



**PLANO DIRETOR  
DE TURISMO**

# **ABET** Agência Brasileira de Engenharia Turística

---

**VOLUME V  
DIRETRIZES  
MUNICÍPIO DE CASTILHO - SP  
ANO - 2016**





**DIRETRIZES**



PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTILHO - SP

Departamento de Turismo do Município de Castilho  
São Paulo - 2016

# REALIZAÇÃO

## PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTILHO

Joni Marcos Buzachero - Prefeito

Paulo Duarte Boaventura - Vice-Prefeito

## DEPARTAMENTO DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE CASTILHO

Wânia Regina Simões – Turismóloga

## COORDENAÇÃO GERAL ABET – Agência Brasileira de Engenharia Turística

Dener Henrique Fonseca – Turismólogo

# Sumário

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>CONTEXTUALIZAÇÃO</b> .....	<b>7</b>
2.1	Visão de futuro.....	7
2.2	Questões-chave .....	7
2.3	Conclusão.....	10
<b>3.</b>	<b>DIRETRIZES</b> .....	<b>10</b>
3.1	Fortalecimento Normativo-Institucional.....	10
3.2	Fomento à Atividade Turística.....	11
3.3	Geração de Emprego e Incentivo ao Empreendedorismo .....	11
<b>4.</b>	<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b> .....	<b>12</b>
4.1	Conquistar o título de Município de Interesse Turístico .....	12
4.2	Aumentar a confiança da cadeia produtiva em relação ao turismo .....	12
4.3	Fortalecer a gestão compartilhada do turismo.....	13
4.4	Preparar Castilho para ser o principal destino de pesca esportiva + acessibilidade do Estado .....	13
<b>5.</b>	<b>METAS</b> .....	<b>14</b>
	Meta 1: Castilho, Município de Interesse Turístico.....	14
	Meta 2: Lei da Política Municipal de Turismo e sua regulamentação .....	14
	Meta 3: Conselho Municipal de Turismo deliberativo e coeso .....	14
	Meta 4: Sinalização turística implementada .....	15
	Meta 5: Sistema de informações turísticas implementado .....	15
	Meta 7: 20 atividades turísticas formatadas (10% Acessibilidade).....	16
	Meta 8: 1º publicação semestral do Guia Prático: O que fazer em Castilho .....	16
	Meta 9: Matéria de turismo na escola com grade curricular .....	16
	Meta 10: Calendário oficial de eventos para 2018 .....	17
	Meta 11: 1º publicação do Observatório do Turismo.....	17
	Meta 12: Sistema seguro de denuncia anônima.....	17
<b>6.</b>	<b>AÇÕES</b> .....	<b>18</b>
<b>6.1</b>	<b>Normatizar a atividade turística municipal</b> .....	<b>18</b>
6.1.1	Elaborar, aprovar e regulamentar a lei que dispõe sobre a Política Municipal de Turismo .....	18
6.1.2	Regulamentar as construções a beira rio .....	19
<b>6.2</b>	<b>Criar o Sistema de Informações Turísticas</b> .....	<b>19</b>

<b>6.3</b>	<b>Sensibilizar para o desenvolvimento sustentável do turismo</b> .....	21
6.3.1	Sensibilizar os municípios sobre as potencialidades turísticas de Castilho .....	21
6.3.2	Combater a exploração de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo .....	22
6.3.3	Combater a pesca predatória .....	22
<b>6.4</b>	<b>Fortalecer as instituições para gestão compartilhada do turismo</b> .....	23
6.4.1	Aumentar a estrutura pública responsável pelo planejamento e gestão do turismo .....	23
6.4.2	Selecionar, sensibilizar e integrar ao CONTUR as instituições com influência municipal.....	23
6.4.3	Fomentar a criação de associações setoriais da oferta turística .....	24
<b>6.5</b>	<b>Melhorar a infraestrutura turística</b> .....	24
6.5.1	Melhorar os acessos (públicos) aos empreendimentos e atrativos turísticos.....	24
6.5.2	Elaborar e executar o projeto de sinalização turística.....	25
6.5.3	Ampliar a infraestrutura da rampa pública de acesso ao Rio Paraná.....	25
6.5.4	Revitalizar a Estação Ferroviária .....	25
<b>6.6</b>	<b>Melhorar a qualidade e diversificar a oferta turística</b> .....	26
6.6.1	Diversificar a oferta turística por meio da criação de atividades turísticas .....	26
6.6.2	Capacitar e qualificar os prestadores de serviços turísticos .....	27
<b>6.7</b>	<b>Elaborar o Plano de Marketing do município</b> .....	27
6.7.1	Definir a identidade da marca turística de Castilho.....	27
6.7.2	Criar a publicação oficial semestral do turismo .....	27
6.7.3	Criar o mapa turístico oficial .....	28
6.7.4	Definir o calendário de participação em feiras e eventos para promoção turística .....	28
6.7.5	Povoar a internet com informações turísticas.....	28
6.7.6	Criar uma divisão para captação de eventos .....	30
6.7.7	Definir o calendário oficial de eventos do município .....	30
<b>REFERENCIAS</b> .....		<b>31</b>

