

2) Em apreciação ao Recurso de Ofício:
2.1 Pela procedência do auto de infração ou da notificação de débito

Nº	PROCESSO	A.I.	EMPRESA	UF
01	46397.000292/2006-79	012042447	Fernando Pereira Rangel	SP

HÉLIDA ALVES GIRÃO

RETIFICAÇÃO

No despacho SIT de 27 de janeiro 2012, publicado em 30 de janeiro de 2012, Seção 1, pág 180, onde se lê: recurso voluntário

Nº	PROCESSO	A.I.	EMPRESA	UF
01	47747.004410/2009-14	019473770	Banco Mercantil do Brasil S/A	MG

Leia-se: recurso de Ofício

Nº	PROCESSO	A.I.	EMPRESA	UF
01	47747.004410/2009-14	019473770	Banco Mercantil do Brasil S/A	MG

SECRETARIA DE RELAÇÕES DO TRABALHO

DESPACHOS DA SECRETÁRIA

Em 5 de outubro de 2011

Arquivamento.

A Secretária de Relações do Trabalho, no uso de suas atribuições legais, resolve ARQUIVAR os processos de pedido de registro sindical dos sindicatos abaixo relacionados, por não cumprir as exigências legais, conforme o disposto no art. 4º da antiga portaria 343/00 ou no art. 5º da atual Portaria nº. 186/2008

Processo	46214.000829/2008-63
Entidade	Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais de Santana do Piauí.
CNPJ	35.127.711/0001-06.
Fundamento	NOTA TÉCNICA/CGRS/SRT/DICNES/Nº. 1325/2011

Ministério do Turismo

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO

PORTARIA Nº 6, DE 30 DE JANEIRO DE 2012

Institui no âmbito da EMBRATUR o Programa de Apoio à Promoção Internacional de Voos Fretados.

O Presidente da EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, no uso de suas atribuições conferidas pelo art. 4º da Lei n. 8.181, de 28 de março de 1991, art. 14 da Estrutura Regimental, aprovada pelo Decreto nº 6.916, de 29 de julho de 2009, e art. 5º do Regimento Interno aprovado pela Portaria MTur nº 108, de 30 de junho de 2011, e considerando:

- a importância de ampliar o acesso, por meio da oferta de voos, a turistas dos mercados prioritários ou relevantes para os produtos turísticos brasileiros;
- a necessidade de aumentar a diversificação de produtos turísticos brasileiros e de mercados internacionais como plataforma de desenvolvimento do turismo receptivo no Brasil;
- o impacto positivo das ações de promoção de voos fretados, de forma a potencializar a ocupação e garantir um maior número de turistas oriundos dos mercados emissores;
- a imprescindibilidade de assegurar um trabalho constante de projeção da imagem do Brasil como destino turístico, especialmente nos mercados prioritários;
- as estratégias definidas no Plano Aquarela 2020 - Marketing Turístico Internacional do Brasil, no que tange ao posicionamento do País visando ao crescimento da entrada de turistas internacionais e seus gastos; resolve:

Art. 1º - Fica instituído o Programa de Apoio à Promoção Internacional de Voos Fretados, denominado "Voo Direto", no âmbito da EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, na forma do anexo desta Portaria.

Art. 2º - O Programa destina-se ao apoio financeiro à promoção internacional de voos fretados realizados por meio de projetos apresentados pelos Estados e abrangerá:

I - atividades promocionais em eventos, viagens de familiarização, viagens de imprensa, produção de material promocional e campanhas publicitárias; e

II - a realização de pesquisas qualitativas destinadas a aumentar o nível de conhecimento sobre o perfil e os interesses dos turistas usuários desses voos, visando estabelecer parâmetros de planejamento para ações futuras de sustentabilidade dos voos fretados.

