por parte das mesmas, e cada vez mais tem se mostrando um instrumento eficaz e referência para a gestão dessa atividade em âmbito nacional. Devido ao sucesso deste Plano, o Conselho Nacional de Turismo

pretende aprofundá-lo e aprimorá-lo e para isso propôs a elaboração de um documento que possa nortear a atividade turística no país, pelo período 2007/ 2010. Dessa maneira instaurou-se um processo de trabalho coordenado pelo Ministério do Turismo por intermédio da Secretaria Nacional de Políticas do turismo, com participação da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo e da EMBRATUR, mobilizando grande contingente de atores e instituições para elaborar um documento chamado *Turismo no Brasil 2007/2010*, que analisa qual a perspectiva de desenvolvimento do turismo no país através de diversos pontos. Nesse documento, há um eixo temático referente à infra-estrutura, que mostra maneiras de otimizar a infra-estrutura em destinos turísticos brasileiros, onde existem dois tópicos que tratam da parceria público-privada como importante instrumento para esta viabilização. As ações propostas referentes às parcerias público-privadas são as seguintes:

- ✓ Fomentar investimentos em infra-estrutura turística por meio destas parcerias, para empreendimentos turísticos relevantes;
- ✓ Implantar, através de parcerias público-privadas, equipamentos e serviços turísticos para usos públicos nos parques, como forma de garantir a sustentabilidade.

Através destes tópicos percebe-se a importância da utilização das parcerias público-privadas para a atividade turística, reconhecida pelo Ministério do Turismo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Apresentar uma proposta de conscientização para utilização das parcerias público-privadas pela atividade turística, visando o seu desenvolvimento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Ressaltar a importância das parcerias público-privadas para a atividade turística;
- ✓ Ampliar o grau de conhecimento do público interessado sobre o funcionamento das parcerias público-privadas;
- ✓ Mostrar diversos tipos de parcerias público-privadas existentes;
- ✓ Explicar de que maneira o turismo pode se utilizar das parcerias público-privadas;
- ✓ Elaborar maneiras de divulgar amplamente o uso das parcerias público-privadas pelo turismo.

1 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Este capítulo apresenta diversas explicações a respeito da atividade turística, desde seu conceito básico, um breve histórico do turismo e a relação desta história com seus impactos econômicos. Discorre também sobre como ocorre o processo de planejamento e desenvolvimento turístico, através de citações e exemplos que darão base a este trabalho. Foram agrupados para que se compreenda o funcionamento da atividade turística e sua importância para o desenvolvimento deste trabalho.

1.1 TURISMO

1.1.1 Conceitos e Histórico

Para compreender melhor o significado do termo turismo, tem-se o conceito da OMT¹, turismo é “o fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados”.

Outro conceito importante referente ao turismo, segundo BENI (2003, p. 37), é:

um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios.

Percebe-se, então, que o turismo é composto por inúmeras variáveis que podem ser estudadas como parte de um sistema, que conforme BENI (2003, p. 23) pode ser definido como “um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de

¹ Organização Mundial de Turismo

procedimentos, doutrinas, idéias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo”.

Assim sendo, o Turismo deve ser estudado dentro da Teoria Geral dos Sistemas, que afirma que “cada variável, em um sistema específico, interage com todas as outras variáveis desse sistema e com as de outros sistemas que com ele realizam operações de troca e de interação, explicando e desenhando as configurações aproximadas da dinâmica da vida real” (BENI, 2003, p. 44).

Inserindo-se o Turismo nesta teoria, tem-se o Sistema de Turismo (SISTUR)² que objetiva organizar o estudo desta atividade através da fundamentação das hipóteses de trabalho, da justificativa de posturas e princípios científicos, da padronização de conceitos e definições para instrumentar análises e ampliar a pesquisa.

Os componentes do SISTUR, ainda segundo classificação de BENI, podem ser divididos dentro dos conjuntos das Relações Ambientais (subsistemas ecológico, econômico, social e cultural); da Organização Estrutural (superestrutura e infraestrutura); e das Ações Operacionais (mercado, oferta, demanda, produção, distribuição e consumo).

Neste trabalho serão abordados aspectos referentes à Organização Estrutural, visto que a superestrutura e infra-estrutura são essenciais para o desenvolvimento desta pesquisa. Segundo BENI (1998, p. 122) o que mais se analisa nesse sistema é “a infra-estrutura de acesso com seus componentes viário e de transportes e a infra-estrutura urbana, ou sejam aquela que reúne as condições básicas de habitabilidade e apoio aos equipamentos e serviços turísticos”.

BENI (2003, p. 99) classifica o poder público dentro do subsistema da Superestrutura, que se refere à complexa organização tanto pública como privada que permite harmonizar a produção e venda de diversos serviços do SISTUR. Este subsistema compreende a política oficial de turismo e a sua ordenação jurídico-administrativa (já citada anteriormente) que é manifestada no conjunto de medidas de organização e de promoção dos órgãos e instituições oficiais, e estratégias governamentais que acabam interferindo no setor. Ainda segundo este autor, a iniciativa privada encontra-se no subsistema de superestrutura, juntamente com o

² Sistema de Turismo.

setor público como já explicado anteriormente, refere-se à organização complexa que permite realizar a venda dos diferentes serviços oferecidos pelo Sistor. (BENI, 2003, p. 99)

Além das questões conceituais do turismo, é interessante compreender a evolução deste nos últimos tempos, o que acarreta o seu crescimento, afinal mesmo sendo um objeto recente de estudos, é uma atividade que cresce dia a dia, no país e em todo mundo, tendo se tornado já no século XIX uma atividade econômica organizada (POLO *in* BEZERRA (org.), 2003, p.166). Mesmo mais ordenado, o maior desenvolvimento dessa atividade deu-se na metade do século XX, devido em especial à variedade de segmentos envolvidos pela atividade e pelo peculiar desenvolvimento desse setor ao longo desse período, através disso é considerado como uma das mais expressivas fontes para a obtenção de recursos econômicos, geração de empregos e melhoria da qualidade de vida da população no mundo atual (OLIVEIRA *in* BAHL (org.), 2003, p. 48). Para reafirmar a importância deste período para a atividade turística, tem-se que o turismo “intensificou-se a partir da década de 1950, manifestando-se pelo deslocamento de grandes massas humanas, vinculando fatores de significados sociais, culturais, econômicos, tecnológicos e institucionais” (BAHL (org.), 2003, p. IX).

A importância do turismo é corroborada pelos mais diversos autores, como se pode perceber na próxima explicação “que o turismo é a atividade econômica mais promissora do mundo e se firma como um gerador de divisas e empregos, contribuindo efetivamente para o desenvolvimento de várias localidades no mundo. (...) O que pode ser visto no PIB (Produto Interno Bruto) mundial, pois este contribui com cerca de 10%, um valor significativo no campo econômico global”. (BEZERRA (org.), 2003, p. IX)

Através destas explicações pode-se compreender o fenômeno turístico como uma atividade que já possui uma demasiada relevância para o mundo atual, pois afeta diversos setores de nossa economia, mesmo assim esta se intensificou e teve sua importância reconhecida apenas há pouco tempo, tornando o turismo um recente objeto de estudo. Devido a ser ainda considerada uma novidade que precisa ser entendida e analisada de maneira mais intensa, esta atividade possui grande potencial de desenvolvimento, mas para que consiga este crescimento há necessidade de trabalhar o planejamento e desenvolvimento turístico de maneira

adequada, fazendo com que cada vez mais o turismo seja considerado uma importante atividade em todo o planeta.

1.2 PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Para que a atividade turística possa se desenvolver de maneira mais organizada e dessa forma consiga ser melhor trabalhada, há necessidade de um bom planejamento. Primeiramente deve-se entender o que é o planejamento em si, para posteriormente discutir o planejamento turístico. Para Muñoz Amato (*in* BARRETO, 1991, p. 12), planejamento é a

formulação sistemática de um conjunto de decisões, devidamente integrado, que expressa os propósitos de uma empresa e condiciona os meios de alcançá-los. Um planejamento consiste na definição dos objetivos, na ordenação dos recursos materiais e humanos, na determinação dos métodos e formas de organização, no estabelecimento das medidas de tempo, quantidade e qualidade, na localização espacial das atividades e outras especificações necessárias para canalizar racionalmente a conduta de uma pessoa ou grupo.

Através desse conceito, que é classificado pela autora como um dos que melhor sintetizam a palavra planejamento, pode-se perceber o quanto é amplo o alcance deste termo, pois trabalha na elaboração de objetivos e metas a serem atingidas, recursos humanos e materiais, quantidade e qualidade das atividades a serem realizadas, além de especificações para a realização de um bom trabalho advindo de um planejamento bem-feito. Para que todo esse trabalho seja feito de maneira correta há necessidade de que haja um bom planejador, para que este siga os preceitos da realização bem-feita do planejamento. Um planejador que deseja obter sucesso ao realizar seu trabalho “não pode trabalhar na base do método empírico, “vamos fazer e ver no que vai dar”; antes de fazer é preciso um estudo aprofundado de todo o contexto presente, da conjuntura sócio-econômica em que o planejamento a ser realizado está inserido, assim como do próprio planejador” (BARRETO, 1991, p. 14).

Esta última explanação demonstra que o planejamento deve ser feito por uma pessoa apta a realizá-lo, para que seja trabalhado da melhor maneira, trazendo benefícios para o local em que será aplicado. Caso seja feito por uma pessoa que não se baseia em dados reais, mas sim em “achismos”, terá tudo para que não

atinja os resultados desejados, pois o índice de erros neste caso possivelmente será alto.

Após toda a explanação sobre o planejamento em si, é possível tratar do assunto de maneira mais específica, neste caso do planejamento turístico, seu conceito e sua importância para a realização de um bom trabalho.

O turismo é uma atividade que está crescendo e adquirindo sua importância a cada ano que passa como já citado anteriormente, mas deve-se atentar ao fato desta ter que ser bem organizada e planejada, para que cresça sim, mas de maneira adequada e não desordenada e sem planejamento algum. Segundo RUSCHMANN (*in* SETU, 2006, p. 39),

planejar é desenvolver os espaços, juntamente com as atividades que atendam aos anseios das populações locais e dos turistas, constituindo-se *metas do poder público*, em conjunto com a comunidade e *setor privado*. A elaboração do planejamento estratégico para o *desenvolvimento do turismo* tem como objetivo buscar soluções, com mais eficiência, para os problemas futuros ou em alguns casos poder evitá-los. (grifo da autora deste trabalho)

Visto que, “só através de um bom planejamento obteremos um turismo de qualidade, que permitirá minimizar os impactos e maximizar benefícios; porém, não há planejamento que possa ser implantado de maneira eficiente sem que haja a harmonia dos três setores: poder público, iniciativa privada e comunidade” (MIGLIANO, SCATENA e CUNHA *in* BEZERRA (org.), 2003, p. 51).

Através destas últimas explanações entende-se bem a importância do planejamento para a atividade turística, e que este envolve o setor público e iniciativa privada, que são bases para este trabalho, para que em conjunto, além, claro da comunidade, possam trabalhar para o desenvolvimento do turismo. É essencial para o turismo que este trabalho seja integrado, possibilitando o crescimento do turismo de maneira mais efetiva.

“Um bom planejamento de turismo requer uma profunda pesquisa social onde toda e qualquer tentativa de neutralidade seria um desrespeito para com os sujeitos que necessariamente fazem parte do processo” (BARRETO, 1991, p. 13). Esta questão de neutralidade refere-se ao fato de que o turismo não trabalha apenas com dinheiro circulando, com grandes construções, mas implica principalmente, no fato de que as pessoas fazem parte deste processo, através da circulação dos

turistas e recepção destes visitantes pelas mais diferentes comunidades locais, trabalhando sempre com as peculiaridades de cada envolvido em todo este processo. Por isso as preocupações devem ser maiores e não se ater apenas a detalhes economicistas. Pode-se relacionar esta parte citada com o que foi dito em alguns parágrafos acima, de que o planejador deve ser uma pessoa preparada para realizar um bom planejamento e no caso do turismo a importância desta capacitação é maior, já que lidará com pessoas com características singulares, devendo saber atuar nas mais diferentes situações que podem vir a acontecer.

Caso sejam seguidas as recomendações acima, o planejamento do turismo deverá alcançar êxito, sendo que as atividades foram realizadas conforme tenham sido planejadas e elaboradas. Dessa maneira será possível atingir um outro ponto essencial para a atividade turística: o desenvolvimento turístico. O planejamento e o desenvolvimento turístico estão ligados de maneira intrínseca, como se pode perceber através das palavras de BUTLER (*in* PEARCE E BUTLER (org.), 2002, p. 17)

Podemos ver planejamento e desenvolvimento integrados como o processo de introdução do turismo numa área e de uma forma pela qual ele se mistura com os elementos existentes. Compreendendo-se isso, torna-se implícito o fato de que esta introdução e essa mistura são feitas adequada e harmoniosamente, de maneira que o resultado final seja o sucesso de uma comunidade funcional e aceitável, tanto em termos humanos quanto ecológicos.

Essa explicação trata da união de dois temas que devem ser trabalhados de maneira conjunta e integrada: planejamento e desenvolvimento do turismo, visto que se o planejamento é executado de maneira correta, acarreta o desenvolvimento da atividade turística, assunto este que será analisado melhor posteriormente. “É um planejamento que assegura a participação da comunidade envolvida no processo de desenvolvimento, que leva à construção de um projeto coletivo com convergência da sociedade em torno de prioridades fundamentais para a ação”. (SETU, 2006, p. 39)

O planejamento está aliado ao desenvolvimento turístico, segundo LICKORISH e JENKINS (2000, p. 221) “é necessário estabelecer objetivos para o desenvolvimento do turismo, antes de começar o exercício do planejamento, para que se saiba aonde se quer chegar”.

1.3 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Existem diversos conceitos que tratam deste tópico, para exemplificar melhor serão citados dois deles, que retratam bem o sentido da palavra. BECKER (in BEZERRA (org.), 2003, p. 5) descreve desenvolvimento como “uma assimilação da conotação *positiva*, de pré-julgamento favorável: ele seria em si um bem, pois *desenvolver-se* seria forçosamente seguir em uma direção ascendente, rumo ao *mais* e ao *melhor*” (grifo do autor da citação). Através deste primeiro conceito entende-se este desenvolvimento como algo bom, algo que trará benefícios ao local em que for aplicado, enfim a elaboração de estratégias que tragam os resultados desejados. Outra conceituação que traz uma idéia interessante é dada por CAIDEN e CARAVANTES (in BEZERRA (org.), 2003, p. 6),

O desenvolvimento nunca será, nem pode ser definido de maneira a agradar a todos. Refere-se ele, falando-se em termos gerais, ao desejável progresso social econômico, e as pessoas sempre terão opiniões diferentes sobre aquilo que é desejável. É certo que desenvolvimento tem que significar a melhoria das condições de vida, para qual são essenciais o crescimento econômico e a industrialização. Se não se der, porém, atenção à qualidade do crescimento e à mudança social, não se poderá falar em desenvolvimento.

Como se pode perceber, os dois conceitos possuem praticamente o mesmo sentido utilizando apenas termos diferentes, mas ambos dizem respeito à melhoria de condições, à qualidade e ao crescimento que são trazidos pelo desenvolvimento, enfim a todos os benefícios que o desenvolvimento pode trazer.

Quando se une desenvolvimento a atividade turística, pode-se perceber que segundo os conceitos já explicados sobre desenvolvimento será possível trabalhar o turismo de maneira a melhorar suas condições, a atuar com mais qualidade, enfim a desenvolver a atividade turística de maneira mais eficiente. Para tratar do assunto sobre desenvolvimento turístico, pode-se utilizar como referência BENI³ que diz que

o desenvolvimento do turismo provoca o desenvolvimento intersetorial em função do efeito multiplicador do investimento e dos fortes crescimentos da demanda interna e receptiva. É atividade excelente para obtenção de melhores resultados no desenvolvimento e planejamento regional ou territorial. Por efeito do aumento da oferta turística (alojamentos, estabelecimentos de alimentação, indústrias complementares e outros), eleva a demanda de emprego, repercutindo na diminuição da mão-de-obra subutilizada ou desempregada.

³ in ALEXANDRE in BEZERRA (org.), 2003 , p. 7.

Através desta explicação pode-se compreender mais sobre desenvolvimento turístico e sua importância para todo o setor, visto que interfere nas mais diferentes áreas da atividade turística.

O desenvolvimento do turismo é essencial para um bom funcionamento da atividade, visto que através de diversos conceitos já citados, pode-se compreender o desenvolvimento como a evolução, a soma de diversas melhorias que serão revertidas em benefícios para as pessoas envolvidas no processo de desenvolvimento, neste caso o turístico. Mas para que o turismo consiga se desenvolver de maneira adequada há necessidade de que existam atrativos, recursos humanos, envolvimento da comunidade, investimentos, marketing e comercialização dos produtos, além, claro, de tempo. Tempo este que deve ser utilizado para planejar, executar e tempo para que um produto turístico obtenha um lugar significativo no mercado, é essencial ressaltar que para o turismo acontecer não adianta apenas existir o atrativo⁴, como mostrado acima é preciso muito mais, pois o turista acaba utilizando não apenas os serviços essencialmente turísticos (hospedagem, alimentação etc.), mas também aqueles voltados à comunidade, que devem ser adequados para atender a todos que precisarem, sejam estes turistas ou comunidade local (SETU, 2006, p. 10). Através desta última referência citada nota-se que “o desenvolvimento do turismo é um processo de longo prazo que requer um investimento considerável e contínuo (...)” (LECKORISH e JENKINS, 2000, p. 227), visto que é preciso trabalhar com diversas vertentes para que se consiga desenvolver a atividade turística. Ainda seguindo este mesmo raciocínio, o desenvolvimento do turismo é uma expressão que não inclui apenas destinos, origens, motivações e impactos, mas também todas as ligações complexas existentes entre todas as pessoas e instituições daquela engrenagem, ou seja, o sistema global da demanda e disponibilidade (DANN, *in* PEARCE e BUTLER (org.), 2002, p. 25). Através desta última citação pode-se observar ainda que para conseguir realizar um efetivo planejamento do desenvolvimento do turismo, há etapas bastante definidas. Segundo LECKORISH e JENKINS, (2000, p. 229) estas são as etapas:

⁴ Recurso natural ou cultural que atrai o turista para visitação (IGNARRA, 1998, p. 28)

- ✓ **Análise da demanda**⁵ – O objetivo desta análise é fazer uma estimativa da demanda futura do turismo para um determinado país ou região. Essa demanda é em geral expressa através do número de chegadas de visitantes e das características do visitante. Estimar a demanda é problemático, mas é a base para o planejamento do desenvolvimento do turismo;
- ✓ **Análise da oferta**⁶ – Muitos dos países têm uma grande variedade de bens e atrações turísticas potenciais que incluem atrações naturais, históricas, culturais, de serviços, entre outras. Para os fins de desenvolvimento do turismo, o ponto inicial é a lista de atrações potenciais⁷;
- ✓ **Previsão da demanda** – Relacionando a oferta e a demanda, os planejadores do turismo tentam prever a demanda sobre um determinado período, em geral por um prazo médio de cinco a um máximo de dez anos. O objetivo da demanda é um aspecto central do plano de desenvolvimento do turismo, pois orienta outros setores do plano;
- ✓ **Custos e financiamento** do plano – Após realizar as previsões de demanda, é necessário custear o plano. O custo não se aplica somente à infraestrutura, mas também aos gastos com recursos humanos. Um aspecto interessante para este trabalho refere-se à questão de quem está financiando o desenvolvimento, sendo que este pode vir dos setores *público* e *privado*, bancos, agências, dentre outros.
- ✓ **Implementação** – Ao ser feita a implementação do plano é necessário que este seja seguido e que a seqüência dos eventos planejados seja mantida. As estratégias de implementação devem ser consideradas no estágio mais inicial do planejamento do desenvolvimento turístico.
- ✓ **Monitoração** – Importante que à medida que o plano for implantado, os objetivos sejam monitorados. Há várias formas de isso ser feito talvez a melhor seja através da montagem de uma entidade representativa formada por membros do governo e setor privado. Sendo que estas pessoas devem

⁵ Compósita de bens e serviços, e não demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados; em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entre si.

⁶ Conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante.

⁷ Como possibilidade ou probabilidade de realização ou aproveitamento.

prestar bastante atenção ao que está sendo implementado e trazer soluções para possíveis problemas.

- ✓ Avaliação – É o estágio em que se pode tomar uma ação remediadora para neutralizar quaisquer problemas encontrados. Há vários problemas que podem surgir dentro do desenvolvimento do turismo, por isso o processo de avaliação deve ser bastante completo para que possa reexaminar os objetivos e a política utilizada.

A sustentabilidade é outro item discutido por eles, mas não se encontra entre os tópicos, estes ressaltam que esta palavra deveria ser utilizada com o intuito de estimular o desenvolvimento do turismo que é sensível e solidário ao uso de recursos finitos, e estes devem ser utilizados para pequenos e grandes volumes de turistas, já que o turismo global envolve um grande número de pessoas, que não pode simplesmente ser diminuído. Em resumo, compreende-se que o desenvolvimento do turismo não pode utilizar apenas um único modelo, pois isto varia de região para região, segundo suas peculiaridades. Ainda segundo LECKORISH e JENKINS, (2000, p. 235) “o desenvolvimento deve refletir as circunstâncias do país, os estágios do desenvolvimento e, obviamente, as oportunidades de mercado disponíveis”. Através de todos estes tópicos citados, pode-se perceber que para desenvolver turisticamente um local há necessidade de realizar o planejamento do desenvolvimento turístico e que para funcionar bem, este deve ser um processo longo e contínuo que exige muito dos setores envolvidos, em especial do público e do privado, setores estes, que serão explorados a seguir.

2 PODER PÚBLICO, INICIATIVA PRIVADA E PARCERIAS

Através deste capítulo busca-se compreender a conceituação do termo público e privado e a maneira que cada um destes executa suas funções, além de sua importância para a atividade turística. Também se apresentará o funcionamento das parcerias público-privadas através de conceitos e exemplos ilustrativos, tanto no Brasil quanto em outros países, buscando perceber de quais maneiras as parcerias beneficiam os locais citados. O tema empreendedorismo, também será apresentado, pois através deste conceito é que as parcerias poderão ser mais utilizadas.

2.1 PODER PÚBLICO

O termo público possui vários significados, sendo que o utilizado neste trabalho será referente “ao conceito de *estatal*, gerido pelo Estado (Governo), nacional, estadual ou municipal” (BARRETO, *in* YÁZIGI, CARLOS e CRUZ (org.), 1999, p. 38). O papel do poder público, no que se refere ao desenvolvimento turístico, seja do município, estado ou país é de extrema relevância sendo que “a função específica dos órgãos institucionais públicos de Turismo deverá ser a determinação de prioridades, a criação de normas e a administração de recursos e estímulos. O governo dará as diretrizes e proverá as facilidades”. (BENI, 2003, p. 102).

A relação entre o governo e a atividade turística é essencial para o desenvolvimento do turismo, sendo que segundo HALL (2004, p.184),

órgãos do governo em todos os níveis, desde o internacional a pequenas cidades, adotaram um papel progressivamente mais ativo no uso do turismo como instrumento de desenvolvimento (...) O governo ajuda a modelar a estrutura econômica para a indústria do turismo (...), ajuda a proporcionar a infra-estrutura e atender exigências educacionais para o turismo, cria o ambiente regulador no qual as empresas atuam e desempenha um papel ativo em divulgação e marketing.

Cabe ao Estado construir infra-estrutura de acesso e infra-estrutura básica urbana – que também atende à população local – e prover de uma superestrutura jurídico administrativa (secretarias e similares) cujo papel é planejar e controlar os investimentos que o estado realiza (...) (BARRETO, 2003, p. 33).

No caso da atividade turística, esta superestrutura jurídico administrativa está dividida em três instâncias, sendo a primeira o Ministério do Turismo, que foi criado em 2003 e tem como missão: desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social. O Ministério do Turismo inova na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico⁸.

Além da própria missão é interessante compreender a estrutura deste Ministério que possui como política atual a regionalização e divide-se em diversas secretarias que são responsáveis por setores diferentes, além da integração destas com a EMBRATUR⁹ (SETU, 2006, p. 13).