# 1. INTRODUÇÃO

De acordo com a Metodologia aprovada pela Prefeitura Municipal de Castilho, o Produto 6 – Diretrizes determina **as diretrizes, objetivos estratégicos, metas e ações** que embasarão a elaboração dos programas e projetos que colocarão em prática as ações necessárias à correção de rumos do desenvolvimento turístico municipal com vistas a atingir a visão de futuro desejada pelos munícipes.

Para tanto, foi realizada, junto ao Conselho Municipal de Turismo - CONTUR, no dia 19 de abril de 2016, reunião de validação do Plano de Ações com o objetivo de:

- Revisitar as definições do Produto 5 – Prognóstico;
- Apresentar e validar as metas e o plano de ações.

Esclarece-se que a equipe técnica da Agência Brasileira de Engenharia Turística se reuniu e utilizou das construções participativas resultantes das etapas anteriores para agrupá-las em uma grade de Ações que foi expressa em um mapa estratégico, um trabalho extremamente técnico que, como descrito aqui, foi apresentado, discutido e validado pelos presentes na Reunião de validação do Plano de Ações.

## 2. CONTEXTUALIZAÇÃO

### 2.1 Visão de futuro

Para o contexto, é importante relembrar a visão de futuro desejada pelo governo municipal, empresariado e comunidade local. A visão de futuro foi definida pelos participantes do seminário de visão de futuro que ocorreu na fase de prognóstico. É uma ferramenta que nos mostra o que o município de Castilho quer ser no futuro como destino turístico.