Art. 3º - São objetivos do Programa:

I - a ampliação do acesso de turistas aos aeroportos brasileiros, gerando reflexos no aumento do número de estrangeiros que visitam o País;

II - ampliar a oferta de destinos turísticos nacionais, com a inclusão daqueles não atendidos ou menos atendidos por ligações diretas com mercados potenciais;

III - aumentar a oferta de acesso em mercados com capacidade de incremento no número de turistas que se destinam ao Brasil;

IV - o desenvolvimento de novas conexões com novos mercados, não adequadamente alcançados pela malha comercial regular;

V - otimizar a capacidade operacional dos aeroportos internacionais do Brasil;

VI - produzir informações sobre perfil, comportamento e expectativas dos turistas, melhorando o conhecimento qualitativo necessário ao desenvolvimento do Programa e ao planejamento de novas ações; e

VII - a realização de ações conjuntas com outros órgãos e entes públicos, visando à melhor consecução dos demais objetivos elencados.

Art. 4º - Os Estados interessados em aderir ao Programa deverão elaborar Plano Promocional, contendo as seguintes informações técnicas:

I - Justificativa;

II - Objetivos;

III - Estratégias;

IV - Recursos físicos, materiais e humanos;

V - Acompanhamento e Avaliação.

Art. 5º - Cabe aos Estados estabelecer parcerias para atração de novos voos fretados, elaborar os planos promocionais, executar o plano aprovado, monitorar e avaliar os resultados.

Art. 6º - Compete à EMBRATUR aprovar o plano promocional, transferir os recursos aprovados, monitorar e avaliar os resultados.

§ 1º - No âmbito da EMBRATUR, o Programa será executado sob a coordenação da Diretoria de Mercados Internacionais.

§ 2º - O edital relativo à execução do Programa no ano de 2012 será divulgado no próximo dia 10 de fevereiro.

§ 3º - Em 2012, a EMBRATUR destinará ao Programa R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais), que serão alocados de acordo com a análise técnica dos Planos Promocionais apresentados pelos Estados, nos termos do edital a que se refere o § 2º.

Art. 7º - Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação.

FLÁVIO DINO

ANEXO

PROGRAMA DE APOIO À PROMOÇÃO INTERNACIONAL DE VOOS FRETADOS

Programa "Voo Direto"

I - INTRODUÇÃO

O Brasil recebe atualmente cerca de 5,5 milhões de turistas estrangeiros, que chegam ao país majoritariamente pelas fronteiras terrestres e pelos aeroportos internacionais. De acordo com a OMT - Organização Mundial de Turismo, que lança projeções estimulantes e desafiadoras para o crescimento dos fluxos turísticos internacionais, o turista internacional movimenta-se numa base de 2/3 em âmbito intraregional e 1/3 em viagens de longa distância. Desta forma, há a necessidade de que a estratégia de promoção do país considere um composto de origens, motivações e destinos no Brasil, que nos permita ampliar de forma consistente os números do turismo nacional e trilhar um caminho vigoroso de crescimento que alcance a projeção de dobra até 2020 - no que se refere às chegadas de turistas internacionais.

Processo	46208.008780/2009-57
Entidade	STTR - Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais do Município de Palminópolis GO
CNPJ	11.114.836/0001-33
Fundamento	NOTA TÉCNICA/CGRS/SRT/DICNES/Nº. 1326/2011

Processo	46206.016158/2009-32
Entidade	Sindicato dos Agricultores Familiares e Empreendedores Familiares Rurais do Distrito Federal - SAFER-DF
CNPJ	11.371.313/0001-72
Fundamento	NOTA TÉCNICA/CGRS/SRT/DICNES/Nº. 1327/2011

Em 31 de janeiro de 2012

Pedido de Alteração Estatutária.