Existe a Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, que é a responsável pela execução da política nacional para o setor, sendo esta orientada pelas diretrizes do Conselho Nacional do Turismo. Há também a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo, responsável pela promoção do desenvolvimento de infra-estrutura e a melhoria da qualidade dos serviços prestados ao turismo. À EMBRATUR cabe a responsabilidade da promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos brasileiros no exterior. Através desta última explicação entende-se melhor o papel do Ministério e de tudo pelo que este é responsável para desenvolver a atividade turística no país, sendo que através desta instância é que as demais (estadual e municipal) se orientam para realizar seus projetos, programas, planos e políticas, conforme explicação abaixo:

QUADRO 1 – POLÍTICA, PLANO, PROGRAMA E PROJETO - CONCEITUAÇÃO

Política: objetiva o desenvolvimento do turismo e seu equacionamento como fonte de renda nacional. Pode ser entendida como um conjunto de atividades e estratégias, organizada por uma coletividade e adotada diante do fenômeno turístico.
Plano: implementação da Política. Mais abrangente e superficial, possibilita uma visão geral. Análise de todas as variáveis envolvidas com o fenômeno turístico, com menor grau de detalhamento, que resume o conjunto de propostas a serem consideradas no processo de planejamento. É um conjunto de programas.
Programa: conjunto de projetos que possuem similaridade ou complementaridade. Tem uma visão de articulação entre as várias alternativas/estratégias do Plano e sua implementação. Identifica necessidades específicas.
Projeto: aborda um elemento específico do turismo e o estuda de forma detalhada. É

⁸ Ministério do Turismo *in* <<http://www.turismo.pr.gov.br>>

⁹ Instituto Brasileiro de Turismo

qualquer propósito de ação definido e organizado, de forma racional que permite determinar os custos e benefícios de um investimento. Estabelece os passos, os recursos necessários, os responsáveis pelas atividades, os estudos de viabilidade.

Fonte: SETU, 2006, p. 40

A primeira destas esferas é a Estadual e como o exemplo utilizado neste trabalho encontra-se no Paraná, será analisada a Secretaria de Turismo do Paraná, que tem como objetivos, promover o desenvolvimento sustentável do turismo no Estado do Paraná, de forma planejada e organizada, visando a inclusão social, utilizando-se de ações de fomento e divulgação, voltadas à: geração de emprego e renda; ampliação da oferta de produtos turísticos de qualidade, que valorizem os conteúdos locais; aumento do fluxo turístico; aumento do período de estacionalidade, aumento da receita gerada com a atividade e incremento no PIB estadual. (SETU, 2006) A história da Secretaria de Turismo no Paraná começou em 1969, com a criação da Empresa Paranaense de Turismo PARANATUR. Passadas três décadas, finalmente criou-se a Secretaria de Estado do Turismo – SETU, órgão da administração direta do Governo do Estado, que possui como principal objetivo o planejamento, a organização e o monitoramento da Política Estadual de Turismo, através de assessorias, coordenadorias e grupos setoriais, além de suas vinculadas: Paraná Turismo, Centro de Convenções de Curitiba e o serviço social autônomo ECOPARANÁ. A Secretaria e suas vinculadas têm papel de desenvolver o turismo de forma sustentável, ou seja, de forma a gerar benefícios sociais, econômicos, culturais políticos e ambientais nos núcleos em que se desenvolve.

A seguir explica-se um pouco mais sobre o papel de cada vinculada;

- Paraná Turismo possui como objetivos a execução da Política Estadual de Turismo e a implantação de programas e projetos de incentivo, desenvolvimento e fomento do turismo, executando ações que buscam promover o turismo no Paraná;
- ECOPARANÁ tem como objetivo desenvolver produtos turísticos e culturais que promovam o desenvolvimento sustentável e incluso social, com base no triângulo produtivo;
- Centro de Convenções de Curitiba tem por objetivo oportunizar o acesso à cultura, arte e ao conhecimento científico e tecnológico para a comunidade, através de infraestrutura adequada e equipada, fomentando o turismo de eventos e movimentando a economia local.

Há ainda os escritórios da SETU/Paraná Turismo que vem sendo implantados para dar suporte à regionalização do turismo no Estado, sendo que esta representatividade está em sintonia com os agrupamentos regionais estabelecidos na implementação do Programa de Regionalização do Turismo no Paraná. Estão localizados em Cascavel, Foz do Iguaçu, Londrina e Ponta Grossa, o intuito destes escritórios é fortalecer e otimizar as ações públicas de turismo, tanto dos representantes do poder público como da iniciativa privada dos municípios paranaenses (SETU, 2006, p.15).

Têm-se ainda como última esfera do poder público, o Órgão Oficial Municipal de Turismo, neste caso o Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo, pelo fato de que Curitiba é o local do estudo de caso desta pesquisa. O IMT-CTUR¹⁰ possui como missão promover o turismo sustentável no Município, contribuindo para o desenvolvimento sócio-econômico da população local¹¹. Possui as seguintes atribuições:

- ✓ formulação das diretrizes da política municipal de turismo, com o objetivo de desenvolver econômica e socialmente o município;
- ✓ planejar, implementar e apoiar ações que estejam em consonância com a política municipal de turismo, visando fomentar e dinamizar a atividade turística, levando em consideração os princípios norteadores do desenvolvimento sustentável.¹²

Sendo que o OOMT¹³ possui diversas funções, como elemento catalisador e fomentador de ações e *parcerias* para a efetivação da atividade turística, além claro de ser de fundamental importância na organização e planejamento do turismo municipal. É voltado também para a criação de facilidades turísticas como atividades de promoção, expansão e captação de correntes turísticas e aproveitamento racional das atrações culturais, históricas e naturais, através da criação de instrumentos legais, como: leis decretos, políticas de turismo, planos, programas e projetos (SETU, 2006, p. 20). Segundo Yázigi, (*in* YÁZIGI, CARLOS e CRUZ, 1999, p. 143) “cabe ao município esforçar-se no controle da urbanização; empenhar-se por exigência rigorosa nos termos de referência que promovem renovações e

¹⁰ Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo

¹¹ *in* <<http://www.curitiba.pr.gov.br>>

¹² Lei Municipal nº 11.408

¹³ Órgão Oficial Municipal de Turismo

revitalizações...” Grifo da autora da pesquisa, visto que a revitalização será um assunto interessante de ser ressaltado, pois é relevante para este trabalho.

Após mostrar as três principais esferas do poder público que possuem responsabilidades para com o planejamento do desenvolvimento turístico do país (logicamente estas não são as únicas responsáveis pelo turismo, visto que devido ao caráter multidisciplinar da atividade, diversos outros setores possuem preocupação com o mesmo, mas estas três são os órgãos públicos diretamente relacionados, por isso são tidos como principais), será mostrado um pouco mais sobre o papel que o governo em geral possui na atividade turística, e sua estreita relação com outros setores.

Um papel determinante do poder público para o desenvolvimento da atividade turística, refere-se à elaboração das políticas públicas para o setor, sendo que “podemos entender a noção de políticas públicas como o ‘Estado em ação’ (...) é o Estado implantando um projeto de governo, através de programas, de ações voltadas para setores específicos da sociedade” (HÖFLING, *in* BARRETO, 2003, p. 33). Política pública pode ser considerada também como “tudo que o governo decide fazer ou não” (DYE, *in* HALL, 2004, p. 26). Segundo BEZERRA (org.), (2003, p. X),

Uma política pública surge a partir de uma relação de problemas ou assuntos que chamam atenção do governo e dos cidadãos (...) Hoje, as orientações advindas do governo federal estão estabelecidas em estratégias que visam ao desenvolvimento sustentável voltado para a geração de empregos e oportunidade de renda (...) sendo que o turismo é visto como uma das atividades promotoras do desenvolvimento do país.

Através desta explicação pode-se ver a importância das políticas públicas para o turismo, pois é através da consolidação das políticas de turismo numa localidade que o setor passará a ser tratado de forma organizada e dinâmica, onde o planejamento passe a ser coeso, levando-se em consideração a realidade e as características próprias de cada região, constituindo, desta forma, os fatores relevantes e imprescindíveis para que seja possível desenvolver a localidade a partir do turismo (ALEXANDRE, *in* BEZERRA (org.), 2003, p. 4).

Também há necessidade de trabalhar em conjunto com as demais políticas para que se possa desenvolver a atividade turística, segundo ALEXANDRE, (*in* BEZERRA (org.), 2003, p. 12) “as políticas de turismo devem estar coordenadas com as demais políticas setoriais do país”. Assim como as políticas devem estar

coordenadas entre si, os órgãos também devem estar, conforme PETROCCHI (2001, p. 347),

“as áreas voltadas ao planejamento urbano, à realização de obras públicas, à educação, ao estabelecimento e fiscalização de serviços voltados ao público, órgãos voltados à saúde, à limpeza urbana, ao recolhimento de lixo, passando também pelos setores administrativos internos da prefeitura. A gestão do turismo necessita estar atenta e alcançar a necessária contribuição de todos esses setores”.

Ainda segundo PETROCCHI, (1998, p. 202) “(...) o planejamento necessita articular um programa específico para dialogar e mobilizar os recursos dos diversos segmentos oficiais, e também conscientizar os demais setores sobre sua importância para o turismo (limpeza de ruas, recolhimento de lixo, planejamento urbano, obras, saúde pública, educação etc.)”.

Estas últimas explicações serão importantes visto que esta integração é essencial para o desenvolvimento do turismo, visto que muitas vezes cabe ao turismo a divulgação e promoção dos atrativos de determinada localidade, mas a administração de tal atrativo é responsabilidade de outro órgão. Isso demonstra que o turismo realmente deve trabalhar unido a outros setores, pois depende deles para o sucesso da atividade turística na localidade em questão.

Segundo BENI, do ponto de vista econômico, o turismo representa uma atividade plurissetorial que obrigatoriamente necessita de uma coordenação e planejamento do seu desenvolvimento, sendo que isso só pode ser provido pelo poder público, além de sua importância social e cultural que não pode ser somente preocupação do empreendedor, mas também do governo, visto que este representa a garantia dos interesses da coletividade. (2003, p. 100)

Enfim, o poder público possui papel essencial ao desenvolvimento do turismo, tanto no país, quanto no estado ou município, sem ele o turismo não se desenvolveria de forma organizada. Entretanto, é interessante ressaltar que o turismo não depende apenas do setor público, há necessidade de uma estreita relação com a iniciativa privada para obter o êxito desejado, como será mostrado nos próximos tópicos.

2.2 INICIATIVA PRIVADA

A palavra “privado” possui diversos significados, como pode ser encontrado no dicionário, mas aquele que é referente ao tema deste trabalho diz que: privado é “relativo a fontes não governamentais: *fundos privados*.” (SACCONI, 1996, p. 546). Enfim, de todos os termos significados encontrados este pode ser considerado de maior relevância para o trabalho apresentado. Visto que o tema a ser abordado refere-se à parceria entre o setor público e a iniciativa privada que será delineada a partir deste tópico.

É interessante ressaltar que “o estudo da Política do Turismo é sempre feito dentro da realidade comum de quase todos os países, a de um sistema econômico misto de mercado em que, ao lado do Estado, existem outros centros de decisão constituídos de *organizações privadas* e associações de classe, nacionais e internacionais que interferem decisivamente no Sistor”. (BENI, 2003, p. 100). Através desta afirmação e do grifo realizado pela autora deste trabalho pode-se entender que o papel da iniciativa privada é fundamental para a atividade turística, visto que esta é decisiva em diversos processos que compõem o turismo, como nesta afirmação, “a exploração de empreendimentos turísticos deverá permanecer inteiramente na mão da iniciativa privada”. (BENI, 2003, p. 102).

O papel do turismo na administração pública entre 1975 e 1985, restringia-se apenas a coordenação e a regulamentação pelo Estado, de estruturas formais, destituídas de políticas, programas e estratégias de ações vitais para o desenvolvimento turístico integrado. Já em 1985, houve uma grande mudança, pois a OMT passou a recomendar uma maior flexibilização, admitindo inclusive a participação da iniciativa privada na condução e execução das atividades, fazendo com que as entidades privadas passassem a se organizar mediante o processo de auto-regulamentação, possibilitando que houvesse o funcionamento quase pleno do setor e preenchendo a lacuna de atuação deixada pelo próprio Estado. Já em 1995 quando houve outra avaliação por parte da OMT, percebeu-se o excesso de liberalismo das entidades privadas, sendo que estas se concentraram em desenvolver as atividades mais lucrativas a curto prazo, descuidando de outras que trariam benefícios sociais e culturais. Após isto a OMT declarou que buscava orientar que houvesse uma integração articulada entre o Estado (poder público) e

empresariado (iniciativa privada), que juntos poderiam conjurar esforços, de capital e eficiência no desenvolvimento do turismo. (BENI, 2003, p. 104). Pode-se compreender então que o setor público e a iniciativa privada precisam trabalhar de maneira integrada para desenvolver a atividade turística, e que cada qual deve possuir seus papéis bem definidos, para que não existam problemas no planejamento turístico de determinado local.

“Um dos fatores passíveis de explicar esse entendimento da necessidade de promoção de uma gestão participativa, que contempla poder público e iniciativa privada no turismo, é justamente o fato de que o turismo constitui-se em um fenômeno social complexo e de múltipla importância na sociedade”. (BENI, *in* ALBANEZ, 2004, p. 26). Através disto nota-se que mais uma vez é essencial a participação da iniciativa privada para o turismo, pois este é complexo e extenso e vários setores precisam interferir para que ele possa funcionar da maneira mais adequada, mas é interessante ressaltar também que a “multiplicidade do turismo e sua complexidade, com a diversidade das ações que intersetorialmente constituem a atividade, torna-se também uma das dificuldades de se trabalhar de forma integrada e participativa”. (ALBANEZ, 2004, p. 26) Esta última citação é bastante interessante, pois ao mesmo tempo em que é essencial o trabalho da iniciativa privada no turismo, este não é um processo fácil de ser atingido, pois como visto, trabalha com diversas áreas que possuem interesses distintos entre si. Entretanto não é impossível, é preciso que o trabalho seja realizado de maneira planejada por todos os setores que possuam interesse em desenvolver a atividade turística.

2.3 PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA

2.3.1 Conceitos sobre parcerias

A palavra parceria pode ser utilizada para as mais diversas situações, sendo que um dos significados que pode ser aplicado e possui relevância para o tema deste trabalho é que “na parceria, as organizações buscam uma complementaridade de ação motivada pela existência de objetivos compartilhados que são exteriores a cada uma delas, ou seja, algo distinto dos objetivos regulares que cada organização

procura alcançar isoladamente” (ADULIS, 2002).¹⁴ O argumento mais utilizado para estabelecer parcerias refere-se a todas as vantagens que estas podem trazer, como, por exemplo, a realização de projetos e ações conjuntas e o compartilhamento de recursos (ADULIS, 2002).¹⁵ Possui ainda o sentido de “designação de certas formas de cooperação entre organizações que finda, antes de tudo, uma ação conjunta, motivada pela existência de interesses e objetivos comuns, na qual cada um aporta e mobiliza os recursos de que dispõe para atingir estes objetivos” (VALARELLI, 2001).¹⁶ As parcerias vão além da troca e satisfação de interesses, “certamente há uma dimensão de complementaridade, isto é, buscar no outro os recursos e capacidades de que não se dispõe, mas que são necessárias para atingir seus propósitos” (VALARELLI, 2001).¹⁷ Outro tópico interessante de ser trabalhado refere-se ao “conceito de parceria remete à união com fim específico, normalmente um projeto ou uma ação (...)” (NOLETO, 2003)¹⁸.

Por meio das parcerias, “uma organização pode superar suas lacunas e preencher espaços importantes onde não é tão forte” (NOLETO, 2003).¹⁹

2.3.2 Conceitos sobre parcerias público-privadas

“As parcerias público-privadas (PPP’s) estão relacionadas às diferentes formas de articulação entre o setor público, empresas e organizações não-governamentais. Essa articulação ocorre por meio de arranjos que viabilizam projetos considerados de interesse para a sociedade ao mesmo tempo em que supõem o exercício de atividade empresarial pelo setor privado” (...) (COUTINHO in SUNDFELD (org.), 2004, p. 45) Esta conceituação explica bem o que seriam estas parcerias e de que forma estas são trabalhadas pelos setores envolvidos no processo. Segundo COUTINHO (in SUNDFELD (org.), 2004, p. 47),

“As PPP’s são produto de construções político-institucionais variadas, e foram desenvolvidas em nível local, regional, nacional e supra-nacional, como na União Européia. Têm virtudes (eficiência no gasto público, aproveitamento de *expertise* própria do setor

¹⁴ in <http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_tmes_maio2002.cfm>.

¹⁵ in <http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_tmes_maio2002.cfm>.

¹⁶ in <http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_mat01_parc_parctxtpag0.cfm>.

¹⁷ in <http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_mat01_parc_parctxtpag0.cfm>.

¹⁸ in <http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_tmes_junho2003.cfm>.

¹⁹ in <http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_tmes_junho2003.cfm>.

privado) e defeitos (falta de legitimidade democrática, dificuldades organizacionais, problemas de coordenação, riscos sob diversas rubricas) constantemente sublinhados por seus entusiastas e críticos.”

Há outro conceito interessante a ser trabalhado, conforme NETO (*in* SUNDFELD (org.), p. 287)

PPP é o ajuste firmado entre a Administração Pública e a iniciativa privada, tendo por objeto a implantação e a oferta de empreendimento destinado à fruição direta ou indireta da coletividade, incumbindo-se a iniciativa privada da sua concepção, estruturação, financiamento, execução, conservação e operação, durante todo o prazo para ela estipulado, e cumprindo ao Poder Público assegurar as condições de exploração e remuneração pela parceria privada, nos termos do que for ajustado, e respeitada a parcela de risco assumida por uma e outra das partes.

Através de todos esses conceitos é possível ter uma visão mais completa sobre as parcerias público-privadas e notar também que estas são discutidas de maneira geral, não focando apenas em aspectos minimalistas, mas sim num conceito amplo. Estes conceitos tratam a parceria com uma visão ampla, sem trabalhar apenas com a legislação, por exemplo, sendo possível compreender então que as parcerias público-privadas ocorrem de diversas formas, além daquela especificada pela lei existente, que será tratada ainda neste capítulo.

Segundo Douglas Samaniego (diretor do programa das PPP's²⁰ em Cuiabá, em Mato Grosso), a parceria público-privada é uma forma de colaboração entre o Poder Público e a iniciativa privada, não é um conceito novo, mas ganhou visibilidade no Brasil há cerca de dois anos. Colocado de uma forma ampla ocorre sempre quando um município vai, de alguma forma, se beneficiar de algum insumo vindo da iniciativa privada. A idéia da parceria reside no fato de que o município precisa da iniciativa privada e a iniciativa privada quer bons negócios, sendo que o município deve fornecer a possibilidade de bons negócios para que consiga atrair investimentos privados. No Brasil é um programa recente, ainda tem muito a melhorar. Para o Poder Público representa um desafio, pois há muita pressão da sociedade por diversas obras estruturais, qualidade de vida, sendo que este não consegue atender a toda essa demanda sozinho. A parceria torna-se então interessante, pois se busca através dela soluções de forma eficiente e transparente, onde o próprio parceiro executa e fiscaliza as obras e serviços, evitando qualquer

²⁰ Parcerias Público-Privadas

desvio de conduta de gestor, sendo que aqui o programa reflete a confiança do empresariado na atual administração²¹.

Até o presente momento foram trabalhados conceitos e pontos referentes à parceria público-privada sem exatamente discutir algo sobre a legislação das parcerias, isto será apenas explanado de maneira a mostrar que esta legislação existe no Brasil, mas não será mais aprofundada, visto que o estudo deste trabalho busca mostrar as parcerias público-privadas de maneira geral, e não restringi-las ao uso da lei, que, diminui o campo de atuação destas parcerias para o desenvolvimento da atividade turística.

2.3.2.1 Lei Federal 11.079/04

No Brasil, como já citado anteriormente, ainda é um conceito novo, com cerca de dois anos de história no que se refere à legislação, visto que a Lei Federal 11.079/04, que regulamenta as parcerias público-privadas foi aprovada em 31 de dezembro de 2004, sendo então algo bastante recente. Foi um avanço para o país, visto que há uma regulamentação, mas existem diversos pontos que restringem sua utilização, pois para ser uma parceria público-privada no sentido legal do termo é necessário que:

- ✓ o valor do contrato seja superior a R\$ 20 milhões;
- ✓ que o período de prestação de serviços ultrapasse cinco anos;
- ✓ que não tenha como objeto único o fornecimento e a instalação de equipamentos de obra pública.²²

Enfim, estas são as restrições impostas para a celebração de contratos de parcerias público-privadas através da legislação vigente, logicamente elas possuem seus benefícios, visto que fazem com que o contrato seja mais seguro, passe maior credibilidade para a realização de serviços. Entretanto, como citado anteriormente acaba sendo uma barreira para o desenvolvimento da atividade turística, pois as parcerias são realizadas, mas dificilmente se enquadram na categoria exigida pela

²¹ in

<http://www.folhadoestado.com.br/index1.php?canal_id=19&diretorio=economia&pagina=&mat_id=120045>

²² Lei Federal nº 11.079/04

legislação que acaba por restringir o uso da atividade turística, devido às exigências que faz para ser considerada uma parceria público-privada.

2.3.3 Histórico das parcerias público-privadas

2.3.3.1 Reino Unido

O primeiro país analisado será o Reino Unido, segundo COUTINHO (*in* SUNDFELD (org.), 2004, p. 49), as razões que o levaram a escolher este país foram duas:

o pioneirismo na institucionalização financeira e jurídica e dos arranjos e a relativa semelhança que têm esse país e o Brasil no que diz respeito às trajetórias de reforma do Estado percorridas, respectivamente, nas décadas de 80 e 90 do século passado (...) No Reino Unido as PPP's proporcionaram influxos que ainda desafiam a imaginação institucional, a organização da ação reguladora do Estado (num sentido amplo) e o próprio direito público.

Nasceu em 1992 a versão inglesa das PPP's – a *private finance initiative* (PFI) – tendo o objetivo de “estimular empreendimentos conjuntos envolvendo os setores público e privado em um contexto de implementação da agenda liberal de Margareth Thatcher. (...) definida como um conjunto de ações para aumentar a participação do capital privado na prestação de serviços públicos” (COUTINHO *in* SUNDFELD (org.), 2004, p. 50).

Sendo que “de acordo com o modelo britânico, o risco associado a um empreendimento (obras e serviços públicos) seria transferido para os agentes privados” (COUTINHO *in* SUNDFELD (org.), 2004, p. 50). Já que se supunha que a iniciativa privada trabalharia com mais habilidade para desempenhar estas funções do que o próprio Estado, mesmo que no passado estas tenham sido realizadas por ele.

Em 1992, no discurso de anúncio da PFI, o *Chancellor of the Exchequer*²³, Norman Lamont, soube dizer exatamente qual era o significado da PFI:

Estou em condições de anunciar três avanços significativos. No passado, o Governo estava preparado para dar o sinal verde a projetos somente depois de compará-los co projetos similares no setor público. Isso acontecia independentemente de o projeto ser ou não de fato levado a cabo no setor público. Decidi abandonar esta regra. No futuro, qualquer

²³ O equivalente britânico ao Ministro da Fazenda.

projeto financiado privadamente que possa ser operacionalizado de modo lucrativo terá autorização para ser implementado. Em segundo lugar, no passado o Governo muito freqüentemente tratou projetos apresentados a ele como inteiramente privados ou inteiramente públicos. No futuro o governo vai, ativamente, estimular empreendimentos conjuntos [*joint ventures*]²⁴ com o setor privado quando estes envolverem uma sensível transferência de risco para o setor privado. (...). Em terceiro lugar, vamos permitir a utilização mais intensa do *leasing* quando este assegurar bom emprego de recursos [*good value for money*]²⁵. Desde que possa comprovar que o risco fique sempre com o setor privado, organizações públicas estarão autorizadas a celebrar esses contratos (...).²⁶

Após esta declaração a PFI acabou não resultando em muitos impactos, esta só se desenvolveu em 1993 quando o novo *chancellor* Kenneth Clarke criou o “*Private Finance Panel (PFP)*, Comissão cujo papel era o de incentivar maior participação e iniciativa dos setores público e privado, estimular a inovação, identificar novos nichos do setor público dos quais o setor privado poderia participar e buscar outras soluções para empecilhos identificados no funcionamento das PFI’s” (COUTINHO in SUNDFELD (org.), 2004, p. 52). Outros discursos foram feitos após a criação desta Comissão, e deixava-se bem claro que todo o risco deveria ser assumido pela iniciativa privada, não existiriam garantias para esta, sendo que nesta altura foi lançado o “manual do usuário da PFI”.²⁷

Houve ainda muitas reviravoltas no contexto da PFI, sendo que a maior destas aconteceu em 1997, quando houve uma revisão da PFI, pelo neotrabalhista Tony Blair, conforme COUTINHO (in SUNDFELD (org.), 2004, p. 53)

terminou por revogar o que se chamava de *universal test* – a obrigatoriedade de que todos os projetos devessem ser testados (isto é, comparados, ainda que hipoteticamente, à sua implementação exclusiva pelo setor público) para aferição de seu potencial de participação privada. Essa reavaliação (...) também levou à formulação de 27 recomendações ao Governo com a finalidade de melhorar os projetos de PFI.