**Proposta de posicionamento:** Castilho, destino de pesca e turismo sustentáveis.

**Perfil do turista:** Famílias cujo principal integrante é o pescador esportivo.

**Meta de posicionamento:** Ser o principal destino de pesca esportiva do Estado de São Paulo + Acessibilidade.

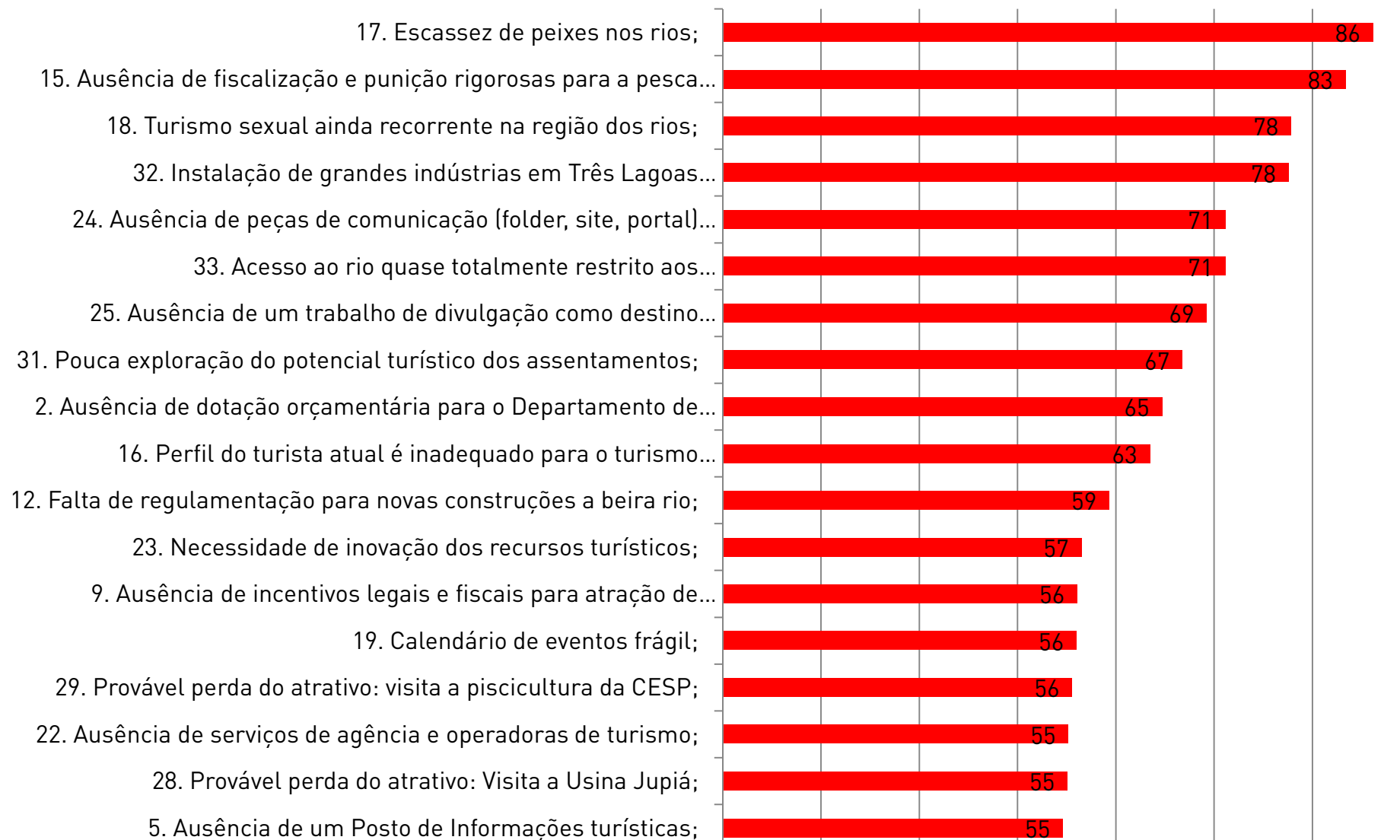
**Atividade principal:** Pesca esportiva.

**Atividades complementares:** Esportes náuticos, Passeios contemplativos de barco; Mergulho amador; Visita ao engenho de produção de cachaça; Visita ao orquidário; Dia de praia; Festival gastronômico (Pratos feitos pelos assentados); Concurso cultural (Manifestações culturais municipais); Tour pantaneiro; Cavalgada pantaneira; Trilhas ecológicas; Trem turístico; Visita a usina de geração de energia; Compra e exportação de artesanatos e produtos regionais; Calendário oficial de eventos.