A Secretária de Relações do Trabalho, no uso de suas atribuições legais, considerando o preenchimento dos requisitos para a publicação do pedido de alteração estatutária, dá ciência do requerido pela(s) entidade(s) abaixo mencionada(s), ficando aberto o prazo de 30 (trinta dias), para que os interessados possam se manifestar nos termos da Portaria Nº 188, de 05 de julho de 2007 e Portaria 186/2008 publicada no DOU em 14 de abril de 2008

Processo	46238.000001/2010-51
Entidade	Sindicato dos Trabalhadores Rurais de São Gotardo, Tiros e Matutina - MG
CNPJ	04.304.295/0001-40
Abrangência	Intermunicipal
Base Territorial	São Gotardo, Tiros e Matutina-MG

Categoria Profissional-Trabalhadores e trabalhadoras rurais: assalariados e assalariadas rurais, empregados permanentes, safristas e eventuais na agricultura, criação de animais, silvicultura, hortifruticultura e extrativismo rural; e agricultores e agricultoras que exerçam atividades individualmente ou em regime de economia familiar, na qualidade de pequenos produtores, proprietários, posseiros, assentados, meeiros, parceiros, arrendatários, comodatários e extrativistas.

ZILMARA DAVID DE ALENCAR

Em face de limitações conjunturais nas estruturas de chegada ao país, é necessário incorporar, em nosso portfólio de ferramentas de promoção, um programa especificamente focado no apoio a novos voos fretados com destino ao Brasil, que atendam por um lado a diversificação de origens de turistas, ainda que em mercados já atendidos (por exemplo, ampliando o número de portões de saída desse mercado) e, por outro lado, diversificando os portões de entrada em nosso país que, por ser continental precisa ampliar de forma significativa o acesso direto aos seus destinos turísticos.

II - CONTEXTO

O turismo internacional tem se mostrado uma atividade em franca expansão no mundo, impulsionada pelos grandes fluxos internacionais de pessoas, que geram importantes benefícios sociais e econômicos para países como o Brasil, dotados de ampla oferta de atrativos naturais e culturais.

Embora fatores conjunturais, como a crise econômica mundial, tenham afetado a partir do segundo semestre de 2008 a velocidade de crescimento dos movimentos turísticos internacionais, a Organização Mundial do Turismo mantém as previsões de que em 2020 o volume de viagens ao exterior superará 1,5 bilhões. Demonstração clara de que, ainda que haja fatores externos capazes de influenciar no desenvolvimento da atividade, o turismo tem alta capacidade de recuperação e retomada de fluxos de turistas, principalmente no âmbito intra-regional.

É fato que cada vez mais um número maior de pessoas, inclusive em países que até recentemente estavam fora dos movimentos turísticos mundiais, estão sendo estimuladas e motivadas para se deslocarem a destinos turísticos domésticos ou estrangeiros, incorporando o item viagem em suas cestas de consumo.

Paralelamente, a cada ano mais e mais países investem no turismo e emergem como destinos turísticos no cenário global, atraídos pela significativa capacidade de contribuição da atividade para o desenvolvimento das nações e favorecidos pela constante procura, empreendida por turistas internacionais, por destinos que proporcionem uma experiência única e inovadora.

Nesse passo, verificam-se padrões de qualidade mais elevados para satisfazer o turista cada vez mais experiente e exigente, bem como aumentos contínuos de investimentos em marketing por parte dos países que buscam, nesse ambiente cada vez mais profissionalizado e competitivo, um posicionamento mais eficaz nos mercados internacionais e no imaginário do consumidor estrangeiro.

As análises sobre a posição competitiva do Brasil no contexto do turismo internacional indicam que, após cinco anos de investimentos em marketing orientados pelo Plano Aquarela, o país conseguiu atingir em 2009 o posicionamento que havia sido proposto, ocupando a liderança como destino turístico na América do Sul e estando entre as 10 maiores economias do turismo no mundo.

O posicionamento competitivo atual do Brasil combina fatores como o patrimônio natural, a cultura e o estilo de vida, elementos que caracterizam sua oferta turística. No entanto, ainda existem alguns hiatos entre o que o país tem hoje preparado para atender aos turistas internacionais e o que está colocado ao alcance dos consumidores no mercado internacional pelos canais de distribuição do trade (empresas/instituições e profissionais autônomos do setor de turismo que são o público-alvo dos trabalhos desenvolvidos pela EMBRATUR no exterior).