Procura-se saber se as PPP’s britânicas estão sendo realizadas de maneira a obter sucesso, conforme as idéias de COUTINHO (in SUNDFELD (org.), 2004, p.

²⁴ são projetos em que os setores público e privado participam conjuntamente, mas nos quais o setor privado tem controle dos procedimentos e decisões relevantes.

²⁵ A relação entre custo/benefício tendo como referência um critério de avaliação da destinação adequada dos recursos arrecadados por meio de impostos é freqüentemente ressaltada em diferentes experiências internacionais como um parâmetro vinculante de teste do gasto público ou da opção PPP. De acordo com a Partnerships UK, os principais parâmetros do teste de *value for money* consistem na verificação dos seguintes pontos: contratos baseados em resultados (*output based contracts*), aproveitamento de economias de escala, competição, transferência de risco para a iniciativa privada, inovação, divisão explícita de responsabilidades.

²⁶ In COUTINHO in SUNDFELD, 2004, p. 52.

²⁷ O nome do documento é *Private Opportunity Public Benefit, Progressing the Private Finance Initiative*.

57), ainda não é possível obter muitas respostas, visto que a primeira grande onda de projetos realizados foram feitos após 1997 e tiveram seus resultados divulgados apenas recentemente, especialmente porque a avaliação das PFI's, assim como das PPP's em geral, não se dá de maneira fácil. No caso britânico o que se tenta realizar é um esforço de comparação com um projeto que seria inteiramente financiado pelo setor público, ainda que isto seja um exercício bastante hipotético. Mas há estimativas de que as PFI's permitiram uma economia relevante se comparadas a projetos implementados de maneira convencional. O que é bastante divulgado por aqueles que são a favor da realização destas parcerias é que sem as PFI's diversos projetos essenciais à população, como construção de escolas e hospitais, não teriam sido realizados, visto que recursos públicos não estavam disponíveis.

Após a explicação sobre o Reino Unido, pode-se observar que as PFI's são criticadas por alguns, mas que sem elas muitos projetos não poderiam ter sido feitos, além claro do incentivo por parte do governo, pois como pode ser observado ao longo dos anos o governo criou maneiras e incentivou a participação da iniciativa privada neste processo de parcerias, mesmo com outro nome (PFI), o papel exercido é semelhante às PPP's realizadas em tantos outros países.

2.3.3.2 Estados Unidos da América

Neste item mostra-se a experiência norte-americana que difere em diversos aspectos da britânica, pois as condições históricas, econômicas, políticas e culturais são bastante distintas.

“Os Estados Unidos da América são um País em que os serviços públicos e a infra-estrutura foram fundamentalmente erguidos pelo capital privado e por associações não-lucrativas²⁸, mediante estímulo e regulação públicos” (COUTINHO in SUNDEFELD (org.), 2004, p. 49). Com essa última afirmação pode-se perceber que algumas diferenças serão ressaltadas entre Reino Unido e Estados Unidos, visto que para o norte-americano a PPP é algo comum, que vem desde o início de sua origem. “Parcerias público-privadas são uma característica primária da política e

²⁸ Referir-se-á organizações ou entes não-lucrativos como uma tradução despretensiosa da expressão *non-profit organizations*, bastante recorrente na literatura (e de resto, na vida econômica) anglo-saxã sobre PPP.

do sistema de bem-estar norte-americano – não por concepção, mas sim por ocorrência natural” (Moulton e Anheier, 2000: 106).²⁹ De acordo com Carrol e Steane (2000:45)³⁰ “os Estados Unidos da América têm uma longa história de parceria entre os governos – especialmente os de nível local – e entidades privadas, lucrativas ou não”.³¹

Nos Estados Unidos, diferentemente do Reino Unido, existe já há muito tempo a idéia de utilização da PPP não apenas para infra-estrutura, mas também para a prestação de serviços sociais, educação e saúde, por exemplo. Sendo que este tipo de parceria, que não necessariamente é voltado para o lucro, é um tipo particular. Já no caso da infra-estrutura, as PPP's possuem um contorno bem definido, e podem ser trabalhadas dentro de um grande leque de possibilidades. Segue um breve relato de cada uma destas parcerias para que seja possível compreender um pouco mais como estas se desenvolvem nos Estados Unidos da América.

Ao longo da história norte-americana,

organizações não-lucrativas (registradas ou não perante órgãos públicos) assumiram o desempenho de uma série de papéis voltados para a satisfação de necessidades públicas tidas como não abrangidas pelo escopo de atuação do Estado e das empresas. De acordo com Salamon,³² organizações não-lucrativas respondem, hoje, por metade dos hospitais, escolas e universidades do país e por cerca de 60% das agências de serviços sociais, além da maior parte das organizações cívicas e organizações não governamentais.

“Nesse contexto, pode-se dizer que a forma mais expressiva de PPP nos Estados Unidos da América não envolve diretamente, como no caso inglês, ou vários outros, a indústria ou prestadores corporativos de serviços. Trata-se de um modelo de parceria em que os atores principais são os Governo Federal, Estadual e Local, de um lado, e o setor *non-profit*³³, de outro³⁴”.

O exemplo utilizado para ilustrar as parcerias envolvendo os setores público e privado nos Estados Unidos da América é a construção da ferrovia *Transcontinental Railroad*, na década de 1860, mostrando que estas parcerias

²⁹ In COUTINHO in SUNDFELD (org.), 2004, p. 58.

³⁰ In COUTINHO in SUNDFELD (org.), 2004, p. 58.

³¹ In COUTINHO in SUNDFELD (org.), 2004, p. 58.

³² in Moulton e Anheier, 2000:105.

³³ Chamado de setor não-lucrativo.

³⁴ Diferentes, como se vai ver adiante, são as PPPs relacionadas às grandes obras de infra-estrutura nos Estados Unidos da América.

datam do século XIX. Sendo que atualmente as PPP's mais utilizadas são as que se referem aos setores de habitação e desenvolvimento urbano, transportes e de água e saneamento. (COUTINHO (org.) in SUNDFELD, p. 62) Ainda segundo COUTINHO (in SUNDFELD (org.), 2004, p. 62)

Em 1988 o *U.S. Council of State Governments* realizou uma pesquisa em que o principal objetivo era saber as razões que levavam os Estados Norte-Americanos a recorrer às PPP's. Os resultados foram, em ordem de importância: redução de custos, ausência de mão-de-obra especializada no setor público e *expertise* do setor privado, falta de suporte e apoio do Governo, excesso de procedimentos burocráticos, necessidade de implementação rápida de projetos e a necessidade de inovação e qualidade nos serviços. Esses resultados mostram que nos Estados Unidos da América as PPP's designam uma gama ampla de possibilidades, que vão desde a terceirização (*outsourcing*) até a realização de grandes obras.

Através destas explicações pode-se compreender um pouco mais a respeito das PPP's americanas, mas há um parágrafo bastante relevante e conclusivo para o entendimento deste assunto.

(...) as PPP's, (...) são, (...) parte constitutiva da teia de relações que une o governo, as empresas e as organizações não-lucrativas nos Estados Unidos da América. Desse conjunto de relações – mediadas por interesses por vezes contrapostos, por vezes convergentes e em diferentes intensidades regulados pela ação coercitiva ou estimuladora do Poder Público – é que, no contexto mais amplo de um chão cultural próprio, se organizou essa sociedade. Nesse sentido, mais que em qualquer outro lugar, as PPP's nos Estados Unidos da América nada têm de novo e tudo de peculiar. (COUTINHO in SUNDFELD (org.), 2004, p. 66)

2.3.3.3 Brasil

As parcerias público-privadas no Brasil são bastante recentes no que concerne à legislação. É interessante ressaltar mais uma vez que este trabalho falará a respeito das parcerias público-privadas, mas não no âmbito legal desta, já que isto limita seu uso, mas sim em como utilizar estas parcerias de modo amplo, para possibilitar um efetivo desenvolvimento da atividade turística.

O que se pode afirmar sobre as parcerias em sentido amplo, é que estas não são trabalhadas como uma novidade, pois crescem a cada período passando por diversas mudanças, inclusive a criação de uma lei específica para elas, por exemplo. No período entre o final da Primeira Guerra Mundial e o início da Reforma Estatal a crença que vigorou foi de que o interesse geral não era de preocupação

somente do Estado, mas sim que empresas, hospitais e universidades do próprio Estado deveriam fazer os investimentos que fossem necessários, sendo que os particulares atuariam como simples fornecedores de bens, serviços e capitais ao Estado, sem maiores responsabilidades perante este Estado. Entretanto, a partir da década de 90, através da Reforma do Estado, houve a diminuição das atribuições deste, sem que os objetivos que deveriam ser alcançados fossem desistidos de ser realizados. Então foi preciso buscar maneiras para que responsabilidades públicas fossem assumidas por particulares, substituindo o modelo anterior de gestão estatal (SUNDFELD *in* SUNDFELD (org.), 2004, p. 18). Estas são as consideradas “parcerias público-privadas em sentido amplo” (SUNDFELD *in* SUNDFELD (org.), 2004, p. 19). Com essa última explicação é possível observar o que foi tratado anteriormente, no que se refere à utilização das parcerias público-privadas num sentido amplo, sem se prender a lei das PPP’s. É possível observar que estas já são utilizadas há muitos anos, mesmo antes da criação desta legislação específica, como se segue, “(...) há uma longa experiência de associação entre Estado e iniciativa privada para a implementação de empreendimentos necessários à satisfação de interesses coletivos” (NETO *in* SUNDFELD (org.), 2004, p. 233).

Alguns estudos de caso do SEBRAE³⁵ serão explicados, para que se perceba que as parcerias público-privadas não são uma novidade, e que não são trabalhadas apenas seguindo a lei das PPP’s, e sim utilizando estas parcerias em um sentido mais amplo.

O SEBRAE possui como uma das bases de seu trabalho o estímulo à cooperação entre as mais diversas empresas, mostrando como esta entidade entende a devida importância de se trabalhar em parcerias. Um exemplo de projeto que trabalha com a integração existente no Paraná é o Caminho do Turismo Integrado ao Lago de Itaipu. Possui como público alvo os empreendedores das atividades turísticas credenciados que atuem nos 16 municípios que integram os Caminhos do Turismo Integrado ao Lago de Itaipu e tem como grande objetivo aumentar o fluxo turístico e estimular o aumento de investimentos de capital. As parcerias podem ser observadas, por exemplo, entre as Associações Comerciais participantes do projeto, as Prefeituras dos Municípios e a Itaipu Binacional, neste

³⁵ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

caso demonstra a integração existente entre essas entidades, possibilitando o desenvolvimento de produtos turísticos viabilizados através de diversas parcerias.³⁶

Outro exemplo que pode ser mostrado a respeito da existência destas parcerias pelo SEBRAE, encontra-se nos estados de Mato Grosso e Goiás e tem como título o “Desenvolvimento do Turismo e Artesanato na Região de Barra do Garças”. Este projeto possui como público alvo os agentes econômicos da cadeia produtiva do turismo e do artesanato de Barra do Garças, Pontal do Araguaia e Aragarças, com foco na rede hoteleira, pousadas e artesãos e objetivo geral tornar esta região um destino turístico competitivo e sustentável, através da ação integrada dos agentes econômicos do *trade* turístico e do artesanato, com o governo e as instituições locais. Mais uma vez é ressaltada pelo próprio objetivo do projeto a importância das parcerias, pois como se vê, há a intenção de se trabalhar de maneira integrada ao governo e instituições locais. Possui como parceiros os SEBRAE de Mato Grosso e de Goiás, as prefeituras dos municípios envolvidos, além de entidades privadas como diversos hotéis³⁷.

Estes dois exemplos citados são apenas alguns de tantos que o SEBRAE possui, não somente na área de turismo, mas em diversas outras áreas. O trabalho em parceria para desenvolver o turismo é destacado por diversos autores desta área, sendo que “(...) a atividade turística envolve um complexo de inter-relações, abrangendo diversas esferas de poder (federal, estadual e municipal) e, também, uma estreita parceria com a iniciativa privada à qual cabe explorá-la”.(BEZERRA (org.), 2003, p. IX). Esta última parte da frase demonstra que o turismo deve aproveitar a relação com a iniciativa privada e utilizar desta para desenvolver a atividade turística.

Segundo RUSCHMANN (*in* OLIVEIRA, 2002, p. 191),

no turismo cabe ao Estado zelar pelo planejamento e pela legislação necessários ao desenvolvimento da infra-estrutura básica que proporcionará o bem-estar da população residente e dos turistas. Além disso, deve zelar pela proteção e conservação do patrimônio ambiental (natural, psico-social e cultural) e criar condições que facilitem e regulamentem o funcionamento dos serviços e equipamentos nas destinações, necessários ao atendimento dos desejos dos turistas, geralmente, a cargo de empresas privadas”.

³⁶ *in* <<http://www.sigeor.sebrae.com.br>>

³⁷ *in* <<http://www.sigeor.sebrae.com.br>>

Pode-se perceber que os envolvidos na atividade turística estão preocupados em estabelecer parcerias público-privadas através do documento elaborado durante o encontro preparatório do Paraná do VIII Congresso Brasileiro da Atividade Turística – CBRATUR, realizado em 11 de abril de 2006 no Auditório do Sistema Fecomércio/PR - Sesc³⁸/Senac³⁹, em Curitiba. O documento apresentado mostra os resultados do Encontro, sendo que os participantes são tanto do poder público quanto da iniciativa privada envolvidos com a atividade turística no Estado do Paraná. O CBRATUR foi criado em 1999, como um fórum democrático de promoção do diálogo entre: Poder Legislativo, Executivo e sociedade civil organizada, com objetivos de estabelecer políticas públicas e regulamentações voltadas ao desenvolvimento do turismo no país. Reúne parlamentares, gestores públicos, empresários, técnicos profissionais do *trade* turístico nacional, além de representantes do meio acadêmico e de instituições educacionais ligadas ao setor. Tem como objetivo construir uma agenda de reivindicações e de proposições dos empresários da cadeia produtiva do turismo a ser apresentada e discutida com os candidatos à Presidência da república, durante o VIII CBRATUR, que foi realizado este ano em 21 de junho, em Brasília. Em todas as 27 capitais brasileiras foram realizados encontros como este que ocorreu no Paraná, sendo promovidos pela Câmara Empresarial do Turismo da Confederação Nacional do Comércio em parceria com o sistema Fecomércio. (FECOMÉRCIO, 2006) Diversos tópicos foram sugeridos para entrar em discussão, sendo que destes, sete foram considerados principais, sendo estes:

1. Legislação e Regulamentação;
2. Parceria Público-Privada;
3. Efetividade, Qualidade e Competitividade dos Serviços Turísticos;
4. Financiamento.
5. Marketing Turístico;
6. Integração da Cadeia Produtiva do Turismo;
7. Gestão Pública do Turismo.

Através destes tópicos foram levantados diversos pontos que dificultam o desenvolvimento do turismo e quais são os passos recomendados para a superação

³⁸ Serviço Social do Comércio

³⁹ Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

destes problemas encontrados. O quadro de destaque refere-se às parcerias público-privadas visto que essas apresentam maior relevância para o trabalho.

QUADRO 2 - PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS

Aspectos/Problemas	Propostas/Recomendações
2.1 Inexistência de profissionais/técnicos nestas parcerias	2.1.1 Buscar avaliação técnica por parte dos executivos e lideranças
	2.1.2 Esclarecer/divulgar as possibilidades de parceria
	2.1.3 Capacitar técnicos para identificação de parcerias
	2.1.4 Regulamentar as oportunidades de parceria público-privada na área (infra-estrutura, equipamentos e serviços)
2.1 Interesses políticos e particulares	2.2.1 Dar continuidade e acompanhar as ações
2.3 Inexistência de um planejamento orçamentário para estes fins	2.3.1 Criar um verba orçamentária definida para a atividade
2.4 Pouco comprometimento das partes	2.4.1 Criar responsabilidade no envolvimento das partes (cobrar e penalizar)
2.5 Imediatismo do retorno dos investimentos	2.5.1 Investir (campanhas de conscientização) a longo prazo para um futuro melhor
2.6 Precisa de mais prestação de contas e transparência nas ações	2.6.1 Criar cronograma de apresentação de resultados com a prestação de contas

FONTE: FECOMERCIO, 2006.

Através dos itens apresentados é possível notar que o *trade* turístico começou a se preocupar com a questão das parcerias público-privadas. Mais uma vez ressalta-se que estas já são utilizadas, como nos exemplos mostrados no caso do SEBRAE, anteriormente, mas que através deste documento pede-se a formulação de uma regulamentação para que esta seja utilizada com maior freqüência na atividade turística, e talvez de maneira diferenciada da legislação já existente das PPP's, visto que esta restringe o uso da atividade turística, devido aos fatores impeditivos já citados.

2.4 EMPREENDEDORISMO

Como foi possível perceber através de todos os itens trabalhados as parcerias público-privadas podem ser um grande instrumento para desenvolver o turismo, mas para atingir este nível de desenvolvimento muito ainda precisa ser feito, para que passem a ser utilizadas de maneira cotidiana, atendendo a diversas áreas, incluindo nestas o turismo. E para tanto há necessidade de que as prefeituras adotem o empreendedorismo como base para seu funcionamento.

“O empreendedorismo pode ser entendido como realização. O empreendedor é quem realiza, ou seja, põe em prática o planejamento, executa atividades, efetua ações, efetiva fatos, faz acontecer, gera resultados positivos” (REZENDE, 2006, p. 15).

Sendo que “um município empreendedor, uma prefeitura empreendedora ou uma organização pública empreendedora é a que realiza. Para tanto, exige pessoas com diferenciais” (REZENDE, 2006, p. 17).

“Os municípios, as prefeituras e as organizações públicas podem ser vistas como um empreendimento. E para um empreendimento conquistar seu sucesso, necessita de empreendedores. (...) pessoas que possuem diferenciais emanados pelo que se chama de espírito empreendedor. (...) diz respeito a características singulares das pessoas, tais como motivação, paixão, persistência, dinamismo, criatividade, autoconfiança e outras várias positivas” (REZENDE, 2006, p. 15).

Através das últimas citações percebe-se a importância que existe no empreendedorismo para os órgãos públicos, mas, além disso, há necessidade de que as pessoas que trabalhem nestes locais sejam empreendedoras, busquem inovar e trabalhar de maneira diferenciada. As características já citadas retratam bem como deve ser este empreendedor, afinal é preciso trazer idéias novas e saber trabalhar nas situações mais adversas. Os “empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado” (REZENDE, 2006, p. 16). Têm-se ainda a seguinte citação, “o empreendedor é o responsável pela criação de novos serviços, produtos e mercados que superariam os anteriores, por apresentarem vantagens, como maior eficácia e menor custo” (DEGEN *in* REZENDE, 2006, p. 16).

Percebe-se que o empreendedor traz diversas vantagens para a instituição na qual trabalha, sendo que uma delas é a possibilidade de reduzir custos através de suas idéias, este aspecto vem de encontro ao tema deste trabalho, pois as parcerias público-privadas possuem como vantagem a redução de custos para o organismo público e um retorno de imagem e marca para a empresa que realizar a parceria.

Há ainda mais um tópico referente a empreendedorismo, que é essencial para a realização de novos projetos, a inovação, nota-se que segundo REZENDE (2006, p. 21),

“os conceitos e preceitos de empreendedorismo aplicados nos municípios, nas prefeituras e nas organizações públicas sempre envolvem a inovação. A inovação pode ser entendida como fazer “diferente” com valor agregado, sem necessariamente ser novo. É diferente de invenção (coisa nova criada ou concebida) que envolve a formulação de uma proposta inédita. Nesse sentido o município, a prefeitura ou organização pública inovadora é a que presta um serviço ou oferece um produto com valor agregado”.

Trata-se ainda de um tema relevante, que é a inovação ligada ao empreendedorismo, visto que estes tópicos são ligados da seguinte forma, “a inovação pode ser entendida como fazer “diferente” com valor agregado, sem necessariamente ser novo (...) o município, a prefeitura ou organização pública inovadora é a que presta um serviço ou oferece um produto com valor agregado.” Entende-se então que os organismos públicos não precisam criar ou inventar, mas sim trabalhar com criatividade, utilizando recursos diferenciados para oferecer produtos de qualidade à população. Através das parcerias público-privadas estes produtos poderiam ser oferecidos com maior frequência, visto que seria possível revitalizar parques, construir novos atrativos, dentre outros benefícios, que trariam vantagens aos turistas, mas também a população.

3 PESQUISAS REALIZADAS

Neste capítulo serão mostrados os resultados das pesquisas realizadas para subsidiar este trabalho, com a apresentação do estudo de caso referente à Parceria Público-privada para revitalizar o Jardim Botânico e também com as entrevistas realizadas com representantes do poder público e da iniciativa privada e sua conseqüente análise. Procura-se, com tais resultados, comprovar a importância das parcerias público-privadas para a atividade turística e como otimiza-las.

3.1 METODOLOGIA

Para realizar o trabalho escolheu-se utilizar as pesquisas exploratórias e as descritivas. A exploratória bibliográfica e exploratória documental foram utilizadas para a construção do marco teórico, pois esta é baseada em diversos livros e textos, além de reportagens e entrevistas retiradas da *internet*, estas pesquisas realizaram-se durante os meses de março a junho de 2006, com consultas a bibliotecas e *sites*. O estudo de caso foi feito durante este mesmo período, mas recebeu algumas modificações para que pudesse ser integrado ao trabalho no capítulo de pesquisas.

As pesquisas descritivas foram realizadas durante o mês de agosto de 2006 e consistiram em entrevistas com profissionais das áreas relevantes ao trabalho. Estas pesquisas se utilizaram de questionários padronizados para cada área entrevistada, facilitando a tabulação. Foram realizadas através de *e-mails*, pois facilitava o contato com os entrevistados e a rapidez nas respostas; e também realizadas pessoalmente, com, aqueles que possuíam tempo disponível para responder ao questionário.

3.1.1 Exploratória

A pesquisa exploratória foi utilizada para construir o primeiro e segundo capítulos, além de parte do estudo de caso deste trabalho, visto que consultas a *internet* e a biblioteca foram maneiras constantes de realizar este trabalho.

3.1.1.1 Estudo de Caso

A primeira pesquisa realizada refere-se ao Jardim Botânico, à cidade de Curitiba e a parceria público-privada realizada entre a Natura e a Prefeitura de Curitiba para revitalização deste atrativo. Esta pesquisa foi realizada em forma de estudo de caso para que fosse possível ilustrar, através deste exemplo, um tipo de parceria que ocorreu em prol do desenvolvimento turístico.

3.1.1.1.1 Curitiba

Para compreender melhor sobre o local em que foi realizada esta parceria, serão mostrados alguns dados gerais de Curitiba, cidade em que se localiza o Jardim Botânico.

Curitiba é a capital do Estado do Paraná e foi fundada oficialmente em 29 de março de 1693. Sendo a única cidade do País que é referência nacional e internacional de planejamento urbano e qualidade de vida, no século XXI, já que em março de 2001, uma pesquisa patrocinada pela ONU apontou Curitiba como a melhor capital do Brasil pelo Índice de Condições de Vida (ICV)⁴⁰.

Para compreender melhor a Curitiba atual, é preciso observar como foi sua formação, pois no final do século XIX, houve um grande acontecimento: a chegada em massa de imigrantes europeus sendo que estes deram uma nova conotação à cidade de Curitiba, que incorporou seus modos de ser e de fazer, fazendo que atualmente existem diversas festas que são comuns a todos os curitibanos, com dança, música, culinária, expressões e diversos memoriais de imigração existentes em muitos parques, praças e bosques municipais, que preservam a memória dos antepassados.