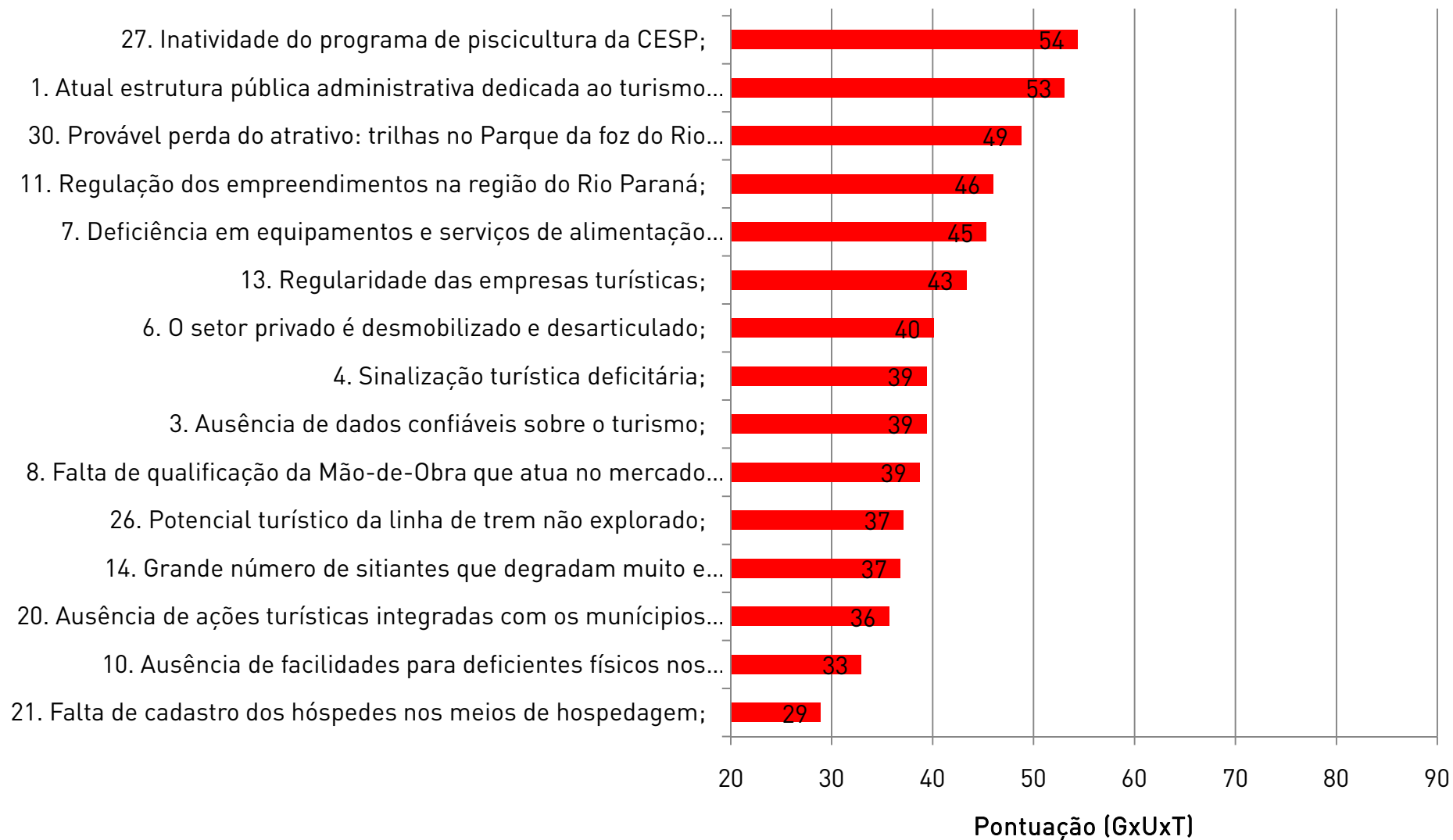
### 2.2 Questões-chave

Na fase de diagnóstico foram identificadas, pela opinião pública municipal, por meio de seminário, questões-chave que ditam o desenvolvimento do turismo municipal. Na fase de prognóstico foi realizado o seminário de Matriz GUT que teve como resultado a hierarquização desses problemas conforme segue abaixo:

## Gráfico - Gravidade x Urgência x Tendência







## 2.3 Conclusão

A conclusão do prognóstico nos mostrou que sem intervenção planejada o desenvolvimento natural do turismo não trará os resultados esperados pelos municípios. A visão de futuro validada pelo CONTUR não será atingida sem a elaboração de um plano de ações com vista à correção de rumos do desenvolvimento turístico municipal. Dessa forma, este documento traz as diretrizes, objetivos estratégicos, metas e ações que desenvolvidas de forma participativa pretende corrigir os rumos do desenvolvimento turístico natural de Castilho e atingir a visão de futuro desejada.

## 3. DIRETRIZES

Neste ponto, três direções básicas de atuação são definidas. A primeira é o fortalecimento das normas e das instituições com objetivo de criar um ambiente favorável à gestão eficiente e compartilhada do turismo. A segunda visa aumentar o incentivo do poder público tendo como objetivo alavancar o desenvolvimento da atividade turística municipal. A terceira busca usar como pano de fundo a atividade turística para aumentar o número de postos de trabalho e a criação de novas empresas.

### 3.1 Fortalecimento Normativo-Institucional

A maioria dos problemas apontados como entraves para o desenvolvimento turístico sustentável tem, em alguma medida, origem na fraca e desarticulada estrutura normativo-institucional de um destino turístico. As organizações públicas ou não governamentais, quando existentes, carecem de articulação e sensibilização quanto ao seu papel no planejamento e gestão do turismo. Falta união em um ambiente desfavorável pela carência de regras e normas que ordenam e facilitam os processos de gestão do turismo.

A atividade turística deve ser planejada de acordo com os interesses do governo municipal, do empresariado e da comunidade local e para que isso

aconteça é de suma importância que estes grupos estejam representados por suas instituições no Conselho Municipal de Turismo - CONTUR.

Além de um Conselho Municipal de Turismo representativo é preciso criar um ambiente favorável a gestão compartilhada do turismo por meio de leis que ditam regras que devem ser respeitadas e que permitam ajustar determinadas condutas ou atividades dos atores turísticos ao longo do processo.

### **3.2 Fomento à Atividade Turística**

Apesar da clareza do poder público quanto à importância sócio-econômica da atividade turística para o município, os recursos disponibilizados e ações de incentivo para o setor são escassos em comparação com outros setores. Uma política de estímulo a atividade turística deve reunir ações que visam o aumento de investimentos na infra-estrutura básica municipal, na capacitação da população e dos gestores públicos, na criação de incentivos fiscais para empresas cujo ramo de atividade seja o turismo e na divulgação institucional do destino.

### **3.3 Geração de Emprego e Incentivo ao Empreendedorismo**

A atividade turística faz parte do setor de serviços, estratégico na geração de emprego e renda por meio do empreendedorismo. A diversidade de postos de trabalho é grande pela própria natureza da atividade, veemente no uso de recursos humanos. As possibilidades de empreender no setor também são boas por exigir um baixo investimento inicial. Dessa forma a orientação é criar mais postos de trabalho e aumentar o número de empresas tendo a atividade turística como pano de fundo.

## 4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Com base no diagnóstico e prognóstico da oferta turística e tendo como referência as diretrizes, identificam-se quatro grandes objetivos a serem alcançados no decorrer da execução desse plano:

### 4.1 Conquistar o título de Município de Interesse Turístico

São Paulo tem, atualmente, 70 estâncias turísticas. A lei complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015 cria uma nova classificação, além da estância turística, o município de interesse turístico. 140 é o número de municípios que serão reconhecidos como Municípios de Interesse Turístico que é o 1º degrau para se tornar uma estância turística. A cada 3 anos 3 municípios de interesse turístico se tornarão estâncias e 3 estâncias serão rebaixadas a nível de município de interesse turístico. Ações presentes neste plano buscam cumprir as exigências do Estado para que o município de Castilho se torne um Município de Interesse Turístico e já na primeira avaliação avance para o Título de Estância Turística. A diferença, resumidamente, entre ser uma estância e um município de interesse turístico está no volume de recurso destinado ao município. Um município de interesse turístico recebe em média 20% do recurso recebido por uma estância.

### 4.2 Aumentar a confiança da cadeia produtiva em relação ao turismo

O setor de turismo é complexo, tanto em seu planejamento quanto em sua gestão. Muitos atores, muitas variáveis, objetivos distintos e às vezes conflitantes entre os envolvidos, falta de recursos e descontinuidade da administração pública são alguns fatores que dificultam a execução de planos. Grande parte dos municípios brasileiros já recebeu consultorias no intuito de elaborar planos de desenvolvimento turístico que no decorrer do processo não atingiram as expectativas. Com o tempo essas ações sem resultado fazem com

que a população perca a credibilidade na atividade turística. Visto isso, o principal objetivo do Plano Diretor de Turismo, nesses primeiros 4 anos é resgatar a credibilidade da população com a atividade turística. É a população motivada que faz o turismo acontecer e para isso é preciso retomar a confiança da iniciativa privada junto ao poder público e vice-versa e também a confiança da população em relação aos benefícios do turismo.