Segue abaixo alguns dados físicos da cidade de Curitiba, para melhor visualização da Cidade:

QUADRO 3 – DADOS PRINCIPAIS DE CURITIBA

Área	430,9 km ²
------	-----------------------

⁴⁰ in <<http://www.curitiba.pr.gov.br>>.

População	1.727.010 (estimativa IBGE/2004)
Relevo	Levemente ondulado
Área verde por habitante	51 m ²
Extensão Norte-Sul	35 km
Extensão Leste-Oeste	20 km
Altitude média	934,6 m
Latitude	25°25'48" Sul
Longitude	49°16'15" Oeste
Fuso horário	Brasília
Clima	Temperado
Pluviosidade	1.500 mm/ano
Temp. média no verão	21°C
Temp. média no inverno	13°C

FONTE: Prefeitura Municipal de Curitiba

Curitiba é considerada como referência nacional em planejamento urbano e qualidade de vida, tornando-a uma cidade diferenciada. Apresenta também significativo parque hoteleiro, infra-estrutura de qualidade além de serviços essenciais a atividade turística. Dentro do Estado é uma grande redistribuidora de fluxo turístico para as demais regiões do Estado, além de receber um elevado número de turistas a cada ano.

Em 2005, segundo a SETU, Curitiba recebeu cerca de 1,986 milhões de turistas, sendo que destes 35,5% são do próprio Estado do Paraná e 26,1% são provenientes de São Paulo. Internacionalmente Curitiba recebe aproximadamente 1% de turistas vindos dos Estados Unidos e cerca de 2,3% advindos de países diversos.

Interessante ressaltar no que tange a demanda turística de Curitiba, que a maioria dos turistas que vêm para a cidade, cerca de 34%, tem como motivação da viagem o turismo de negócios, outro número bastante próximo refere-se a motivação por visitas a parentes e amigos, com 30% das respostas.

Como se pode perceber Curitiba é uma cidade que possui grande reconhecimento pelo seu planejamento e pela qualidade de vida oferecida a sua

população e também aqueles que a visitam. A área verde da cidade, 51 metros quadrados por habitante, é cerca de três vezes maior que a área mínima recomendada pela Unesco⁴¹ (WIKIPÉDIA, 2006). O que pode ser comprovado pela existência de 30 parques e bosques⁴² espalhados pela cidade, sendo que um deles é o Jardim Botânico, objeto de estudo deste trabalho, que será melhor explicado no próximo tópico.

3.1.1.1.2 Jardim Botânico

O Jardim Botânico Municipal Francisca Maria Garfunkel Rischbieter, mais conhecido apenas como Jardim Botânico, possui esse nome em homenagem à urbanista Francisca Maria Garfunkel Rischbieter, uma das pioneiras no trabalho de planejamento urbano de Curitiba. Inaugurado em de outubro de 1991, funciona como um centro de pesquisas da flora do Paraná. Contribui para a preservação e conservação da natureza, para a educação ambiental, na formação de espaços representativos da flora brasileira e ainda oferece uma alternativa de lazer para a população, além de uma opção de atração turística para a cidade. Possui como principal atração uma estufa de ferro e vidro com 450 m², inspirada no Palácio de Cristal de Londres, que em seu interior abriga exemplares vegetais característicos de regiões tropicais. Emoldura a estufa um imenso jardim francês com seus canteiros geométricos, Esculturas como "A Mãe" (situada no jardim), também fazem parte da paisagem. Atrás da estufa em formato semicircular encontra-se o Espaço Cultural Frans Krajcberg, com exposição permanente, numa dimensão de 1500 metros quadrados de área construída, destina-se a abrigar exclusivamente as obras doadas pelo artista Frans Krajcberg ao Município de Curitiba. No Museu Botânico Municipal cientistas e pesquisadores de todo o mundo encontram um dos maiores herbários do país, com o que há de mais representativo da flora paranaense e brasileira. Incentivar o amor à natureza e a sua proteção completam o trabalho científico desenvolvido pelo Museu.⁴³

⁴¹ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

⁴² Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Curitiba, *in* < <http://www.curitiba.pr.gov.br>>

⁴³ Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Curitiba, *in* < <http://www.curitiba.pr.gov.br>>

Além de toda a importância para a população e para o meio ambiente, o Jardim Botânico possui grande relevância para a atividade turística, sendo um dos pontos turísticos mais visitados da cidade, recebendo cerca de 450 mil visitantes por ano⁴⁴. Foi escolhido como exemplo ilustrador deste trabalho, pela parceria realizada na sua revitalização em 2005, visto que é um local essencial para a população e tornou-se uma grande opção dos turistas.

3.1.1.1.3 Parceria realizada

A parceria realizada entre a Prefeitura Municipal de Curitiba e a empresa Natura Cosméticos possibilitou a revitalização do Jardim Botânico em Curitiba. Como já citado em outro tópico, a empresa responsável pela intermediação entre a Prefeitura e a Natura é a Farah Service, que trabalha há muitos anos com o conceito da iniciativa privada realizar serviços para o município retirando o ônus do poder público. A revitalização e restauração de praças, parques e monumentos é algo comum à Farah Service, que possui como um de seus pontos principais a conservação de áreas verdes em diversas cidades do País. Mais uma vez ressalta-se que estes são sempre realizados por uma parceria com a iniciativa privada e com o município em que será realizado o projeto.

O estudo de caso deste trabalho refere-se à revitalização do Jardim Botânico em Curitiba, sendo possível observar a realização deste através da utilização da parceria público-privada em termos mais amplos, visto que foi um projeto custeado pela iniciativa privada – Natura Cosméticos – visando o benefício da população, além claro do benefício gerado aos turistas, já que o Jardim Botânico é um importante ponto turístico da cidade. Esta empresa investiu cerca de 970 mil reais na revitalização do espaço, sendo esta a primeira reforma realizada desde a inauguração do Botânico, em outubro de 1991. A reforma contou com a remoção de pontos de ferrugem localizados na estufa, troca de vidros e uma nova pintura, além de reparos nos sistemas hidráulico, elétrico e de exaustão; implantou-se também um novo sistema de irrigação na parte externa da estufa e placas de sinalização espalhadas por todo o parque.⁴⁵

⁴⁴ in <<http://www.cib.org.br/midia.php?ID=15408&data=20060310>>

⁴⁵ in <<http://www.cib.org.br/midia.php?ID=15408&data=20060310>>.

Interessante ressaltar que as obras no Jardim Botânico iniciaram-se em dezembro de 2005, e foram entregues em março de 2006, devido à realização do evento da ONU⁴⁶, COP8MOP3⁴⁷, pela primeira vez no Brasil, do dia 13 a 31 de março de 2006, que tinha como proposta utilizar o local para a festa de abertura. Segundo Fernão Accioly, superintendente da Secretaria Municipal de Obras, “as obras já estavam previstas para este ano, mas adiantamos por conta dos eventos da ONU”.⁴⁸ Destaca-se, que para revitalizar todos os pontos de interesse da cidade para a realização do evento foram investidos cerca de R\$ 7, 261 milhões, sendo que R\$ 2,422 milhões foram custeados pela Caixa Econômica Federal e pela iniciativa privada.⁴⁹

3.1.2 Descritiva

As pesquisas descritivas foram utilizadas durante a realização de entrevistas com profissionais tanto da área privada quanto da pública, para ter conhecimento da sua opinião e de como estes encaram as parcerias público-privadas no seu dia-a-dia. Durante o relato das entrevistas foi possível compreender quais seus principais pontos de vista, suas opiniões e o que eles relatam como mais importante.

3.1.2.1 Entrevistas

Para realizar as entrevistas foram escolhidas pessoas que pudessem contribuir com o assunto do trabalho, tais pessoas exercem atividades relacionadas ao turismo e trabalham em órgãos públicos ou entidades privadas. Através destas entrevistas foi possível chegar a diversas conclusões a respeito de cada pergunta realizada.

⁴⁶ Organização das Nações Unidas

⁴⁷ COP8 – 8ª Reunião da Conferência das Partes da Convenção sobre Diversidade Biológica
MOP3 – 3ª Reunião das Partes do Protocolo de Cartagena sobre Biossegurança

⁴⁸ in <<http://www.cib.org.br/midia.php?ID=15408&data=20060310>>.

⁴⁹ in <<http://www.cib.org.br/midia.php?ID=15408&data=20060310>>.

3.1.2.1.1 Entrevistas com o poder público

Seguem abaixo os quadros com as respostas dos entrevistados e posterior conclusão sobre o que se compreendeu a partir das respostas obtidas.

QUADRO 4 – O QUE VOCÊ ENTENDE POR PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS?

Entrevistado 1	A PPP é instrumento para o Estado entrar com recursos para reduzir o risco privado em obras que não são auto-sustentáveis ou cujo processo de maturação é indefinido. É uma forma de reduzir os riscos não-administráveis (que não dependem da empresa) do projeto.
Entrevistado 2	União de entes públicos e organizações privadas, objetivando capital privado para execução de empreendimento públicos e serviços, com contraprestação pecuniária aos parceiros privados, por meio de concessão, entre elas.

FONTE: A autora

Ao analisar as respostas dos entrevistados foi possível perceber que todos têm conhecimento do que são as parcerias público-privadas tanto no âmbito da legislação quanto no conceito geral destas. Através das respostas notou-se que os entrevistados têm plena noção destas parcerias e as explicaram de maneira bem clara. O que se conclui é que o poder público compreende o significado destas parcerias e como elas funcionam.

QUADRO 5 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O SETOR PÚBLICO? SIM () NÃO () POR QUE?

Entrevistado 1	SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>) Pois com a dificuldade de administrar recursos por parte do poder público e a conseqüente redução do investimento limita a possibilidade de crescimento de setores importantes.
Entrevistado 2	SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>) Através da PPP, torna viável o investimento e financiamento em vistas a execução de obras de infra-estrutura , prestação de serviços, em benefício da população.

FONTE: A autora

Todos os entrevistados responderam positivamente a esta questão, o que mostra que consideram as parcerias importantes para o setor público. A dificuldade de administrar recursos e o investimento limitado por parte do organismo público foram ressaltados como os maiores problemas. A utilização das parcerias por parte do poder público seria uma solução interessante para minimizar os problemas citados anteriormente.

QUADRO 6 – QUAIS OS MAIORES BENEFÍCIOS DESTAS PARCERIAS? E QUAIS OS MAIORES PROBLEMAS EM UTILIZÁ-LAS?

Entrevistado 1	<p>As necessidades de investimentos em áreas estratégicas do setor seriam atendidas.</p> <p>A primeira incompreensão sobre a PPP é que seria uma forma nova de repetir a velha prática de o Estado estatizar o prejuízo e privatizar o lucro</p>
Entrevistado 2	<p>- Benefícios:</p> <p>Suprir a escassez de recursos do poder público;</p> <p>Desenvolvimento de diversos setores da economia por diversificação de investimentos; (Transporte, saneamento,...).</p> <p>Opção viável para o crescimento sustentável a longo prazo.</p> <p>Com a “eficiência privada” obtém-se melhoria na qualidade dos serviços prestados;</p> <p>- Problemas</p> <p>Garantia dos investidores em honrar compromissos;</p> <p>Em alguns casos a desestatização, com contratos mal elaborados podem superfaturar as obras e serviços, onerando a população que pagará pelos investimentos.</p> <p>Marcas regulatórias, indefinidas.</p>

FONTE: A autora

Através das respostas destas questões percebeu-se que as vantagens apresentaram-se em número aproximado das desvantagens da utilização das parcerias e que estas foram muito parecidas. Sendo que a principal vantagem citada referiu-se a suprir a escassez dos órgãos públicos no que se refere aos gastos que devem ser feitos para infra-estrutura, por exemplo. Na questão da desvantagem, foram citados tópicos diversos, como a questão dos investidores não honrarem os

compromissos e o Estado ficar com o prejuízo e a iniciativa privada obter os lucros, onerando a população, que poderá ter que pagar pelos investimentos realizados.

QUADRO 7 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O TURISMO? SIM () NÃO () POR QUE?

Entrevistado 1	SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>) Por exemplo, se poderia melhorar os portos para receber mais navios de cruzeiro internacionais.
Entrevistado 2	SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>) Resolveria problemas fundamentais, principalmente a de infra-estrutura básica, essencial para incentivar o desenvolvimento do turismo nos municípios.

FONTE: A autora

Esta questão se aprofundou no que se refere ao turismo e buscou saber a opinião dos entrevistados quanto a importância destas parcerias para a atividade turística. O que se concluiu a partir das respostas foi que todos consideraram as parcerias como relevantes ao turismo, pois através delas diversas melhorias poderiam ser feitas, como por exemplo, a revitalização e construção de novos espaços em diversos portos para receber grandes cruzeiros e a questão da infraestrutura básica, essencial para o desenvolvimento do turismo em qualquer localidade.

QUADRO 8 – O TURISMO DEVERIA SE UTILIZAR MAIS DAS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS? SIM () NÃO () POR QUE?

Entrevistado 1	SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>) Alavancaria o potencial de crescimento do setor
Entrevistado 2	SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>) Opção viável para alavancar o Turismo, minimizando as restrições orçamentárias, comumente destinadas ao Turismo.

FONTE: A autora

Assim como na questão anterior, esta também tratou do tema parcerias público-privadas relacionadas à atividade turística, mas dando importância a maior

utilização destas parcerias para o turismo. Os entrevistados responderam positivamente, e a resposta foi muito semelhante, visto que fala sobre alavancar o potencial de crescimento do turismo através das parcerias público-privadas. Interessante citar que ressaltou-se mais uma vez o fato de que estas parcerias são importantes para minimizar restrições orçamentárias que são normalmente destinadas ao turismo.

QUADRO 9 – CASO TENHA RESPONDIDO A ANTERIOR POSITIVAMENTE, DE QUE MANEIRA PODE SER FEITO PARA QUE ESTAS PARCERIAS FUNCIONEM DE MANEIRA MAIS EFETIVA NO TURISMO?

Entrevistado 1	As possíveis parcerias devem ser estudadas caso a caso, e devem atender expectativas e interesses de ambos os lados.
Entrevistado 2	Cabe ao poder público definir claramente os objetivos, riscos, metas e viabilidade econômica, para comprovar o retorno do investimento por parte do investidor.

FONTE: A autora

Esta questão teve respostas bastante semelhantes, mesmo apresentadas de maneira diferenciada. Ressaltou a importância de se estudar cada caso separadamente e observar quais são os interesses de cada lado envolvido nesta parceria. Existem tarefas atribuídas tanto ao poder público quanto as entidades privadas interessadas em realizar as parcerias, sendo que estas devem atentar para objetivos, riscos, retorno do investimento, dentre outros pontos importantes antes de se realizar a parceria.

QUADRO 10 – HÁ INCENTIVOS PARA REALIZAR ESTAS PARCERIAS NO TURISMO?

Entrevistado 1	Individuais.
Entrevistado 2	Acredito que as parcerias ainda estão tímidas para investir no Turismo, pelo fato do investidor buscar retorno a curto prazo, e na maioria dos casos, em se tratando de turismo, o retorno é a longo prazo.

FONTE: A autora

Esta questão foi respondida de maneira diferente pelos entrevistados, mas mesmo assim apresentou uma idéia semelhante. O que chamou a atenção refere-se ao fato de que todos consideram que não há muitos incentivos para realizar as parcerias, sendo estes tímidos ou individuais. Outro ponto interessante levantado pelos entrevistados tratou sobre a questão de que normalmente no turismo os investimentos são de longo prazo e os investidores, nestas parcerias, buscam retorno a curto prazo, o que não ocorre no turismo.

QUADRO 11 – TEM CONHECIMENTO DO CASO DO JARDIM BOTÂNICO? EM CASO AFIRMATIVO, O QUE SABE A RESPEITO DO CASO? RELACIONE A IMPORTÂNCIA DA PARCERIA PARA A REALIZAÇÃO DA RESTAURAÇÃO DESTE PATRIMÔNIO DE CURITIBA E COMO ESTAS PODEM AUXILIAR NA RECUPERAÇÃO DE OUTRAS ÁREAS DE INTERESSE TURÍSTICO.

Entrevistado 1	Conduzido pela Secretaria de meio ambiente e natura no começo deste ano, como parceiro privado.
Entrevistado 2	Não tenho conhecimento.

FONTE: A autora

Esta questão foi apenas para saber se o poder público possui conhecimento desta parceria que ocorreu em Curitiba e como se pode perceber metade dos entrevistados conhece a parceria realizada para revitalizar o Jardim Botânico e a outra metade desconhece tal acontecimento.

QUADRO 12 – CONHECE A LEGISLAÇÃO EXISTENTE PARA ESTAS PARCERIAS? EM CASO POSITIVO CONSIDERA QUE ESTA BENEFICIA AS ENTIDADES PÚBLICAS?

Entrevistado 1	<u>LEI Nº 11.079, DE 30 DE DEZEMBRO DE 2004.</u> Sim, porém é importante atentar para os prazos e forma da parceria.
Entrevistado 2	Sim, em linhas gerais. Vejo as PPP's como opção de investimento para as entidades privadas, e como todo investimento, há riscos, para ambas as partes envolvidas. Por isso as marcas regulatórias definidas pela Administração pública devem estar bem definidas, para equilibrar os riscos e prejuízos entre a

	Administração Pública e a Iniciativa privada. Creio que a parceria, PPP, ideal é aquela em que ambos são beneficiados, para poderem juntos continuar andando de mãos dadas. No que tange ao Turismo, creio que o mercado ainda é receoso, tímido, neste tipo de investimento, contudo aquele que tiver visão, e acreditar na força do Turismo, terá a sua disposição um leque de oportunidades.
--	---

FONTE: A autora

Através desta questão buscou-se verificar o conhecimento dos entrevistados a respeito da legislação existente para as parcerias público-privadas, e todos responderam positivamente a esta pergunta. Interessante ressaltar que explicaram um pouco sobre esta, mas também acrescentaram outras informações, como a maneira que esta pode auxiliar no turismo, mesmo sendo ainda pouco utilizada, será essencial sua utilização a longo prazo.

3.1.2.1.2 Entrevistas com a iniciativa privada

Seguem abaixo os quadros com as respostas dos entrevistados e posterior conclusão sobre o que se compreendeu a partir das respostas obtidas.

QUADRO 13 – O QUE VOCÊ ENTENDE POR PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS?

Entrevistado 3	São empreendimentos realizados em parcerias entre o poder público e a iniciativa privada (empresários). Empreendimentos que às vezes são provocados pela iniciativa privada e que envolvem investimentos da iniciativa privada que de alguma forma se ressarce desse investimento.
Entrevistado 4	Entendo de duas maneiras: 1ª) de forma ampla – significa um processo de cooperação entre os setores público e privado visando o desenvolvimento de programas, projetos e ações que promovam o desenvolvimento e a qualidade de vida. 2ª) de forma como a lei das parcerias públicas e privadas – é um contrato ou acordo (portanto formal) estabelecido entre os poderes público e privado visando a implantação ou gestão, de todo ou em parte, de serviço, empreendimentos e atividade de interesse público. A parceria público-privada deverá obedecer a certas diretrizes tais como a eficiência da missão do Estado e do emprego de recursos; respeito aos interesses do público e das entidades privadas incumbidas de sua

	execução; indelegabilidade das funções de regulação, jurisdicional e do exercício de polícia; responsabilidade fiscal; transparência dos procedimentos e decisões; repartição dos riscos e sustentabilidade financeira.
--	---

FONTE: A autora

Esta questão buscou verificar quais são os conhecimentos que a iniciativa privada possui sobre as parcerias e como se pode perceber as pessoas entrevistadas têm plena noção do que seriam estas parcerias, tanto no sentido geral das parcerias quanto no âmbito legislativo das mesmas. Como todos responderam afirmativamente a questão percebe-se que poderão contribuir para o restante da entrevista, visto que possuem diversos conhecimentos sobre as parcerias público-privadas.

QUADRO 14 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O TURISMO? SIM () NÃO () POR QUE?

Entrevistado 3	SIM (X) NÃO () São oportunidades, através das parcerias público-privadas se consegue criar novas oportunidades de mercados de trabalho, novas áreas de investimentos. Um exemplo que se tem é em Maringá, onde o prefeito está investindo nesta área. Este prefeito sabe que a possibilidade de uma prefeitura é limitada, então ele investe em estudos para o desenvolvimento de oportunidades de negócio, sempre com o foco de que estes empreendimentos se viabilizem através de parcerias público-privadas (parcerias com empreendedores).
Entrevistado 4	SIM (X) NÃO () Sim, por que as PPP's constituem-se em alternativa de investimento em setores de interesse público e que oferecem oportunidade de redução do risco de investimentos de capital, em obras que não são auto sustentáveis ou cujo retorno de investimento é de difícil previsão, através das contrapartidas ofertadas pelo setor público.

FONTE: A autora

Através desta questão buscou-se avaliar qual o grau de importância dado pelos entrevistados para a realização destas parcerias para a iniciativa privada, e o que se percebe é que estes a consideram de extrema importância. O que mais ressaltaram foi que as parcerias público-privadas são acima de tudo grandes

oportunidades de investimento e que estas possuem uma redução do risco de investimentos de capital. A iniciativa privada pode ainda auxiliar a manutenção de um atrativo, por exemplo, pois como citado pelo entrevistado, muitas vezes o poder público pode construí-lo, mas não consegue mantê-lo.

QUADRO 15 – QUAIS SÃO OS MAIORES BENEFÍCIOS DESTAS PARCERIAS? E QUAIS SÃO OS MAIORES PROBLEMAS EM UTILIZÁ-LAS?

Entrevistado 3	<p>Vantagens - possibilidade de se viabilizar empreendimentos que de outra forma não poderiam ser feitos, se não fosse pela parceria público-privada;</p> <p>Pode ser dada uma oportunidade de negocio para um empreendedor e ele pode canalizar uma parte desta renda para uma área pública, construir uma praça, um centro cultural, sendo que isto beneficia o poder público, pois este ganha um novo produto a custo zero.</p> <p>Desvantagens – dificuldade no processo de gerenciamento destas parcerias, sendo que órgãos públicos menores ou com equipe técnica mais limitada às vezes não possuem uma mentalidade de negócio ou de gerenciamento, além de que existem poucas pessoas aptas a gerenciar uma equipe deste porte. O que acaba ocorrendo é que um secretário ou prefeito acabam acumulando esta tarefa de gerenciamento, e isto complica bastante, pois estes possuem outras atribuições, sendo que num projeto destes muitas pessoas estão envolvidas, por exemplo, o dono da idéia, a pessoa que tem o dinheiro, o construtor, dentre outros.</p>
Entrevistado 4	<p>Os maiores benefícios estão associados à alavancagem de recursos econômicos e financeiros para aplicação em setores/ projetos de interesse público, portanto ações em que a comunidade ou sociedade é beneficiada diretamente. Essa alavancagem possibilita ao poder público multiplicar a quantidade de investimentos projetos e ações de interesse eminentemente público.</p>

FONTE: A autora

Buscou-se descobrir com essa questão quais as vantagens e desvantagens oriundas através das parcerias público-privadas. O que se percebe é que um dos entrevistados citou diversos benefícios, mas nenhuma desvantagem, ressaltando o fato de que as parcerias poderiam ser mais utilizadas pelas inúmeras vantagens que estas trazem para o poder público, iniciativa privada e sociedade em geral. Ainda foram ressaltados aspectos de que estas parcerias viabilizariam projetos que não

seriam possíveis sem o seu auxílio, auxiliariam o poder público pelo fato de obter diversas vantagens através de um custo zero. Por outro lado, uma desvantagem citada foi a dificuldade de gerenciamento entre as partes envolvidas na parceria, visto que são entidades diferentes tendo que gerenciar um mesmo projeto e entrar em acordo por diversas vezes. Segundo um dos entrevistados há dificuldade em encontrar pessoas aptas a trabalhar como coordenador de um projeto deste porte.

QUADRO 16 – VOCÊ CONSIDERA AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS IMPORTANTES PARA O TURISMO? SIM () NÃO () POR QUE?

Entrevistado 3	<p>SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>)</p> <p>Com certeza, visto que se pode ter um atrativo, mas precisam transformá-lo em um produto completo, precisa de toda uma infra-estrutura, equipamentos, restaurantes, hotéis e estrutura de apoio ao turismo. Quando se fecha um investimento deste tipo é essencial que haja um acordo entre a iniciativa privada e o poder público, um não funciona sem o outro. É preciso chamar o empresário, empreendedor antes de elaborar todo o projeto para verificar seu interesse, senão este pode não gostar de um projeto que já esteja todo formulado. É preciso que todo o processo seja planejado, pois assim é possível trabalhar em parceria deixando as coisas claras dos dois lados, visto que há o interesse público de que o desenvolvimento aconteça e uma oportunidade de geração de lucro para os empreendedores.</p>
Entrevistado 4	<p>SIM (<input checked="" type="checkbox"/>) NÃO (<input type="checkbox"/>)</p> <p>Não há crescimento econômico e nem desenvolvimento sem investimentos. As PPP's podem se transformar em excelente instrumento de políticas públicas para a alavancagem de recursos e aplicação na dinamização da atividade turística</p>

FONTE: A autora

Através desta questão buscou-se verificar se os entrevistados consideram as parcerias público-privadas como importantes para a atividade turística, e o que se percebeu é que estas parcerias são bastante importantes e podem viabilizar diversos produtos turísticos. Consideraram estas essenciais para criação de oportunidades e alavancagem de recursos para o desenvolvimento da atividade. Através de exemplos, um dos entrevistados ressaltou a importância das parcerias, pois segundo este o poder público é responsável por organizar o roteiro e a iniciativa

privada deve desenvolver os empreendimentos turísticos deste, como restaurantes, bares, hotéis, dentre outros. Ressaltaram também que se deve buscar o empresário para apresentar a proposta que será desenvolvida para ver o interesse deste e não esperar para mostrar o projeto só quando este já estiver pronto.

QUADRO 17 – O TURISMO DEVERIA SE UTILIZAR MAIS DAS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS? SIM () NÃO () POR QUE?

Entrevistado 3	<p>SIM (X) NÃO ()</p> <p>Sim, pois há lugares em que o turismo é visto como um negócio e aí sim o trabalho funciona bem, visto que na maior parte das vezes as estruturas públicas se preocupam apenas em vender os locais, mas não se preocupam com os investimentos, em ter uma parceria de negócios, esse ponto ainda precisa ser amadurecido, pois não acontece muito. Um exemplo são os norte-americanos que trabalham bem em parcerias, sabem utilizá-las ao máximo e as usam como oportunidades de negócios. O Brasil possui produtos muito mais bonitos e interessantes e não sabe utilizá-los.</p>
Entrevista 4	<p>SIM (X) NÃO ()</p> <p>Sem dúvidas.</p> <p>Não há crescimento econômico e nem desenvolvimento sem investimentos. As PPP's podem se transformar em excelente instrumento de políticas públicas para a alavancagem de recursos e aplicação na dinamização da atividade turística.</p> <p>Imagine um município que possui ativos relacionados à atividade turística e que não são aproveitados, que estão ociosos ou estão em desuso. As PPP's podem ser um instrumento de estímulo à entrada de capital e de gestão privada que tenderão a dinamizar a atividade naquele local.</p>

FONTE: A autora

Nesta questão buscou-se verificar se os entrevistados consideraram importante a utilização destas parcerias no turismo, uma maior utilização destas para a atividade. Segundo um dos entrevistados, as parcerias público-privadas poderiam ser utilizadas como políticas públicas para cada vez mais alavancar a atividade turística. Ainda há o destaque para os norte-americanos, segundo um dos entrevistados, estes se utilizam bem deste recurso, e no Brasil possuímos muito mais riquezas e o turismo acaba não as utilizando.

QUADRO 18 - TEM CONHECIMENTO DO CASO DO JARDIM BOTÂNICO? EM CASO AFIRMATIVO, O QUE SABE A RESPEITO DO CASO? RELACIONE A IMPORTÂNCIA DA PARCERIA PARA A REALIZAÇÃO DA RESTAURAÇÃO DESTE PATRIMÔNIO DE CURITIBA E COMO ESTAS PODEM AUXILIAR NA RECUPERAÇÃO DE OUTRAS ÁREAS DE INTERESSE TURÍSTICO.

Entrevistado 3	É uma forma de parceria diferenciada, pois se trata de praticamente um patrocínio. O que se percebe com esse exemplo é que muitas vezes o poder público consegue construir as estruturas, mas não tem como mantê-las. No caso de Curitiba que possui muitos parques que atendem tanto à população quanto aos turistas é essencial uma obra deste tipo. Para a empresa patrocinadora há muitas vantagens, pois associa sua imagem a um empreendimento deste porte, sendo interessante para ela que este equipamento esteja bem conservado. Para a prefeitura também interessa a realização deste trabalho, tem-se então um ganho mútuo.
Entrevistado 4	Infelizmente, como resido em Cascavel, desconheço a ação que está sendo feita em Curitiba. Desejo sucesso!

FONTE: A autora

Nesta questão procurou-se verificar se os entrevistados possuíam conhecimento sobre o caso do Jardim Botânico e da parceria realizada. Percebeu-se que metade conhece esta ação realizada em Curitiba e ressaltou a importância desta parceria, pois muitas vezes o poder público consegue construir um local como o Botânico, mas tem dificuldades na sua manutenção, e iniciativas como desta parceria facilitam a reforma de ponto de interesse. A outra metade entrevistada desconhece esta ação, pois não reside na cidade de Curitiba.

QUADRO 19 – CONHECE A LEGISLAÇÃO EXISTENTE PARA ESTAS PARCERIAS? EM CASO POSITIVO, CONSIDERA QUE ESTA BENEFICIA AS ENTIDADES PRIVADAS?

Entrevistado 3	Desconheço a legislação existente, sei apenas aquilo que vejo publicado em jornais.
Entrevistado 4	Conheço a lei através de leitura e do projeto que foi encaminhado ao Congresso Nacional.

	Quanto a ser benéfica ou não, deve-se avaliar aos resultados que apresentou até o momento.
--	--

FONTE: A autora

Através desta questão buscou-se descobrir se os entrevistados possuíam conhecimento sobre a legislação existente para as parcerias. Notou-se que metade conhece mais sobre a legislação existente e a outra metade conhece superficialmente, apenas da leitura de jornais e notícias que acompanha.

3.2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após realizar todas estas pesquisas foi possível perceber que todos consideram importantes as parcerias público-privadas, tanto para o setor público, entidades privadas e o turismo. Percebe-se que estas acabam não sendo tão utilizadas devido a algumas dificuldades, como a falta de pessoas aptas a gerenciar este projeto, a falta de incentivo para a realização deste tipo de projeto, o fato de que normalmente são projetos a longo prazo e muitas vezes o investidor quer o retorno de maneira imediata, a falta de políticas públicas relacionando o turismo e as parcerias público-privadas, dentre outras questões. Pode-se concluir ainda, pelas respostas dos entrevistados, que este tipo de parceria é uma grande oportunidade, mas que precisa ser melhor utilizada e mais divulgada para propiciar maiores benefícios à atividade turística. Durante o estudo de caso percebeu-se também que os benefícios trazidos ao ponto revitalizado – Jardim Botânico – e a cidade beneficiada, Curitiba foram grandes, como a restauração de um ponto importantíssimo para a capital paranaense, além de mostrar um atrativo com uma melhor imagem para os visitantes. Sendo interessante também para a empresa privada, no caso a Natura, pois esta obteve o retorno de seu investimento em divulgação no próprio atrativo, sendo que atualmente diversas placas da Natura encontram-se espalhadas no Jardim Botânico.

Ao realizar toda esta análise conclui-se que a principal necessidade é mostrar as pessoas como as parcerias público-privadas funcionam e o que estas podem trazer de positivo para aqueles que trabalharem com ela. Todos as consideram importantes, mas não possuem a devida informação de com o utiliza-las, por isto

sugere-se a criação de um curso que conscientize as pessoas de como as parcerias público-privadas serão benéficas se utilizadas de maneira correta.

4 PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS NO TURISMO

Após realizar as pesquisas percebe-se que os entrevistados possuem algumas informações sobre as parcerias público-privadas e reconhecem sua importância para a atividade turística, mas não sabem exatamente como colocá-la em prática, pois muitas vezes não há o devido incentivo de como se realizar este trabalho.

Devido a isto se sugere como projeto a realização de um curso que trate do seguinte tema: Parcerias Público-Privadas no Turismo, como estas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento?

O principal objetivo deste curso é apresentar às pessoas interessadas em atuar na área das parcerias público-privadas como estas podem ser trabalhadas de maneira a favorecer tanto o poder público, a iniciativa privada e a localidade em que ocorrerá a parceria, pois se estas parcerias forem trabalhadas de maneira adequada elas trarão inúmeros benefícios a todos os envolvidos.

4.1 CONCEITO

O projeto do curso “Parcerias Público-privadas. Como estas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento? visa conscientizar os participantes sobre a importância das parcerias público-privadas, como funcionam e como podem ser utilizadas para o desenvolvimento de seus negócios, com o máximo de eficácia, agregando benefícios para ambos – poder público e iniciativa privada.

A idéia principal do projeto é mostrar que as parcerias público-privadas podem ser utilizadas de maneira ampla, trazendo vantagens a todos os envolvidos, especialmente devido à realização de ações que não poderiam ser realizadas sem o uso dessas parcerias.

O local de início de realização deste curso será a cidade de Curitiba, sendo utilizada como um “projeto-piloto”, podendo posteriormente ampliar o curso para demais cidades do Paraná.

4.2 GESTÃO

Para efetivar a realização deste curso será firmada uma parceria entre a empresa privada Farah Service e o Órgão Oficial Municipal de Turismo de Curitiba, Instituto Municipal de Turismo – Curitiba.

QUADRO 20 – PAPÉIS DOS GESTORES DA EMPRESA

Empresa/Pessoa Física	Função/Cargo
Farah Service	<ul style="list-style-type: none"> • realização do curso; • pagamento dos custos do projeto - criação e elaboração do material do curso, tanto da apostila quanto da apresentação; • elaboração do material de divulgação e instrucional do curso; • <i>feed-back</i>;
Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • realização do curso; • cessão do espaço; • oferecimento de <i>coffe-break</i> aos participantes; • utilização de seu <i>mailing</i> para divulgação do curso.

Fonte: A autora

4.2.1 Farah Service

A escolha da empresa Farah Service para a realização deste curso se deu em função do histórico da empresa em realizar parcerias para viabilizar projetos nas mais diversas áreas, sendo renomada para tratar deste assunto.

Já há 19 anos a empresa trabalha com o conceito de desenvolvimento sustentável de marcas, realizado através do Marketing de Responsabilidade Social, permitindo que as empresas trabalhem modificando seu entorno.

Trazer benfeitorias de cunho sócio-ecológico à sociedade através de parcerias com empresas que desejam aprimorar sua Responsabilidade Social e divulgar sua marca, de maneira diferenciada, em centros urbanos é a missão da Farah Service, que como percebido reitera a importância das parcerias realizadas para efetivar os projetos desejados.

Nos últimos cinco anos a empresa realizou cerca de 220 projetos, alguns exemplos:

- ✓ Restauo do Monumento às Bandeiras, patrocinado pela Unilever / Lipton.
- ✓ Restauo do Monumento Obelisco, patrocinado pela Claro.
- ✓ Restauo do Parque da Independência, patrocinado pelo Banco Real.
- ✓ Revitalização do Jardim Botânico de Curitiba, incluindo o Restauo da Estufa de Ferro e Vidro, sistema de Irrigação do Jardim Francês; Cerca do Capão Natural e toda manutenção, patrocinado pela Natura.
- ✓ Realização do Projeto Cine-Emoção, um caminhão que se transforma em cinema com capacidade para mais de 90 pessoas - através da Visa-Net, por todo Brasil.
- ✓ Exposição cultural da Bayer no Ministério da Agricultura em Brasília.
- ✓ Quiosques de acesso gratuito à internet, em aeroportos, estações de trem e ônibus de Nova Iorque.

A principal ferramenta da empresa para poder realizar todos estes trabalhos em consonância com empresas parceiras é a existência de uma equipe própria formada por profissionais capacitados e aptos a trabalhar dessa maneira.

A importância dada à revitalização realizado no Jardim Botânico em Curitiba fica evidente nas explicações ditas no *site*, em que se afirma que o Jardim Botânico é um dos principais cartões-postais da cidade, possui um centro de pesquisas com enfoque em educação ambiental, além de ter como principal atração a estufa de ferro e vidro de 450 m², soma-se a tudo isso a existência de serviços variados, pistas de corrida e o Museu Botânico. A Farah Service, juntamente com a Secretaria de Meio Ambiente de Curitiba, projetou a restauração da estufa de ferro e vidro, além

de diversas outras restaurações, projeto este feito também em parceria com a Natura Cosméticos, que patrocinou a realização deste restauro.

Além de trabalhar no Brasil a Farah Service possui escritórios também nos Estados Unidos da América. Oferecendo diversos serviços também neste país, como quiosques para informações instalados em cerca de 25 aeroportos, terminais de ônibus, estações de trem, dentre outros locais.

A Farah Service tem noção da importância que a prática da responsabilidade social tem tomado ao longo desses últimos anos, sendo que as empresas cada vez mais estão preocupadas em atuar nesse sentido e auxiliar o desenvolvimento sustentável nas comunidades em que atuam. O fato de trabalharem realizando um projeto e posteriormente divulgando sua marca faz com que tenham maior visibilidade e atraiam mais consumidores, enfim o fato de uma empresa trabalhar em parceria acaba por valorizar sua marca e trazer uma gama de benefícios inesgotáveis.

A Farah Service tem sua sede localizada na cidade de São Paulo, na Rua Gumercindo Saraiva, 54, no Jardim Europa. Seu telefone é o (11) 3086-0141 e seu e-mail é farahservice@farahservice.com.br, possui também um site: www.farahservice.com.br, facilitando seu contato e sua divulgação.

A autora deste trabalho atuará como consultora da empresa, no desenvolvimento do mesmo.

4.2.2 Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo

O Instituto Municipal de Turismo é o órgão Oficial Municipal de Turismo de Curitiba e foi escolhido para ser parceiro deste curso devido ao seu interesse de que ocorram parcerias público-privadas na cidade de Curitiba voltadas ao turismo, pois estas supririam a escassez de recursos existentes para investimentos nesta área.

O Instituto possui como missão promover o turismo sustentável em Curitiba, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico da população.

Ainda é bastante recente a sua criação, visto que existe há apenas dois anos, mas buscou realizar ao longo deste período diversos projetos concernentes ao turismo na cidade, como a participação em grandes eventos e a divulgação da cidade através de materiais ilustrativos, reportagens e do site institucional. Além de

ser responsável pelas feiras de Arte e Artesanato de Curitiba e também pela administração e fornecimentos de materiais aos postos de informações de Curitiba, excetuando aqueles que são parcerias com a iniciativa privada, sendo que as próprias subsidiam seus postos, utilizando-se apenas da informação dada pelo Instituto.

O Instituto Municipal de Turismo localiza-se na Rua da Glória, 362, 2º andar – Centro Cívico. O telefone para contato é o (41) 3250-7721, o *e-mail* é: turismoserv@turismo.curitiba.pr.gov.br e o site, www.viaje.curitiba.pr.gov.br.

4.2 OBJETIVOS

4.2.1 Objetivo Geral

Realizar um curso visando conscientizar os participantes de que as parcerias público-privadas podem ser utilizadas de maneira intensiva no turismo, suprimindo a escassez de recursos existentes, além de potencializar a criação de novos produtos ou a revitalização daqueles já existentes.

4.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Proporcionar conhecimento sobre as parcerias público-privadas;
- ✓ Mostrar os benefícios advindos da utilização das parcerias público-privadas;
- ✓ Aumentar a utilização das parcerias público-privadas no turismo;
- ✓ Atingir segmentos variados do turismo, para que estes possam redistribuir a informação aprendida no curso.

4.3 JUSTIFICATIVA

A realização deste curso se justifica pelo fato de que, as pessoas – físicas e jurídicas, possuem interesse em realizar seu trabalho utilizando a parceria público-privada, mas não recebem o devido incentivo para que isto ocorra, além do fato de que não há profissionais aptos a gerenciar projetos desse porte.

Para que estas parcerias sejam mais utilizadas há necessidade de pessoas capazes de realizar tais projetos, sendo que o poder público tem papel crucial nesta ação, visto que “os munícipes, os gestores locais e os servidores municipais revestidos do espírito empreendedor podem oferecer soluções diferenciadas e alternativas peculiares para os municípios, para as prefeituras e para as organizações públicas” (REZENDE, 2006, p. 15). Através desta afirmação reitera-se que há necessidade de um projeto novo, buscando as parcerias público-privadas como base, e que o poder público tendo visão empreendedora poderá atrair empresas interessadas em ingressar na realização de diversos projetos.

Assim há necessidade da existência de um canal de comunicação, neste caso o curso, que possa mostrar todos os benefícios trazidos aos envolvidos nestas parcerias, além de mostrar exemplos que deram certo ao serem realizados dessa maneira, para que cada vez mais parcerias público-privadas sejam realizadas na área do turismo.

A escolha de Curitiba para iniciar este projeto de conscientização sobre a importância das parcerias público-privadas para o turismo deve-se especialmente às últimas parcerias realizadas na cidade que contam com o apoio da Prefeitura e de entidades privadas diversas. Na primeira semana de Outubro de 2006 o Prefeito Beto Richa sancionou a Lei das Parcerias Público-Privadas, tornando Curitiba a segunda cidade do Brasil, além de São Paulo a ter um programa específico de PPP's. Diversas áreas poderão ser beneficiadas com a utilização destas parcerias, sendo que a manutenção dos Parques e investimentos no setor de transportes são um bom exemplo. Segundo o Prefeito Beto Richa, “o programa das PPP's amplia a possibilidade de captar recursos, dentro de uma visão moderna de gestão, que aumenta a oferta de serviços, sem se descuidar da qualidade do que é oferecido à sociedade”.⁵⁰

O programa municipal baseia-se na Lei Federal, nº 11.079/04, com adaptações que tornam viáveis os investimentos locais, por exemplo, o investimento inicial que é de R\$ 2 milhões, aumentando o leque de possibilidades para recursos municipais. Interessante ressaltar que os projetos podem ser sugeridos tanto pelo município quanto pela iniciativa privada, logicamente haverá uma análise por parte

⁵⁰ In <http://www.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=6820>

da Comissão de Gerência do Programa Municipal de Parcerias Público-Privadas, além de uma análise técnica e de viabilidade, aí sim a proposta poderá ser implementada.

A Farah Service foi escolhida para participar do projeto por possuir grande experiência na área de parcerias público-privadas, além de ter sido a responsável pela elaboração do projeto de revitalização do Jardim Botânico, podendo passar toda sua experiência nesta área para os participantes do curso.

Já o Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo foi escolhido por ser órgão de turismo oficial da cidade, fazendo com que tenha grande interesse em que estas parcerias ocorram.

4.4 PÚBLICO-ALVO

Este curso possui dois grandes públicos, que serão considerados alvo: o poder público e a iniciativa privada. Buscam-se gestores públicos e empresários que tenham interesse em inovar, em utilizar as parcerias público-privadas como uma ferramenta de gestão constante, que trará benefícios a todos.

Diversos cursos podem ser realizados devido ao universo que pode ser atendido. Primeiramente poderá ser realizado com o poder público local, ou seja, secretarias e órgãos envolvidos com a atividade turística, designados pelo Instituto Municipal de Turismo, como a Secretaria Municipal de Meio Ambiente, a Fundação Cultural de Curitiba, a Secretaria Municipal de Comunicação Social, o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba, a URBS – Urbanização de Curitiba S.A., a Procuradoria Geral do Município, a Secretaria Municipal do Planejamento, a Secretaria Municipal de Finanças, dentre outros órgãos.

Já um segundo poderá ser feito com o Conselho de Turismo e um terceiro com a Associação Comercial de Curitiba. Outro ainda poderá ser realizado com empresas de consultoria e com o SEBRAE, como também com entidades representantes de diferentes segmentos turísticos.

O número máximo de participantes que assistirão ao curso será de vinte pessoas, sendo que este é um número razoável, visto que a sala tem capacidade para comportar estas pessoas de maneira confortável, interagir com os palestrantes, visto que um número menor de pessoas possibilita uma comunicação maior.

Interessante ressaltar que este é o número máximo, mas há possibilidade do curso ser realizado com um mínimo de quinze pessoas.

4.5 ORÇAMENTO

Os custos do projeto serão pagos pela empresa Farah Service e pelo Instituto Municipal de Turismo, segue detalhamento deste orçamento:

QUADRO 21 – ORÇAMENTO DO PROJETO

FONTES	DESCRIÇÃO	VALORES
Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo	<i>Coffe-break</i> para os participantes	R\$ 4,50 por pessoa R\$ 90,00 para 20 pessoas
Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo	Disponibilização de palestrante	R\$ 1.500 ao mês
Sub-total do Instituto Municipal de Turismo		R\$ 1.590,00
Farah Service	Disponibilização de palestrante	R\$ 2.500 ao mês
Farah Service	Aluguel de material multimídia	R\$ 300,00 - diária
Farah Service	Impressão das apostilas	R\$ 1400,00
Farah Service	Material de escritório	R\$ 100,00
Farah Service	Impressão dos folders	R\$ 500,00
Farah Service	Impressão das fichas de inscrição	R\$ 300,00
Farah Service	Impressão dos Certificados	R\$ 300,00
Farah Service	Pagamento a bacharel em publicidade e propaganda	R\$ 30,00 – hora técnica
Farah Service	Pagamento a consultora de turismo	R\$ 30,00 – hora técnica

Sub-total Farah Service	R\$ 5.460,00 (varia conforme a mudança nas horas técnicas)
--------------------------------	---

FONTE: A Autora.

Para a realização de cada curso, haverá necessidade das duas empresas parceiras investirem os valores citados anteriormente, havendo variação nas horas técnicas.

Serão comprados mil itens de cada material para que se possa armazená-los e utiliza-los aos poucos em cada palestra, pois comprando materiais e realizando impressões em grande quantidade o preço de venda será mais baixo.

4.6 METODOLOGIA

Os participantes deste curso assistirão a uma palestra com duração de 5 horas, que tratará, em resumo, das parcerias público-privadas e o turismo. Para poder participar deste curso todos receberão uma apostila. Ressalta-se que este material impresso foi baseado na apresentação que será feita, porém apresentado com maior detalhamento.

Para que todos possam visualizar o conteúdo deste curso segue abaixo um quadro mostrando o programa no mesmo, distribuído numa carga horária de cinco horas/aula.

QUADRO 22 – METODOLOGIA DO CURSO

TÓPICO ABORDADO	CARGA HORÁRIA	RESPONSÁVEL
Introdução	10 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento) e Instituto Municipal de Turismo
Conceito de Parcerias Público-Privadas referente à Legislação	20 min.	Farah Service
Conceito de Parcerias Público-Privadas em	20 min.	Farah Service

sentido amplo		
Histórico das Parcerias Público-Privadas no Reino Unido	20 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento)
Histórico das Parcerias Público-Privadas nos Estados Unidos da América	20 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento)
Histórico das Parcerias Público-Privadas no Brasil	30 min.	Farah Service
Poder Público	20 min.	Instituto Municipal de Turismo
Iniciativa Privada	20 min.	Farah Service
Turismo	20 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento) Instituto Municipal de Turismo
Turismo e as Parcerias Público-Privadas – Turismo	20 min.	Instituto Municipal de Turismo
Turismo e as Parcerias Público-Privadas - Benefícios	20 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento) Instituto Municipal de Turismo
Trabalhos realizados através das parcerias público-privadas – exemplo 01	20 min.	Farah Service
Trabalhos realizados através das parcerias público-privadas – exemplo 02	20 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento) e Instituto Municipal de Turismo
Trabalhos realizados através das parcerias	20 min.	Farah Service

público-privadas exemplo 03	–	
Maneiras de se utilizar as parcerias público-privadas	30 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento) e Instituto Municipal de Turismo
Equipe de trabalho	10 min.	Farah Service (Emanuelle Nascimento)

FONTE: A Autora.

4.6.1 Inscrições

Para participar do curso haverá necessidade de se inscrever, o que poderá ser feito se dirigindo ao Instituto Municipal de Turismo e preenchendo a ficha de inscrição, ou pelo telefone do Instituto (41) 3250-7721, preenchendo a ficha de inscrição apenas no dia do curso. Também será distribuído um *folder* divulgando a palestra e dentro deste se encontrará a ficha de inscrição, interessante ressaltar que as pessoas devem se inscrever com antecedência de, no mínimo, uma semana.

4.6.2 Período e Horário

O curso será realizado mensalmente, para que se verifique como foi a aceitação do público e se há mais interessados em participar, para que futuramente se ampliem as data de execução.

Será utilizado um dia de semana útil para a realização facilitando a participação de todos.

4.7 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

Depois de estruturado o curso e já sabendo como este será realizado, de qual maneira e por qual empresa, é preciso fazer a divulgação correta para que o público-alvo desejado seja atingido e deseje participar.

Para atingir este público o Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, será o responsável por selecionar empresas privadas e órgãos públicos que tenham

interesse em participar do curso, utilizando-se do seu *mailing*. Ainda serão utilizadas a Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Curitiba e também da empresa Farah Service, objetivando atingir um maior público.

Como o curso terá público-alvo dirigido, os *folders* serão distribuídos nos locais convenientes a cada curso, pretendendo dessa forma atingir ao público desejado para assistir ao evento.

4.8 RESULTADOS ESPERADOS

- ✓ Otimizar a utilização das parcerias público-privadas no turismo;
- ✓ Contribuir com a elaboração de novos produtos turísticos ou com a manutenção dos já existentes;
- ✓ Aumentar o grau de conhecimento sobre as parcerias público-privadas para os participantes do curso;
- ✓ Disseminar a importância das parcerias público-privadas para os órgãos competentes.

4.9 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

Após o término do curso será entregue uma ficha de avaliação para que os organizadores do curso saibam em que medida contribuíram para ampliar o conhecimento dos participantes e o que pode ser feito para aprimorar a qualidade dos próximos cursos a serem realizados. Além disso, será feito um acompanhamento por parte da Farah Service – através da consultora Emanuelle Nascimento e do Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo para que possam discutir pontos relevantes, que precisem ser inseridos ou alterados, visto que o tema é bastante dinâmico, por isso podem existir mudanças durante a execução do projeto.

Realizado o primeiro curso será feita toda uma análise sobre a continuidade que será dada ao projeto, primeiramente serão estudadas formas de ampliação, para que não seja utilizado apenas em Curitiba, mas sim em outras cidades do Estado, visto que é um tema interessante para ser trabalhado em outros municípios. Para esta expansão, o projeto será apresentado para a SETU, que poderá

apresentá-lo no Encontro Estadual dos Secretários e Monitores Municipais de Turismo e nas Oficinas do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, divulgando o tema das parcerias público-privadas relacionadas ao turismo em públicos potenciais, que podem vir a se utilizar destas parcerias. O projeto pode também ser apresentado para o SEBRAE, pois poderá inserir este curso em todos seus projetos de turismo do Paraná, como na Rota dos Tropeiros, nos Caminhos do Turismo Integrado ao Lago de Itaipu e no Litoral do Estado.

Ao final do curso todos os participantes receberão um certificado comprovando sua participação.

CONCLUSÃO

A cada ano que passa percebe-se que o turismo adquire maior importância e crescimento, visto que é utilizado como economia de base em diversas localidades. No Brasil esta importância é percebida a partir da criação do Ministério do Turismo, quando finalmente a atividade turística passou a ter um direcionamento específico quanto a programas, ações, projetos e políticas.

Após perceber a relevância desta atividade nota-se que muitas vezes ela acaba não recebendo a atenção adequada no que se refere aos investimentos que precisam ser feitos. Por isso há necessidade de se buscar maneiras de atrair recursos para que esta área receba incentivos para seu desenvolvimento.

Ao longo deste trabalho se analisaram estas e outras questões, que fizeram com que se pensasse em um projeto que poderia auxiliar o desenvolvimento turístico aliado a uma maneira de investimento que pode ser utilizada para ampliar os recursos existentes - as parcerias público-privadas.

No primeiro capítulo foram discutidas questões teóricas referentes a atividade turística, sendo que se destacaram conceitos essenciais para o embasamento deste trabalho. Concluiu-se que o turismo é uma atividade marcante, que tem se desenvolvido cada vez mais nos últimos anos e que através do planejamento turístico bem realizado é possível trazer diversos benefícios para esta atividade.

Já no segundo capítulo discutiu-se a conceituação do poder público e da iniciativa privada, além de sua importância para o desenvolvimento turístico do país, sendo que cada qual tem funções bem definidas - os órgãos públicos devem regulamentar e fiscalizar, e a iniciativa privada deve investir em empreendimentos e serviços que beneficiem o turismo. Ressaltou-se ainda o papel que cada qual possui para a realização das parcerias público-privadas e como estas podem auxiliar no desenvolvimento de cada entidade, somando a isso os benefícios trazidos para a atividade turística. Este capítulo discute também a parceria, seus conceitos básicos e vantagens e posteriormente a realização da parceria público-privada, seu histórico e exemplos que ocorrem no Brasil e no mundo. Através deste capítulo foi possível perceber que tanto poder público quanto a iniciativa privada têm papel primordial para o pleno funcionamento da atividade turística, além de mostrar a integração que

deve existir entre tais entidades para que a parceria público-privada possa ocorrer com maior freqüência.

O terceiro capítulo mostrou as pesquisas realizadas para dar embasamento ao trabalho. Primeiramente se analisou o estudo de caso referente à revitalização do Jardim Botânico em Curitiba que só foi possível devido à realização de uma parceria público-privada entre a Prefeitura de Curitiba e a Natura Cosméticos. Através deste exemplo foi possível perceber como funciona uma parceria deste tipo em âmbito amplo, mostrando todos os benefícios trazidos para a empresa e para a Cidade. Também foram analisadas as entrevistas, feitas tanto com representantes do poder público quanto da iniciativa privada para que fosse possível perceber qual a percepção de cada uma dessas entidades em relação às parcerias público-privadas. Notou-se que todos consideram as parcerias público-privadas importantes e que o turismo deveria se utilizar destas com maior freqüência, pois desta maneira poderia conseguir recursos para viabilizar diversos projetos que deixam de ser realizados freqüentemente. Através das pesquisas também foi possível perceber que há necessidade de incentivos para que as parcerias ocorram, pois atualmente não se vê muito essa prática. Em suma todos possuem interesse e consideram relevante a realização das parcerias público-privadas, mas não notam que existam estímulos para que elas ocorram, por isso a proposta desse trabalho foi de criar um curso que conscientize as pessoas do valor que as parcerias público-privadas podem ter para o turismo se forem bem aproveitadas.

O quarto capítulo trata da proposta deste trabalho, que se intitula: "Parcerias Público-Privadas. Como estas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento? – uma proposta de conscientização", com a realização de um curso que tratará sobre o tema parcerias público-privadas e turismo, mostrando a importância destas para desenvolver ainda mais a atividade turística no País. Neste capítulo foi mostrada toda a metodologia que será aplicada no curso, as empresas parceiras, como estas trabalharão para divulgar e apresentar o curso, além dos custos, dos tópicos que serão abordados e qual será o público-alvo. Justifica-se a escolha do curso, mostrando que este seria ideal para que as pessoas interessadas possam aprender mais sobre parcerias e ter seu interesse ampliado para utilizá-las, através de uma nova ferramenta de gestão. Quando ocorrer a operacionalização do curso deverá ser feita uma análise junto ao público alvo pretendido para verificar

quais são suas necessidades de informação sobre as parcerias, para incluir na execução do curso conceitos e exemplos que sejam úteis aos mesmos.

Sugere-se ainda um trabalho de conscientização para verificar o grau de conhecimento da comunidade em relação às parcerias público-privadas, pelo fato de que a população precisa compreender a importância destas parcerias e seu funcionamento, para que as aceitem e entendam porque elas podem ser benéficas a todos os envolvidos: poder público, iniciativa privada e a ela mesma.

Outra questão que precisa ser analisada trata sobre a continuidade deste projeto, principalmente no que se refere às mudanças políticas existentes, visto que os próximos governantes não devem deixar projetos inacabados, acarretando prejuízos para a população do local. Deve-se então ter precauções através da elaboração de documentos bem fundamentados e negociações plausíveis.

Ressalta-se que este é um “projeto-piloto”, iniciado em Curitiba, mas poderá se estender para todo Paraná, através da realização de parcerias com a Secretaria de Estado de Turismo e também com o SEBRAE, fazendo com que dessa maneira várias pessoas possam compreender a importância destas parcerias e a maneira de utilizá-las em seus negócios, sejam públicos ou privados.

REFERÊNCIAS

ALBANEZ, P. Propostas para o envolvimento da iniciativa privada com o programa de regionalização do turismo no Paraná. 103 pgs. (Projeto de Conclusão de Curso) Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, 2004.

BAHL, M. Turismo e eventos. Curitiba: Editora Protexoto, 2004.

BAHL M.; MARTINS R. C. R.; MARTINS S. F. (org.) O turismo como força transformadora do mundo contemporâneo. São Paulo: Roca, 2005.

BAHL, M.(org.) Perspectivas do Turismo na Sociedade Pós-Industrial. São Paulo: Roca, 2003.

BARRETO, M. Planejamento e Organização em Turismo. Campinas, SP: Papirus, 1991.

_____, _____. Turismo, políticas públicas e relações internacionais. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BENI, M. C. Análise estrutural do turismo. São Paulo: Editora Senac, 2003.

BENI, M.C. Análise estrutural do turismo. São Paulo: Editora Senac, 1998.

BEZERRA, D. M. F. (org.) Planejamento e Gestão em Turismo. São Paulo: Roca, 2003.

BRASIL. Parcerias Público Privadas: Lei nº. 11.079, de 30 de Dezembro de 2004. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2004.

CUNHA, L. Economia e política do turismo. Lisboa: McGraw-Hill, 1997.

FECOMÉRCIO/PR. Revista Fecomércio. Curitiba: Ano VII nº 56 jun/jul, 2006.

HALL, C. M. Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2004.

IGNARRA, L. R. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2002.

JUNIOR, J. G. P. (org.) Documento do Encontro Preparatório/Paraná para o VIII Congresso Brasileiro da Atividade Turística – CBRATUR. Curitiba, PR, 2006.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. Introdução ao Turismo. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MOLINA S.; RODRIGUEZ S. Planejamento Integral de Turismo. Bauru, SP: Edusc, 2001.

OLIVEIRA, A. P. Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2002.

PEARCE, D. G.; BUTLER R. W. (org.) Desenvolvimento em Turismo. São Paulo: Contexto, 2002.

PETROCCHI, M. Gestão de pólos turísticos. São Paulo: Futura, 1998.

_____, _____. Turismo: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

RABAHY, W. Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. São Paulo: Manole, 2003.

REZENDE, D. A. Planejamento Estratégico Municipal: empreendedorismo participativo nas cidades, prefeituras e organizações públicas. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

SACCONI, L. A. Minidicionário Sacconi da Língua Portuguesa. São Paulo: Atual, 1996.

SETU. Orientação para gestão municipal. Curitiba, PR, 2006.

SUNDFELD, C. A. (org.) Parcerias Público-Privadas. São Paulo: Malheiros Editores Ltda, 2004.

YAZIGI, E. Civilização urbana: planejamento e turismo. São Paulo: Contexto, 2003.

YÁZIGI, E.; ALESSANDRI, A. F.; CRUZ, C. R.C. A. (org.) Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1999.

CURITIBA. Criação do Instituto Municipal de Turismo – CURITIBA TURISMO: Lei nº . 11.408, de 10 de Maio de 2005. Curitiba: Câmara Municipal de Curitiba, 2005.

Câmara aprova as Parcerias Público-Privadas. Prefeitura Municipal de Curitiba.

Disponível em:

<http://www.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=6738>>. Acesso em: 22 out. 2006.

Chuva frustra solenidade no Botânico. SERÁPIO, P. Disponível em:

<http://www.cib.org.br/midia.php?ID=15408&data=20060310>>. Acesso em: 25 abr. 2006.

Jardim Botânico em reforma até março. Gazeta do Povo. Disponível em:

<http://www.cop8mop3.org.br/cms/index.php?lid=&sl=&cid=18&itid=27>>. Acesso em: 25 abr. 2006.

Obra na Estufa do Jardim Botânico, em Curitiba/PR exige cuidado especial.

Prefeitura Municipal de Curitiba. Disponível em:

<<http://www.ambientebrasil.com.br/noticias/index.php3?action=ler&id=22648>>.

Acesso em: 25 abr. 2006.

Revitalizado, Jardim Botânico é aberto ao público. Secretaria Municipal de

Comunicação Social de Curitiba. Disponível em:

<<http://centro-civico.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=3932>>. Acesso em: 25 abr.

2006.

Da colaboração à parceria. ADULIS, D. Disponível em:

<http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_tmes_maio2002.cfm>. Acesso em:

17 mai. 2006.

Parceria privada viabiliza gestão. Folha do Estado On-line. Disponível em:

<http://www.folhadoestado.com.br/index1.php?canal_id=19&diretorio=economia&pagina=&mat_id=120045>

Acesso em: 17 mai. 2006.

Parcerias e alianças estratégicas: uma abordagem. NOLETO, M. J. Disponível em:

<http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_tmes_junho2003.cfm>. Acesso

em: 18 mai. 2006.

Parcerias – Noções Gerais. VALARELLI, L. L. Disponível em:

<http://www.rits.org.br/gestao_teste/ge_testes/ge_mat01_parc_parctxtpag0.cfm>.

Acesso em: 22 mai. 2006.

Secretaria Municipal do Meio Ambiente. Prefeitura Municipal de Curitiba. Disponível

em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br>> Acesso em: 22 mai. 2006

SIGIOR – Sistema de informação da gestão estratégica orientada para resultados.

SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sigior.sebrae.com.br>> Acesso em: 02 jun.

2006.

WIKIPÉDIA. A enciclopédia livre. Disponível em:

<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Curitiba>>. Acesso em: 05 jun. 2006.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO/ PARANÁ TURISMO. Disponível em:

<<http://www.turismo.pr.gov.br>>. Acesso em: 12 nov. 2006.

Richa sanciona as Parcerias Público-Privadas. Secretaria Municipal de

Comunicação Social de Curitiba. Disponível em:

<<http://www.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=6820>>. Acesso em 12 nov. 2006.

CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Turismo no Brasil 2007/2010. Brasília, 2006.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – MODELO DE ENTREVISTA COM O PODER PÚBLICO.....	78
APÊNDICE 2 – MODELO DE ENTREVISTA COM A INICIATIVA PRIVADA.....	80
APÊNDICE 3 – <i>FOLDER</i> DE DIVULGAÇÃO.....	81
APÊNDICE 4 – FICHA DE INSCRIÇÃO.....	82
APÊNDICE 5 – CERTIFICADO.....	83
APÊNDICE 6 – FICHA DE AVALIAÇÃO.....	84
APÊNDICE 7 – <i>SLIDES</i> DO CURSO.....	85
APÊNDICE 8 – APOSTILA DO CURSO.....	94

APÊNDICE 1 – MODELO DE ENTREVISTA COM O PODER PÚBLICO

ENTREVISTA REFERENTE AO PROJETO DE “PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO” ENTIDADE PÚBLICA

- Nome:

- Empresa/ Entidade:

- Função/ Cargo:

1. O que você entende por parcerias público-privadas?
2. Você considera as parcerias público-privadas importantes para o setor público? SIM () NÃO () Por que?
3. Quais os maiores benefícios destas parcerias? E quais são os maiores problemas em utilizá-las?
4. Você considera as parcerias público-privadas importantes para o turismo? SIM () NÃO () Por que
5. O turismo deveria se utilizar mais das parcerias público-privadas? SIM () NÃO () Por que?
6. Caso tenha respondido a anterior positivamente, de que maneira pode ser feito para que estas parcerias funcionem de maneira mais efetiva no turismo?
7. Há incentivos para realizar estas parcerias no turismo?
8. Tem conhecimento do caso do Jardim Botânico? Em caso afirmativo, o que sabe a respeito do caso? Relacione a importância da parceria para a

realização da restauração deste patrimônio de Curitiba e como estas podem auxiliar na recuperação de outras áreas de interesse turístico.

9. Conhece a legislação existente para estas parcerias? Em caso positivo, considera que esta beneficia as entidades públicas?

APÊNDICE 2 – MODELO DE ENTREVISTA COM A INICIATIVA PRIVADA
ENTREVISTA REFERENTE AO PROJETO DE
“PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO”
ENTIDADE PRIVADA

- Nome:

 - Empresa/Entidade:

 - Função/ Cargo:
1. O que você entende por parcerias público-privadas?

 2. Você considera as parcerias público-privadas importantes para o setor privado? SIM () NÃO () Por que?

 3. Quais os maiores benefícios destas parcerias? E quais são os maiores problemas em utilizá-las?

 4. Você considera as parcerias público-privadas importantes para o turismo? SIM () NÃO () Por que?

 5. O turismo deveria se utilizar mais das parcerias público-privadas? SIM () NÃO () Por que?

 6. Fale o que você entende sobre a parceria para a realização da restauração do Jardim Botânico em Curitiba e como estas podem auxiliar na recuperação de outras áreas de interesse turístico.

 7. Conhece a legislação existente para estas parcerias? Em caso positivo, considera que esta beneficia as entidades privadas?

APÊNDICE 3 – FOLDER DE DIVULGAÇÃO

Parcerias
Público-Privadas no
Turismo

Viaje
CURITIBA
Instituto Municipal de Turismo


FARAH SERVICE



Como as Parcerias Público-Privadas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento.

Através desse curso você terá a possibilidade de verificar como as parcerias público-privadas se desenvolveram em nosso país e em diversos outros, conhecendo também a história dessas.

Com certeza você compreenderá o que são estas parcerias público-privadas, segundo a legislação e de maneira ampla, e como elas podem beneficiar seu trabalho. Sendo você tanto do poder público quanto da iniciativa privada, ressalta-se que ambos ganharão ao utilizar esta parceria.

Compreenda ainda como o turismo pode se beneficiar das parcerias público-privadas e porque elas são tão importantes para uma das atividades econômicas que mais se desenvolvem no planeta.

Veja também exemplos de como funcionaram as parcerias público-privadas em diversas localidades, tendo em comum o fato de sempre beneficiarem os locais atendidos, trazendo inúmeras vantagens aos envolvidos

PARTICIPE desse curso que será o primeiro passo para desenvolver seu trabalho!

Viaje
CURITIBA
Instituto Municipal de Turismo



APÊNDICE 4 – FICHA DE INSCRIÇÃO

Parcerias público-privadas:



FICHA DE INSCRIÇÃO

Parcerias
Público-privadas
no turismo

Curso a ser realizado no Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, no dia ___ de _____ de 2007, das 8h às 13h.

Entrega desta ficha - 1 semana de antecedência - e local do curso: Rua da Glória, 362/Térreo - Centro Cívico - Curitiba

Maiores informações: (41) 3250-7730

NOME:

TELEFONE:

ENDEREÇO:

R.G:

CIDADE/ESTADO:

CPF:

E-MAIL:

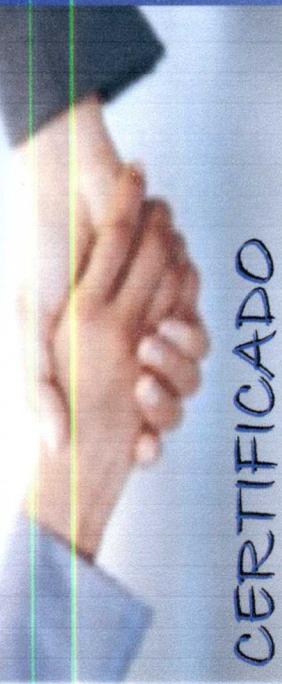
IDADE:

EMPRESA:

CARGO/FUNÇÃO:

PORQUE DESEJA PARTICIPAR DO CURSO?

Parcerias público-privadas:



CERTIFICADO

Farah Service e Instituto Municipal de Turismo de Curitiba
certificam que _____ participou do curso
de "Parcerias Público-privadas no turismo", realizado no dia
_____ de _____, na cidade de Curitiba-PR, com carga
horária de 5 (cinco) horas.

Farah Service

Instituto Municipal de
Turismo de Curitiba

Vajé

CURITIBA
Instituto Municipal de Turismo



FARAH SERVICE

APÊNDICE 6 – FICHA DE AVALIAÇÃO

Parcerias público-privadas:



FICHA DE AVALIAÇÃO

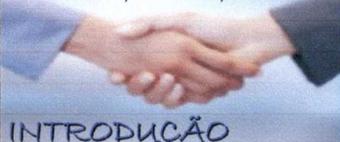
Parcerias
Público-privadas
no turismo

1. Você considera que o curso é passível de ser utilizado em sua empresa?
2. Foi possível compreender todo o conteúdo do curso?
3. Houve clareza na explanação do conteúdo?
4. O material distribuído conseguiu repassar todo o conteúdo?
5. O que você entende por parcerias público-privadas agora? Você as considera úteis a sua profissão e a sua empresa?
6. Por favor deixe seus comentários, críticas e sugestões para que possamos melhorar o curso!

Muito Obrigado pela
sua colaboração!

APÊNDICE 7 – *SLIDES* DO CURSO

Parcerias público-privadas:



INTRODUÇÃO

Parcerias Público-privadas no turismo

* Como elas podem favorecer a atividade turística e contribuir para o seu desenvolvimento?

* Este curso será o primeiro passo para um maior desenvolvimento do seu trabalho!



FARAH SERVICE

Parcerias público-privadas:



CONCEITO

Legislação

✓ Lei nº. 11.079

✓ Contrato administrativo de concessão, na modalidade patrocinada ou administrativa.

✓ Tem como objetivo a implantação e a oferta de empreendimento destinado ao uso da sociedade.

✓ Restrições

I - valor do contrato inferior a R\$ 20.000.000,00

II - período do serviço seja inferior a 5 (cinco) anos

III - objeto único fornecimento de mão-de-obra, fornecimento e instalação de equipamentos ou execução de obra pública.



FARAH SERVICE



CURITIBA
Instituto Municipal de Turismo

Parcerias público-privadas:



CONCEITO

Ampla

- ✓ Ocorre quando um município vai, de alguma forma, se beneficiar de algum insumo vindo da iniciativa privada
- ✓ Diversas formas de articulação entre setor público e iniciativa privada
- ✓ Ocorre por meio de arranjos que viabilizam projetos necessários a sociedade
- ✓ Acontecem das mais diferentes maneiras, sendo que beneficiam ambos os envolvidos, mesmo sem utilizar a legislação existente

Viajê
CURITIBA
Instituto Municipal de L. fisco



Parcerias público-privadas:



HISTÓRICO

*Parcerias Público-privadas
no Reino Unido*

- ✓ Nasce em 1992 a versão inglesa da PPP – private finance initiative (PFI)
- ✓ Tem como objetivo o estímulo de empreendimentos conjuntos envolvendo os setores público e privado
- ✓ conjunto de ações para aumentar a participação do capital privado na prestação de serviços públicos
- ✓ Em 1993 cria-se uma Comissão para incentivar a utilização da PFI
- ✓ Cria-se o Manual do usuário da PFI

Viajê
CURITIBA
Instituto Municipal de L. fisco



Parcerias público-privadas:



HISTÓRICO

Parcerias Público-privadas nos Estados Unidos da América

- ✓ Consideradas comuns aos norte-americanos, devido ao seu uso em larga escala
- ✓ Possuem uma longa história de parceria entre os governos – especialmente os de nível local – e entidades privadas, lucrativas ou não.
- ✓ Parte essencial das relações que unem governo, empresas e organizações não-lucrativas.
- ✓ Base mais ampla de organização dessa sociedade




Parcerias público-privadas:



HISTÓRICO

Parcerias Público-privadas no Brasil

- ✓ Começam a ser necessárias a partir de 1990 quando há diminuição das responsabilidades estatais, mas há necessidade dessas atividades continuarem a ser realizadas
- ✓ Responsabilidades públicas precisaram ser assumidas por particulares, substituindo o modelo anterior
- ✓ Consideradas “parcerias público-privadas em sentido amplo”.




Parcerias público-privadas:



INTERESSADOS

Poder Público

- ✓ Papel essencial para o desenvolvimento turístico
- ✓ Responsável pela elaboração de políticas públicas
- ✓ Atualmente o turismo é considerado uma atividade importante para o nosso país – um dos responsáveis pela promoção do desenvolvimento do país
- ✓ Necessidade de se trabalhar de maneira integrada com demais áreas




Parcerias público-privadas:



INTERESSADOS

Iniciativa Privada

- ✓ Significado mais relevante - relativo a fontes não-governamentais: fundos privados.
- ✓ Essencial sua atuação na atividade turística
- ✓ Deve acontecer: Gestão participativa = INICIATIVA PRIVADA + poder público




Parcerias público-privadas:



CONCEITO

TURISMO

Segundo a Organização Mundial de Turismo, é

“o fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados”.




Parcerias público-privadas:



TURISMO

Turismo e as Parcerias Público-privadas

- ✓ Atualmente já se percebe preocupação do trade turístico quanto as parcerias
- ✓ As parcerias são discutidas de maneira intensiva durante um Encontro preparatório para o VIII CBRATUR
 - Cria-se um documento que será entregue no CBRATUR*
- ✓ Questão das parcerias são tidas como relevantes ao turismo, visto que buscam-se soluções para utilizá-las melhor e com maior frequência




Parcerias público-privadas:



BENEFÍCIOS

Turismo e as Parcerias Público-privadas

- ✓ Revitalização de pontos importantes;
- ✓ Melhor aproveitamento de espaços, antes não utilizados;
- ✓ Necessidades de investimentos em áreas estratégicas do setor;
- ✓ Suprir a escassez de recursos do poder público;
- ✓ Desenvolvimento de diversos setores da economia por diversificação de investimentos;
- ✓ Opção viável para o crescimento sustentável a longo prazo.
- ✓ Resolveria problemas fundamentais, como, de infraestrutura básica;
- ✓ Com a "eficiência privada" obtém-se melhoria na qualidade dos serviços;




Parcerias público-privadas:



EXEMPLOS

Trabalhos realizados através das parcerias público-privadas

Revitalização do Jardim Botânico em Curitiba - PR

- ✓ Parceria público-privada realizada entre a Prefeitura Municipal de Curitiba e a empresa Natura Cosméticos
- ✓ Farah Service - Empresa intermediadora
- ✓ Parceria público-privada em termos gerais
- ✓ Benefício a sociedade, visto que revitaliza-se um "cartão-postal" de Curitiba




Parcerias público-privadas:



EXEMPLOS

Trabalhos realizados através das parcerias público-privadas

Revitalização do Paço Municipal em Curitiba - PR

- ✓ Parceria realizada entre a Prefeitura de Curitiba e o SESC Paraná
- ✓ será transformado em centro cultural do SESC e contará com: sala de cinema, divisão de teatro, artes, pintura, livreria, área para acesso a internet, dentre outras
- ✓ valorizar a única edificação em Curitiba que é tombada pelo patrimônio Histórico e Artístico do Estado e da União.




Parcerias público-privadas:



EXEMPLOS

Trabalhos realizados através das parcerias público-privadas

Projetos realizados pela Farah Service:

220 projetos em 5 anos

- ✓ Restauo do Monumento Obelisco, patrocinado pela Claro.
- ✓ Restauo do Parque da Independência, patrocinado pelo Banco Real.
- ✓ Paisagismo e manutenção de mais de 2.000.000 m² de áreas verdes na cidade de São Paulo, patrocinado por diversas empresas.
- ✓ Restauo do Monumento às Bandeiras, patrocinado pela Unilever / Lipton.




Parcerias público-privadas:



COMO PARTICIPAR?

Maneiras de trabalhar com as Parcerias Público-privadas

1. Empresas Mediadoras
 - ✓ Farah Service
 - ✓ SEBRAE
2. Incentivos Públicos
 - ✓ Incentivos/ Leis

Parcerias público-privadas:



EQUIPE

* *Emanuelle Alves Nascimento*
Criação e elaboração

* *Farah Service*
Realização e patrocínio

* *Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo*
Divulgação e Apoio

* *Quésia Silva*
Layout e Design

APÊNDICE 7 – APOSTILA DO CURSO



*Como estas podem favorecer a
atividade turística e contribuir
para o seu desenvolvimento?*

1ª Edição

NOV/2006

Viajé
CURTIBA
Instituto Municipal de Turismo



FARAH SERVICE

Cada vez mais as parcerias público-privadas estão sendo utilizadas em nosso país. Esta ferramenta de gestão já não é mais tão nova, mas apenas há poucos anos tomou maior visibilidade, pois se percebeu que através dela é possível realizar várias projetos nas mais diferentes áreas, dentre estas o turismo.

Em Curitiba será possível perceber a importância desta através de um local bastante conhecido por moradores e turistas, o Jardim Botânico. Visto que foi revitalizado recentemente devido a realização de uma parceria público-privada entre a Prefeitura de Curitiba e a Natura Cosméticos. Ressalta-se que este é apenas um exemplo de como estas parcerias podem beneficiar a atividade turística, tanto para o município quanto investidores e sociedade.

Através desta apostila busca-se mostrar a importância que estas parcerias possuem e como elas estão auxiliando no desenvolvimento do turismo.

Espera-se que você que irá participar deste curso consiga captar o máximo de conhecimentos sobre as parcerias público-privadas e como elas lhe auxiliarão no desenvolvimento do seu trabalho.

Desejamos sucesso e que seu trabalho se concretize sempre

Emanuelle Alves Nascimento - Criação e Elaboração

1. PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS

Neste tópico serão abordados os aspectos referentes à conceituação das parcerias público-privadas, tanto o conceito referente à legislação existente, quanto o conceito sobre as parcerias público-privadas em sentido amplo.

Ainda serão discutidos aspectos referentes ao histórico destas parcerias, exemplos de países que se utilizam da parceria público-privada como um instrumento importante, além claro do próprio Brasil e de como este vem utilizando as parcerias.

Trabalham-se também os conceitos de poder público e iniciativa privada, para que se entendam como estes agem na realização de parcerias, visto que estes são os maiores interessados na realização das parcerias público-privadas.

1.1 CONCEITO

1.1.1 LEGISLAÇÃO

Conforme a lei nº. 11.079 a Parceria público-privada (PPP) é o contrato administrativo de concessão, na modalidade patrocinada ou administrativa. Sendo que esta dita normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública. Foi instituída em 30 de dezembro de 2004.

A Parceria Público-Privada é um acordo feito entre a Administração Pública e a Iniciativa Privada, tendo como objetivo a implantação e a oferta de empreendimento destinado ao uso da sociedade. Acarretando inúmeras responsabilidades para a iniciativa privada, como : sua concepção, estruturação, financiamento, execução, conservação e operação, durante todo o prazo estipulado, e cabendo ao Poder Público assegurar as condições de exploração e remuneração pela parceria privada, seguindo o combinado, respeitando a parcela de risco assumida por uma e outra das partes.

Estas parcerias trazem inúmeros benefícios e devem continuar a ser utilizadas, mas possuem diversas restrições citadas abaixo:

É vedada a celebração de contrato de parceria público-privada:

- I - cujo valor do contrato seja inferior a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais);
- II - cujo período de prestação do serviço seja inferior a 5 (cinco) anos; ou
- III - que tenha como objeto único o fornecimento de mão-de-obra, o fornecimento e instalação de equipamentos ou a execução de obra pública.

Podem-se perceber que estes requisitos utilizados para vedar a utilização das parcerias público-privadas acabam por restringir seu uso, fazendo com que estas não sejam sempre aplicáveis a todos os projetos.

É AGORA? O QUE SE PODE FAZER?

Logo a seguir seguem maiores explicações sobre parcerias público-privadas em sentido amplo, fazendo com que utilizem estas parcerias, mesmo sem seguir a legislação existente.

1.1.2 AMPLO

A parceria público-privada é uma forma de colaboração entre o Poder Público e a iniciativa privada, não é um conceito novo, mas ganhou visibilidade no Brasil a cerca de dois anos. Colocado de uma forma ampla ocorre sempre quando um município vai, de alguma forma, se beneficiar de algum insumo vindo da iniciativa privada. A idéia da parceria reside no fato de que o município precisa da iniciativa privada e a iniciativa privada quer bons negócios, sendo que o município deve fornecer a possibilidade de bons negócios para que consiga atrair investimentos privados. As parcerias público-privadas (PPPs) se relacionam com as mais diversas formas de articulação entre o setor público, empresas e organizações não-governamentais. Essa articulação ocorre por meio de arranjos que viabilizam projetos considerados de interesse para a sociedade.

Através de todos esses conceitos é possível ter uma visão mais completa sobre as parcerias público-privadas e notar também que estas são discutidas de maneira geral, não focando apenas em aspectos minimalistas, mas sim num conceito amplo. Estes conceitos tratam a parceria com uma visão ampla, sem trabalhar apenas com a legislação, por exemplo, sendo possível compreender então que as parcerias público-privadas ocorrem de diversas formas.

Este tópico será trabalhado de maneira intensiva, visto que através de diversos exemplos que ilustrarão esta apostila será possível compreender como as parcerias ocorrem, mesmo que de maneira diferenciada da legislação.

1.2 HISTÓRICO

1.2.1 PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS NO REINO UNIDO

Nasceu em 1992 a versão inglesa das PPPs - a *private finance initiative* (PFI) - que tem como objetivo o estímulo de empreendimentos conjuntos envolvendo os setores público e privado. As PFI's também são definidas como um conjunto de ações para aumentar a participação do capital privado na prestação de serviços públicos.

A PFI só se desenvolveu plenamente em 1993 quando o novo chanceler Kenneth Clarke criou o "Private Finance Panel (PFP)", Comissão cujo papel era o de incentivar maior participação e iniciativa dos setores público e privado, estimular a inovação, identificar novos nichos do setor público dos quais o setor privado poderia

participar e buscar outras soluções para empecilhos identificados no funcionamento das PFIs.” Nesta altura foi lançado o “manual do usuário da PFI”¹.

Há estimativas de que as PFIs permitiriam uma economia relevante se comparadas a projetos implementados de maneira convencional. O que é bastante divulgado por aqueles que são a favor da realização destas parcerias é que sem as PFIs diversos projetos essenciais à população, como construção de escolas e hospitais, não teriam sido realizados, visto que recursos públicos não estavam disponíveis.

Após a explicação sobre o Reino Unido, pode-se observar que as PFIs são criticadas por alguns, mas que sem elas muitos projetos não poderiam ter sido feitos, além claro do incentivo por parte do governo, pois como pode ser observado ao longo dos anos o governo criou maneiras e incentivos a participação da iniciativa privada neste processo de parcerias, mesmo com outro nome (PFI), o papel exercido é semelhante as PPPs realizadas em tantos outros países.

¹ O nome do documento é *Private Opportunity Public Benefit, Progressing the Private Finance Initiative*.

1.2.2 PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS NOS ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Os Estados Unidos da América são um país em que os serviços públicos e a infra-estrutura foram fundamentalmente erguidos pelo capital privado e por associações não-lucrativas², mediante estímulo e regulação públicos.” Com essa última afirmação pode-se perceber que algumas diferenças serão ressaltadas entre Reino Unido e Estados Unidos, visto que para o norte-americano a PPP é algo comum, que vem desde o início de sua história.

Os Estados Unidos da América têm uma longa história de parceria entre os governos – especialmente os de nível local – e entidades privadas, lucrativas ou não.

O exemplo utilizado para ilustrar as parcerias envolvendo os setores público e privado nos Estados Unidos da América é a construção da ferrovia *Transcontinental Railroad*, na década de 1860, mostrando que estas parcerias datam do século XIX. Sendo que atualmente as PPPs mais utilizadas são as que se referem aos setores de habitação e desenvolvimento urbano, transportes e de água e saneamento.

Nos Estados Unidos as Parcerias Público-privadas são parte essencial das relações que vivem governo, empresas e organizações não-lucrativas. Esse conjunto de relações que são mediados pelos mais diversos

² Referir-se-á organizações ou entes não-lucrativos como uma tradução despreziosa da expressão *non-profit organizations*, bastante recorrente na literatura (e de resto, na vida econômica) anglo-saxã sobre PPP.

interesses, regulados pela ação coercitiva ou estimuladora do Poder Público, são a base mais ampla de como se organizou essa sociedade.

1.2.3 PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS NO BRASIL

A partir da década de 90, através da Reforma do Estado no Brasil, houve a diminuição das atribuições deste, sem que os objetivos que deveriam ser alcançados fossem desistidos de ser realizados. Então foi preciso buscar maneiras para que responsabilidades públicas fossem assumidas por particulares, substituindo o modelo anterior de gestão estatal. Estas são as consideradas "parcerias público-privadas em sentido amplo". Com essa última explicação é possível observar o que foi tratado anteriormente, no que se refere à utilização das parcerias público-privadas num sentido amplo, sem se prender a lei das PPPs. É possível observar que estas já são utilizadas há muitos anos, mesmo antes da criação desta legislação específica, como se segue, já há em nosso país uma longa experiência de associação entre Estado e iniciativa Privada possibilitando a implementação de empreendimentos necessários para atender aos interesses da coletividade.

1.3 PODER PÚBLICO

O papel do poder público, no que se refere ao desenvolvimento turístico, seja do município, estado ou país é de extrema relevância sendo que os órgãos públicos de turismo têm como função determinar prioridades, criar normas e administrar recursos e estímulos para a atividade turística, sendo que este deve dar as diretrizes e prover as facilidades.

Um papel determinante que o poder público possui diz respeito à elaboração das políticas públicas para o turismo, sendo que estas ocorrem quando o Estado implementa um projeto de governo, através de ações voltadas a setores específicos, neste caso o turismo. Pode ser considerada também como aquilo que o governo decide fazer ou não.

Atualmente o turismo é visto como uma atividade importante em nosso país, sendo que é um dos responsáveis por promover o desenvolvimento do Brasil.

Através desta exploração pode-se ver a importância das políticas públicas para o turismo, sendo que é através da consolidação das políticas de turismo numa localidade, que o setor passará a ser tratado de forma

organizada e dinâmica, onde o planejamento passe a ser coeso, levando-se em consideração a realidade e as características próprias de cada região.

Também há necessidade de trabalhar em conjunto com as demais políticas para que se possa desenvolver a atividade turística, visto que as políticas de turismo devem estar coordenadas com as demais políticas setoriais do país.

Devido a estas explicações percebe-se que o poder público é essencial para a realização da parceria público-privada, pois ele tem o papel de regulamentar e organizar políticas para o desenvolvimento do país, inclusive incentivando ou restringido as mais diversas ações, conforme julgar se há ou não relevância.

1.4 INICIATIVA PRIVADA

A palavra privado possui vários significados, mas aquele mais relevante para este curso é o que diz ser relativo a fontes não-governamentais: fundos privados.

É essencial a participação da iniciativa privada no processo de desenvolvimento do turismo, visto que a gestão participativa, que contempla o poder público e a iniciativa privada, está contemplada justamente no fato de que o turismo é um fenômeno social complexo e com múltipla importância para a sociedade. Percebe-se então que é essencial esta integração, mas ao mesmo tempo em que a iniciativa privada precisa estar inserida neste contexto tem-se que atentar ao fato de que é difícil estabelecer esta relação, já que a multiplicidade do turismo e sua complexidade acabam por dificultar as ações que precisam ser realizadas em conjunto, de maneira integrada e participativa.

Através destas explicações percebe-se que a iniciativa privada deve participar do processo de desenvolvimento turístico, mesmo este sendo complexo, a partir disso as parcerias público-privadas tornam-se mais relevantes, visto que visam trabalhar com esta articulação entre iniciativa privada e setor público.

2. TURISMO

Através deste tópico serão apresentados aspectos referentes a atividade turística de maneira geral e também como esta pode ser trabalhada a partir das parcerias público-privadas.

2.1 CONCEITO

Segundo a OMT³, turismo é "o fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se deslocam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados".

³ Organização Mundial de Turismo

2.2. TURISMO E PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS

Pode-se perceber que os envolvidos na atividade turística estão preocupados em estabelecer parcerias público-privadas através do documento elaborado durante o encontro preparatório do Paraná do VIII Congresso Brasileiro da Atividade Turística – CBRATUR, realizado em 11 de abril de 2006 no Auditório do Sistema Fecomércio/PR - Sesc/Senac⁵, em Curitiba. Um dos itens discutidos foram as parcerias público-privadas e pode-se perceber que o trade turístico começou a se preocupar com a questão das parcerias público-privadas. Mais uma vez ressalta-se que estas já são utilizadas, mas que através deste documento pede-se a formulação de uma regulamentação para que esta seja utilizada com maior frequência na atividade turística, e talvez de maneira diferenciada da legislação já existente das PPPs, visto que esta restringe o uso da atividade turística, devido aos fatores impeditivos já citados.

⁴ Serviço Social do Comércio

⁵ Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial



2.2.1 BENEFÍCIOS ADVINDOS DAS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS

Segue abaixo em forma de tópicos, diversas melhorias que podem ocorrer para a atividade turística, caso esta se utilize das parcerias público-privadas:

- ✓ Revitalização de pontos importantes;
- ✓ Melhor aproveitamento de espaços, antes não utilizados;
- ✓ Construção de locais, por exemplo, "cais" para recepção de turistas em portos brasileiros;
- ✓ As necessidades de investimentos em áreas estratégicas do setor seriam atendidas;
- ✓ Suprir a escassez de recursos do poder público;
- ✓ Desenvolvimento de diversos setores da economia por diversificação de investimentos (Transporte, saneamento, etc);
- ✓ Opção viável para o crescimento sustentável a longo prazo.
- ✓ Com a "eficiência privada" obtém-se melhoria na qualidade dos serviços prestados;
- ✓ Resolveria problemas fundamentais, principalmente de infra-estrutura básica, essencial para incentivar o desenvolvimento do turismo nos municípios;

- ✓ Viabilizaria projetos que não seriam feitos se não utilizassem estas parcerias.

2.3 TRABALHOS REALIZADOS COM AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS

2.3.2 Jardim Botânico em Curitiba-PR

A parceria realizada entre a Prefeitura Municipal de Curitiba e a empresa Natura Cosméticos possibilitou a revitalização do Jardim Botânico em Curitiba. A empresa responsável pela intermediação entre a Prefeitura e a Natura é a Farah Service, que trabalha com o conceito da iniciativa privada realizar serviços para o município retirando o ônus do poder público. Esta empresa já trabalha há muito tempo com este conceito, visto que o Jardim Botânico é apenas mais um desses projetos.

É possível observar a realização deste através da utilização da parceria público-privada em termos mais amplos, visto que foi um projeto custeado pela iniciativa privada – Natura Cosméticos – visando o benefício da população, além claro do benefício gerado aos turistas, visto que o Jardim Botânico é um importante ponto turístico da cidade. Esta empresa investiu cerca de 970 mil reais na revitalização do espaço, sendo esta a primeira reforma realizada desde a inauguração do Botânico, em outubro de 1991.

2.3.3 Paço Municipal em Curitiba-PR

Parceria realizada entre a Prefeitura de Curitiba e o SESC Paraná (entidade integrante do sistema Fecomércio-PR). Esta parceria irá revitalizar um local que já foi um museu e antiga sede da Prefeitura Municipal, será transformado em centro cultural do SESC e contará com: sala de cinema, divisão de teatro, artes, pintura, livreria, área para acesso a internet, dentre outras. Este local servirá a toda população interessada em ampliar seu contato com várias manifestações culturais e artísticas.

Resalta-se que esta revitalização só foi possível devido a parceria público-privada realizada, e como já dito beneficiará diversas pessoas no local e proporcionará cultura e entretenimento a todos que desejarem. Diversos benefícios já foram citados, mas ainda é possível afirmar que revitalizar este local fará com que se ocupe um prédio que já está vazio há 4 anos, além de valorizar a única edificação em Curitiba que é tombada pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Estado e da União.

2.3.5 Parque da Independência em São Paulo-SP

Através da Parceria com o Banco Real, a Farah Service irá restaurar o Monumento da Independência, o Chafariz e o Jardim Francês.

Este projeto foi anunciado há pouco tempo, mas é mais uma maneira de mostrar como as parcerias público-privadas podem ser úteis na revitalização de pontos relevantes a localidade.

3. TRABALHE COM AS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS

Este tópico é aquele em que você poderá verificar de que maneira você mesmo poderá utilizar as parcerias público-privadas no seu trabalho. Afinal após verificar todos os benefícios que ela traz temos certeza de que desejará participar também.

3.1 Através de empresas mediadoras

Você poderá trabalhar com uma parceria público-privada através de uma empresa que intermedeia esta relação, por exemplo a Farah Service, que realiza este serviço.

Esta empresa trabalha com o Marketing de Responsabilidade Social e se preocupa em revitalizar e manter pontos importantes, além de entreter as pessoas com seus projetos, realizando tudo isto através de parcerias. Sendo que esta intermediadora possui um projeto que deseja aplicar e busca na iniciativa privada parceiros para realizar esta atividade.

Há também o SEBRAE que se utiliza destas parcerias como meio de realizar seu trabalho. Visto que praticamente todos os seus projetos são realizados em relações de parcerias, facilitando a realização do serviço para todos os envolvidos.

3.2 Através de incentivos públicos

Há gestores públicos que trabalham com as parcerias como instrumento de gestão. Em Curitiba estas parcerias vêm ocorrendo recentemente, visto que o Prefeito da cidade sancionou uma lei que regulamentava estas parcerias, fazendo com que possam ser utilizadas com maior frequência.

Além de incentivar seu uso ao divulgar a maneira como foi realizada a revitalização do projeto, por exemplo, no caso do Jardim Botânico. Incentivando outros empresários a terem a mesma postura, pois



conseguirão diversos benefícios com estas parcerias. Além dos benefícios para o município, pois quando uma empresa resolve investir em uma localidade percebe-se que existe confiança na gestão do local.

Para exemplificar como funcionam estes incentivos públicos pode-se utilizar a cidade de Curitiba, sendo que a Câmara aprovou neste ano a Lei que regulamentam as parcerias público-privadas na cidade, sendo que esta possibilitará a Prefeitura realizar diversas obras com participação da iniciativa privada. É considerada por esta gestão uma visão moderna para obter recursos e melhorar serviços. Após a aprovação desta lei a Prefeitura poderá buscar parceiros para realizar mais projetos como a revitalização do Jardim Botânico e do Paço Municipal.

Parcerias público-privadas



1

Emanuelle Alves Nascimento

Farah Service

Instituto Municipal de Turismo de Curitiba – Curitiba Turismo

ANEXOS

ANEXO 1 - LEI Nº 11.079 SOBRE PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA.....117

ANEXO 1 – LEI Nº 11.079 SOBRE PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 11.079, DE 30 DE DEZEMBRO DE 2004.**Mensagem de veto**

Institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Capítulo I**DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º Esta Lei institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Parágrafo único. Esta Lei se aplica aos órgãos da Administração Pública direta, aos fundos especiais, às autarquias, às fundações públicas, às empresas públicas, às sociedades de economia mista e às demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

Art. 2º Parceria público-privada é o contrato administrativo de concessão, na modalidade patrocinada ou administrativa.

§ 1º Concessão patrocinada é a concessão de serviços públicos ou de obras públicas de que trata a [Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), quando envolver, adicionalmente à tarifa cobrada dos usuários contraprestação pecuniária do parceiro público ao parceiro privado.

§ 2º Concessão administrativa é o contrato de prestação de serviços de que a Administração Pública seja a usuária direta ou indireta, ainda que envolva execução de obra ou fornecimento e instalação de bens.

§ 3º Não constitui parceria público-privada a concessão comum, assim entendida a concessão de serviços públicos ou de obras públicas de que trata a [Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), quando não envolver contraprestação pecuniária do parceiro público ao parceiro privado.

§ 4º É vedada a celebração de contrato de parceria público-privada:

I – cujo valor do contrato seja inferior a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais);

II – cujo período de prestação do serviço seja inferior a 5 (cinco) anos; ou

III – que tenha como objeto único o fornecimento de mão-de-obra, o fornecimento e instalação de equipamentos ou a execução de obra pública.

Art. 3º As concessões administrativas regem-se por esta Lei, aplicando-se-lhes adicionalmente o disposto nos [arts. 21, 23, 25 e 27 a 39 da Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), e no [art. 31 da Lei no 9.074, de 7 de julho de 1995](#).

§ 1º As concessões patrocinadas regem-se por esta Lei, aplicando-se-lhes subsidiariamente o disposto na [Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), e nas leis que lhe são correlatas.

§ 2º As concessões comuns continuam regidas pela [Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), e pelas leis que lhe são correlatas, não se lhes aplicando o disposto nesta Lei.

§ 3º Continuam regidos exclusivamente pela [Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), e pelas leis que lhe são correlatas os contratos administrativos que não caracterizem concessão comum, patrocinada ou administrativa.

Art. 4º Na contratação de parceria público-privada serão observadas as seguintes diretrizes:

I – eficiência no cumprimento das missões de Estado e no emprego dos recursos da sociedade;

II – respeito aos interesses e direitos dos destinatários dos serviços e dos entes privados incumbidos da sua execução;

III – indelegabilidade das funções de regulação, jurisdicional, do exercício do poder de polícia e de outras atividades exclusivas do Estado;

IV – responsabilidade fiscal na celebração e execução das parcerias;

V – transparência dos procedimentos e das decisões;

VI – repartição objetiva de riscos entre as partes;

VII – sustentabilidade financeira e vantagens socioeconômicas dos projetos de parceria.

Capítulo II

DOS CONTRATOS DE PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA

Art. 5º As cláusulas dos contratos de parceria público-privada atenderão ao disposto no [art. 23 da Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), no que couber, devendo também prever:

I – o prazo de vigência do contrato, compatível com a amortização dos investimentos realizados, não inferior a 5 (cinco), nem superior a 35 (trinta e cinco) anos, incluindo eventual prorrogação;

II – as penalidades aplicáveis à Administração Pública e ao parceiro privado em caso de inadimplemento contratual, fixadas sempre de forma proporcional à gravidade da falta cometida, e às obrigações assumidas;

III – a repartição de riscos entre as partes, inclusive os referentes a caso fortuito, força maior, fato do príncipe e álea econômica extraordinária;

IV – as formas de remuneração e de atualização dos valores contratuais;

V – os mecanismos para a preservação da atualidade da prestação dos serviços;

VI – os fatos que caracterizem a inadimplência pecuniária do parceiro público, os modos e o prazo de regularização e, quando houver, a forma de acionamento da garantia;

VII – os critérios objetivos de avaliação do desempenho do parceiro privado;

VIII – a prestação, pelo parceiro privado, de garantias de execução suficientes e compatíveis com os ônus e riscos envolvidos, observados os limites dos [§§ 3º e 5º do art. 56 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), e, no que se refere às concessões patrocinadas, o disposto no [inciso XV do art. 18 da Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#);

IX – o compartilhamento com a Administração Pública de ganhos econômicos efetivos do parceiro privado decorrentes da redução do risco de crédito dos financiamentos utilizados pelo parceiro privado;

X – a realização de vistoria dos bens reversíveis, podendo o parceiro público reter os pagamentos ao parceiro privado, no valor necessário para reparar as irregularidades eventualmente detectadas.

§ 1º As cláusulas contratuais de atualização automática de valores baseadas em índices e fórmulas matemáticas, quando houver, serão aplicadas sem necessidade de homologação pela Administração Pública, exceto se esta publicar, na imprensa oficial, onde houver, até o prazo de 15 (quinze) dias após apresentação da fatura, razões fundamentadas nesta Lei ou no contrato para a rejeição da atualização.

§ 2º Os contratos poderão prever adicionalmente:

I – os requisitos e condições em que o parceiro público autorizará a transferência do controle da sociedade de propósito específico para os seus financiadores, com o objetivo de promover a sua reestruturação financeira e assegurar a continuidade da prestação dos serviços, não se aplicando para este efeito o previsto no inciso I do parágrafo único do [art. 27 da Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#);

II – a possibilidade de emissão de empenho em nome dos financiadores do projeto em relação às obrigações pecuniárias da Administração Pública;

III – a legitimidade dos financiadores do projeto para receber indenizações por extinção antecipada do contrato, bem como pagamentos efetuados pelos fundos e empresas estatais garantidores de parcerias público-privadas.

Art. 6º A contraprestação da Administração Pública nos contratos de parceria público-privada poderá ser feita por:

I – ordem bancária;

II – cessão de créditos não tributários;

III – outorga de direitos em face da Administração Pública;

IV – outorga de direitos sobre bens públicos dominicais;

V – outros meios admitidos em lei.

Parágrafo único. O contrato poderá prever o pagamento ao parceiro privado de remuneração variável vinculada ao seu desempenho, conforme metas e padrões de qualidade e disponibilidade definidos no contrato.

Art. 7º A contraprestação da Administração Pública será obrigatoriamente precedida da disponibilização do serviço objeto do contrato de parceria público-privada.

Parágrafo único. É facultado à Administração Pública, nos termos do contrato, efetuar o pagamento da contraprestação relativa a parcela fruível de serviço objeto do contrato de parceria público-privada.

Capítulo III

DAS GARANTIAS

Art. 8º As obrigações pecuniárias contraídas pela Administração Pública em contrato de parceria público-privada poderão ser garantidas mediante:

I – vinculação de receitas, observado o disposto no [inciso IV do art. 167 da Constituição Federal](#);

II – instituição ou utilização de fundos especiais previstos em lei;

III – contratação de seguro-garantia com as companhias seguradoras que não sejam controladas pelo Poder Público;

IV – garantia prestada por organismos internacionais ou instituições financeiras que não sejam controladas pelo Poder Público;

V – garantias prestadas por fundo garantidor ou empresa estatal criada para essa finalidade;

VI – outros mecanismos admitidos em lei.

Capítulo IV

DA SOCIEDADE DE PROPÓSITO ESPECÍFICO

Art. 9º Antes da celebração do contrato, deverá ser constituída sociedade de propósito específico, incumbida de implantar e gerir o objeto da parceria.

§ 1º A transferência do controle da sociedade de propósito específico estará condicionada à autorização expressa da Administração Pública, nos termos do edital

e do contrato, observado o disposto no [parágrafo único do art. 27 da Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995.](#)

§ 2º A sociedade de propósito específico poderá assumir a forma de companhia aberta, com valores mobiliários admitidos a negociação no mercado.

§ 3º A sociedade de propósito específico deverá obedecer a padrões de governança corporativa e adotar contabilidade e demonstrações financeiras padronizadas, conforme regulamento.

§ 4º Fica vedado à Administração Pública ser titular da maioria do capital votante das sociedades de que trata este Capítulo.

§ 5º A vedação prevista no § 4º deste artigo não se aplica à eventual aquisição da maioria do capital votante da sociedade de propósito específico por instituição financeira controlada pelo Poder Público em caso de inadimplemento de contratos de financiamento.

Capítulo V

DA LICITAÇÃO

Art. 10. A contratação de parceria público-privada será precedida de licitação na modalidade de concorrência, estando a abertura do processo licitatório condicionada a:

I – autorização da autoridade competente, fundamentada em estudo técnico que demonstre:

a) a conveniência e a oportunidade da contratação, mediante identificação das razões que justifiquem a opção pela forma de parceria público-privada;

b) que as despesas criadas ou aumentadas não afetarão as metas de resultados fiscais previstas no Anexo referido no [§ 1º do art. 4º da Lei Complementar no 101, de 4 de maio de 2000](#), devendo seus efeitos financeiros, nos

períodos seguintes, ser compensados pelo aumento permanente de receita ou pela redução permanente de despesa; e

c) quando for o caso, conforme as normas editadas na forma do art. 25 desta Lei, a observância dos limites e condições decorrentes da aplicação dos [arts. 29, 30 e 32 da Lei Complementar no 101, de 4 de maio de 2000](#), pelas obrigações contraídas pela Administração Pública relativas ao objeto do contrato;

II – elaboração de estimativa do impacto orçamentário-financeiro nos exercícios em que deva vigorar o contrato de parceria público-privada;

III – declaração do ordenador da despesa de que as obrigações contraídas pela Administração Pública no decorrer do contrato são compatíveis com a lei de diretrizes orçamentárias e estão previstas na lei orçamentária anual;

IV – estimativa do fluxo de recursos públicos suficientes para o cumprimento, durante a vigência do contrato e por exercício financeiro, das obrigações contraídas pela Administração Pública;

V – seu objeto estar previsto no plano plurianual em vigor no âmbito onde o contrato será celebrado;

VI – submissão da minuta de edital e de contrato à consulta pública, mediante publicação na imprensa oficial, em jornais de grande circulação e por meio eletrônico, que deverá informar a justificativa para a contratação, a identificação do objeto, o prazo de duração do contrato, seu valor estimado, fixando-se prazo mínimo de 30 (trinta) dias para recebimento de sugestões, cujo termo dar-se-á pelo menos 7 (sete) dias antes da data prevista para a publicação do edital; e

VII – licença ambiental prévia ou expedição das diretrizes para o licenciamento ambiental do empreendimento, na forma do regulamento, sempre que o objeto do contrato exigir.

§ 1º A comprovação referida nas alíneas b e c do inciso I do caput deste artigo conterà as premissas e metodologia de cálculo utilizadas, observadas as normas

gerais para consolidação das contas públicas, sem prejuízo do exame de compatibilidade das despesas com as demais normas do plano plurianual e da lei de diretrizes orçamentárias.

§ 2º Sempre que a assinatura do contrato ocorrer em exercício diverso daquele em que for publicado o edital, deverá ser precedida da atualização dos estudos e demonstrações a que se referem os incisos I a IV do caput deste artigo.

§ 3º As concessões patrocinadas em que mais de 70% (setenta por cento) da remuneração do parceiro privado for paga pela Administração Pública dependerão de autorização legislativa específica.

Art. 11. O instrumento convocatório conterá minuta do contrato, indicará expressamente a submissão da licitação às normas desta Lei e observará, no que couber, os [§§ 3o e 4o do art. 15](#), os [arts. 18, 19 e 21 da Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), podendo ainda prever:

I – exigência de garantia de proposta do licitante, observado o limite do [inciso III do art. 31 da Lei no 8.666 , de 21 de junho de 1993](#);

II – [\(VETADO\)](#)

III – o emprego dos mecanismos privados de resolução de disputas, inclusive a arbitragem, a ser realizada no Brasil e em língua portuguesa, nos termos da [Lei no 9.307, de 23 de setembro de 1996](#), para dirimir conflitos decorrentes ou relacionados ao contrato.

Parágrafo único. O edital deverá especificar, quando houver, as garantias da contraprestação do parceiro público a serem concedidas ao parceiro privado.

Art. 12. O certame para a contratação de parcerias público-privadas obedecerá ao procedimento previsto na legislação vigente sobre licitações e contratos administrativos e também ao seguinte:

I – o julgamento poderá ser precedido de etapa de qualificação de propostas técnicas, desclassificando-se os licitantes que não alcançarem a pontuação mínima, os quais não participarão das etapas seguintes;

II – o julgamento poderá adotar como critérios, além dos previstos nos [incisos I e V do art. 15 da Lei no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995](#), os seguintes:

a) menor valor da contraprestação a ser paga pela Administração Pública;

b) melhor proposta em razão da combinação do critério da alínea a com o de melhor técnica, de acordo com os pesos estabelecidos no edital;

III – o edital definirá a forma de apresentação das propostas econômicas, admitindo-se:

a) propostas escritas em envelopes lacrados; ou

b) propostas escritas, seguidas de lances em viva voz;

IV – o edital poderá prever a possibilidade de saneamento de falhas, de complementação de insuficiências ou ainda de correções de caráter formal no curso do procedimento, desde que o licitante possa satisfazer as exigências dentro do prazo fixado no instrumento convocatório.

§ 1º Na hipótese da alínea b do inciso III do caput deste artigo:

I - os lances em viva voz serão sempre oferecidos na ordem inversa da classificação das propostas escritas, sendo vedado ao edital limitar a quantidade de lances;

II – o edital poderá restringir a apresentação de lances em viva voz aos licitantes cuja proposta escrita for no máximo 20% (vinte por cento) maior que o valor da melhor proposta.

§ 2º O exame de propostas técnicas, para fins de qualificação ou julgamento, será feito por ato motivado, com base em exigências, parâmetros e indicadores de resultado pertinentes ao objeto, definidos com clareza e objetividade no edital.

Art. 13. O edital poderá prever a inversão da ordem das fases de habilitação e julgamento, hipótese em que:

I – encerrada a fase de classificação das propostas ou o oferecimento de lances, será aberto o invólucro com os documentos de habilitação do licitante mais bem classificado, para verificação do atendimento das condições fixadas no edital;

II – verificado o atendimento das exigências do edital, o licitante será declarado vencedor;

III – inabilitado o licitante melhor classificado, serão analisados os documentos habilitatórios do licitante com a proposta classificada em 2º (segundo) lugar, e assim, sucessivamente, até que um licitante classificado atenda às condições fixadas no edital;

IV – proclamado o resultado final do certame, o objeto será adjudicado ao vencedor nas condições técnicas e econômicas por ele ofertadas.

Capítulo VI

DISPOSIÇÕES APLICÁVEIS À UNIÃO

Art. 14. Será instituído, por decreto, órgão gestor de parcerias público-privadas federais, com competência para: [\(Vide Decreto nº 5.385, de 2005\)](#)

I – definir os serviços prioritários para execução no regime de parceria público-privada;

II – disciplinar os procedimentos para celebração desses contratos;

III – autorizar a abertura da licitação e aprovar seu edital;

IV – apreciar os relatórios de execução dos contratos.

§ 1º O órgão mencionado no caput deste artigo será composto por indicação nominal de um representante titular e respectivo suplente de cada um dos seguintes órgãos:

I – Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, ao qual cumprirá a tarefa de coordenação das respectivas atividades;

II – Ministério da Fazenda;

III – Casa Civil da Presidência da República.

§ 2º Das reuniões do órgão a que se refere o caput deste artigo para examinar projetos de parceria público-privada participará um representante do órgão da Administração Pública direta cuja área de competência seja pertinente ao objeto do contrato em análise.

§ 3º Para deliberação do órgão gestor sobre a contratação de parceria público-privada, o expediente deverá estar instruído com pronunciamento prévio e fundamentado:

I – do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, sobre o mérito do projeto;

II – do Ministério da Fazenda, quanto à viabilidade da concessão da garantia e à sua forma, relativamente aos riscos para o Tesouro Nacional e ao cumprimento do limite de que trata o art. 22 desta Lei.

§ 4º Para o desempenho de suas funções, o órgão citado no caput deste artigo poderá criar estrutura de apoio técnico com a presença de representantes de instituições públicas.

§ 5º O órgão de que trata o caput deste artigo remeterá ao Congresso Nacional e ao Tribunal de Contas da União, com periodicidade anual, relatórios de desempenho dos contratos de parceria público-privada.

§ 6º Para fins do atendimento do disposto no inciso V do art. 4º desta Lei, ressalvadas as informações classificadas como sigilosas, os relatórios de que trata o § 5º deste artigo serão disponibilizados ao público, por meio de rede pública de transmissão de dados.

Art. 15. Compete aos Ministérios e às Agências Reguladoras, nas suas respectivas áreas de competência, submeter o edital de licitação ao órgão gestor, proceder à licitação, acompanhar e fiscalizar os contratos de parceria público-privada.

Parágrafo único. Os Ministérios e Agências Reguladoras encaminharão ao órgão a que se refere o caput do art. 14 desta Lei, com periodicidade semestral, relatórios circunstanciados acerca da execução dos contratos de parceria público-privada, na forma definida em regulamento.

Art. 16. Ficam a União, suas autarquias e fundações públicas autorizadas a participar, no limite global de R\$ 6.000.000.000,00 (seis bilhões de reais), em Fundo Garantidor de Parcerias Público-Privadas – FGP, que terá por finalidade prestar garantia de pagamento de obrigações pecuniárias assumidas pelos parceiros públicos federais em virtude das parcerias de que trata esta Lei.

§ 1º O FGP terá natureza privada e patrimônio próprio separado do patrimônio dos cotistas, e será sujeito a direitos e obrigações próprios.

§ 2º O patrimônio do Fundo será formado pelo aporte de bens e direitos realizado pelos cotistas, por meio da integralização de cotas e pelos rendimentos obtidos com sua administração.

§ 3º Os bens e direitos transferidos ao Fundo serão avaliados por empresa especializada, que deverá apresentar laudo fundamentado, com indicação dos critérios de avaliação adotados e instruído com os documentos relativos aos bens avaliados.

§ 4º A integralização das cotas poderá ser realizada em dinheiro, títulos da dívida pública, bens imóveis dominicais, bens móveis, inclusive ações de sociedade

de economia mista federal excedentes ao necessário para manutenção de seu controle pela União, ou outros direitos com valor patrimonial.

§ 5º O FGP responderá por suas obrigações com os bens e direitos integrantes de seu patrimônio, não respondendo os cotistas por qualquer obrigação do Fundo, salvo pela integralização das cotas que subscreverem.

§ 6º A integralização com bens a que se refere o § 4º deste artigo será feita independentemente de licitação, mediante prévia avaliação e autorização específica do Presidente da República, por proposta do Ministro da Fazenda.

§ 7º O aporte de bens de uso especial ou de uso comum no FGP será condicionado a sua desafetação de forma individualizada.

Art. 17. O FGP será criado, administrado, gerido e representado judicial e extrajudicialmente por instituição financeira controlada, direta ou indiretamente, pela União, com observância das normas a que se refere o [inciso XXII do art. 4o da Lei no 4.595, de 31 de dezembro de 1964.](#)

§ 1º O estatuto e o regulamento do FGP serão aprovados em assembléia dos cotistas.

§ 2º A representação da União na assembléia dos cotistas dar-se-á na forma do [inciso V do art. 10 do Decreto-Lei no 147, de 3 de fevereiro de 1967.](#)

§ 3º Caberá à instituição financeira deliberar sobre a gestão e alienação dos bens e direitos do FGP, zelando pela manutenção de sua rentabilidade e liquidez.

Art. 18. As garantias do FGP serão prestadas proporcionalmente ao valor da participação de cada cotista, sendo vedada a concessão de garantia cujo valor presente líquido, somado ao das garantias anteriormente prestadas e demais obrigações, supere o ativo total do FGP.

§ 1º A garantia será prestada na forma aprovada pela assembléia dos cotistas, nas seguintes modalidades:

I – fiança, sem benefício de ordem para o fiador;

II – penhor de bens móveis ou de direitos integrantes do patrimônio do FGP, sem transferência da posse da coisa empenhada antes da execução da garantia;

III – hipoteca de bens imóveis do patrimônio do FGP;

IV – alienação fiduciária, permanecendo a posse direta dos bens com o FGP ou com agente fiduciário por ele contratado antes da execução da garantia;

V – outros contratos que produzam efeito de garantia, desde que não transfiram a titularidade ou posse direta dos bens ao parceiro privado antes da execução da garantia;

VI – garantia, real ou pessoal, vinculada a um patrimônio de afetação constituído em decorrência da separação de bens e direitos pertencentes ao FGP.

§ 2º O FGP poderá prestar contra-garantias a seguradoras, instituições financeiras e organismos internacionais que garantirem o cumprimento das obrigações pecuniárias dos cotistas em contratos de parceria público-privadas.

§ 3º A quitação pelo parceiro público de cada parcela de débito garantido pelo FGP importará exoneração proporcional da garantia.

§ 4º No caso de crédito líquido e certo, constante de título exigível aceito e não pago pelo parceiro público, a garantia poderá ser acionada pelo parceiro privado a partir do 45º (quadragésimo quinto) dia do seu vencimento.

§ 5º O parceiro privado poderá acionar a garantia relativa a débitos constantes de faturas emitidas e ainda não aceitas pelo parceiro público, desde que, transcorridos mais de 90 (noventa) dias de seu vencimento, não tenha havido sua rejeição expressa por ato motivado.

§ 6º A quitação de débito pelo FGP importará sua subrogação nos direitos do parceiro privado.

§ 7º Em caso de inadimplemento, os bens e direitos do Fundo poderão ser objeto de constrição judicial e alienação para satisfazer as obrigações garantidas.

Art. 19 O FGP não pagará rendimentos a seus cotistas, assegurando-se a qualquer deles o direito de requerer o resgate total ou parcial de suas cotas, correspondente ao patrimônio ainda não utilizado para a concessão de garantias, fazendo-se a liquidação com base na situação patrimonial do Fundo.

Art. 20. A dissolução do FGP, deliberada pela assembléia dos cotistas, ficará condicionada à prévia quitação da totalidade dos débitos garantidos ou liberação das garantias pelos credores.

Parágrafo único. Dissolvido o FGP, o seu patrimônio será rateado entre os cotistas, com base na situação patrimonial à data da dissolução.

Art. 21. É facultada a constituição de patrimônio de afetação que não se comunicará com o restante do patrimônio do FGP, ficando vinculado exclusivamente à garantia em virtude da qual tiver sido constituído, não podendo ser objeto de penhora, arresto, seqüestro, busca e apreensão ou qualquer ato de constrição judicial decorrente de outras obrigações do FGP.

Parágrafo único. A constituição do patrimônio de afetação será feita por registro em Cartório de Registro de Títulos e Documentos ou, no caso de bem imóvel, no Cartório de Registro Imobiliário correspondente.

Art. 22. A União somente poderá contratar parceria público-privada quando a soma das despesas de caráter continuado derivadas do conjunto das parcerias já contratadas não tiver excedido, no ano anterior, a 1% (um por cento) da receita corrente líquida do exercício, e as despesas anuais dos contratos vigentes, nos 10 (dez) anos subseqüentes, não excedam a 1% (um por cento) da receita corrente líquida projetada para os respectivos exercícios.

Capítulo VII

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 23. Fica a União autorizada a conceder incentivo, nos termos do Programa de Incentivo à Implementação de Projetos de Interesse Social – PIPS, instituído pela [Lei no 10.735, de 11 de setembro de 2003](#), às aplicações em fundos de investimento, criados por instituições financeiras, em direitos creditórios provenientes dos contratos de parcerias público-privadas.

Art. 24. O Conselho Monetário Nacional estabelecerá, na forma da legislação pertinente, as diretrizes para a concessão de crédito destinado ao financiamento de contratos de parcerias público-privadas, bem como para participação de entidades fechadas de previdência complementar.

Art. 25. A Secretaria do Tesouro Nacional editará, na forma da legislação pertinente, normas gerais relativas à consolidação das contas públicas aplicáveis aos contratos de parceria público-privada.

Art. 26. O [inciso I do § 1º do art. 56 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 56

.....

§ 1º

.....

I - caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

....."

(NR)

Art. 27. As operações de crédito efetuadas por empresas públicas ou sociedades de economia mista controladas pela União não poderão exceder a 70% (setenta por cento) do total das fontes de recursos financeiros da sociedade de propósito específico, sendo que para as áreas das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, onde o Índice de Desenvolvimento Humano – IDH seja inferior à média nacional, essa participação não poderá exceder a 80% (oitenta por cento).

§ 1º Não poderão exceder a 80% (oitenta por cento) do total das fontes de recursos financeiros da sociedade de propósito específico ou 90% (noventa por cento) nas áreas das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, onde o Índice de Desenvolvimento Humano – IDH seja inferior à média nacional, as operações de crédito ou contribuições de capital realizadas cumulativamente por:

I – entidades fechadas de previdência complementar;

II – empresas públicas ou sociedades de economia mista controladas pela União.

§ 2º Para fins do disposto neste artigo, entende-se por fonte de recursos financeiros as operações de crédito e contribuições de capital à sociedade de propósito específico.

Art. 28. A União não poderá conceder garantia e realizar transferência voluntária aos Estados, Distrito Federal e Municípios se a soma das despesas de caráter continuado derivadas do conjunto das parcerias já contratadas por esses entes tiver excedido, no ano anterior, a 1% (um por cento) da receita corrente líquida do exercício ou se as despesas anuais dos contratos vigentes nos 10 (dez) anos subsequentes excederem a 1% (um por cento) da receita corrente líquida projetada para os respectivos exercícios.

§ 1º Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios que contratarem empreendimentos por intermédio de parcerias público-privadas deverão encaminhar ao Senado Federal e à Secretaria do Tesouro Nacional, previamente à contratação, as informações necessárias para cumprimento do previsto no caput deste artigo.

§ 2º Na aplicação do limite previsto no caput deste artigo, serão computadas as despesas derivadas de contratos de parceria celebrados pela Administração Pública direta, autarquias, fundações públicas, empresas públicas, sociedades de economia mista e demais entidades controladas, direta ou indiretamente, pelo respectivo ente.

§ 3º (VETADO)

Art. 29. Serão aplicáveis, no que couber, as penalidades previstas no [Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal](#), na [Lei no 8.429, de 2 de junho de 1992 - Lei de Improbidade Administrativa](#), na [Lei no 10.028, de 19 de outubro de 2000 - Lei dos Crimes Fiscais](#), no [Decreto-Lei no 201, de 27 de fevereiro de 1967](#), e na [Lei no 1.079, de 10 de abril de 1950](#), sem prejuízo das penalidades financeiras previstas contratualmente.

Art. 30. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 30 de dezembro de 2004; 183^o da Independência e 116^o da República.

LUIZ	INÁCIO	LULA	DA	SILVA
<i>Bernard</i>				<i>Appy</i>
<i>Nelson Machado</i>				

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 31.12.2004

<http://www.presidencia.gov.br/ccivil/ Ato2004-2006/2004/Lei/L11079.htm>