### **4.3 Fortalecer a gestão compartilhada do turismo**

Para o desenvolvimento sustentável da atividade turística o governo local, empresariado e população devem trabalhar juntos em um ambiente favorável onde todos sabem dos seus direitos e obrigações. As discussões relacionadas ao planejamento e gestão do turismo devem acontecer de forma participativa e dentro do Conselho Municipal de Turismo que é formado por instituições que representam cada um desses 3 grupos de atores locais. Estas instituições devem estar tecnicamente preparadas e sensíveis a atividade turística para que a gestão compartilhada do turismo seja eficiente.

### **4.4 Preparar Castilho para ser o principal destino de pesca esportiva + acessibilidade do Estado**

Castilho é privilegiada por abrigar em seu território tanto potencial turístico. O Rio Paraná, o Rio Tietê, o Rio Aguapeí são recursos naturais que já fazem de Castilho um dos principais destinos de pesca do Brasil. Do ponto de vista do turismo é preciso preparar toda a cadeia produtiva para trabalhar alinhada com a proposta de posicionamento definida e alcançar a visão de futuro almejada pelos munícipes. Isto será de suma importância para projetar da imagem de Castilho como o principal destino de pesca esportiva e com excelência na acessibilidade do Estado de São Paulo.

## 5. METAS

As metas estão conectadas com os objetivos estratégicos e foram estabelecidas para o horizonte que se estende até o ano de 2019.

### **Meta 1: Castilho, Município de Interesse Turístico**

Ser reconhecido pelo Estado de São Paulo como Município de Interesse turístico conforme lei complementar nº 1261 de 29 de abril de 2015 e passar a receber recursos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos.

Prazo final: 2º Semestre de 2016

### **Meta 2: Lei da Política Municipal de Turismo e sua regulamentação**

Lei da Política Municipal de Turismo aprovada na câmara dos vereadores e sua regulamentação aprovada por decreto é base para o desenvolvimento sustentável do turismo e, portanto é nossa segunda meta.

Prazo final: 2º Semestre de 2016

### **Meta 3: Conselho Municipal de Turismo deliberativo e coeso**

Com vistas a gestão compartilhada do turismo a meta é um Conselho Municipal de Turismo deliberativo, coeso, com expressiva representatividade, tecnicamente competente e sensível aos benefícios da atividade turística. O CONTUR ainda deve contar com um Fundo Municipal de Turismo e atuar tendo como base o Plano Diretor de Turismo e amparados pela lei da Política Municipal de Turismo.

Prazo final: 1º Semestre de 2017

#### **Meta 4: Sinalização turística implementada**

Visando a melhoria da sinalização turística municipal deverá ser elaborado o projeto executivo de sinalização turística que irá prever a instalação de placas de sinalização turística para pedestres e veículos, em estradas e percursos fora de estrada em ambiente urbano e rural. Com o projeto pronto sua execução deverá ser realizada resultando na instalação das placas de sinalização turística.

Prazo final: 2º Semestre de 2017 – Projeto executivo.

Prazo final: 1º Semestre de 2018 – Instalação da sinalização.

#### **Meta 5: Sistema de informações turísticas implementado**

Visando a gestão eficiente da informação turística municipal uma das metas mais importantes a serem atingidas é a implementação do Sistema de Informações Turísticas e seu correto funcionamento. É imprescindível que o Sistema seja composto basicamente pelo Cadastro Municipal de Turismo, o Observatório do Turismo e o dispositivo de divulgação na internet (Portal Turístico) e que permita sua gestão por meio de software especializado em gestão da informação turística.

Prazo final: 2º Semestre de 2017

#### **Meta 6: 20 roteiros qualificados como guias turísticos**

Com os trabalhos de sensibilização e capacitação os resultados esperados apontam para a formação de um grupo seletivo de 20 guias turísticos que terão o papel de agentes multiplicadores e fiscalizadores da atividade turística municipal.

Prazo final: 2º Semestre de 2017

### **Meta 7: 20 atividades turísticas formatadas (10% Acessibilidade)**

Com intuito de diversificar a atividade turística, uma das ações a ser executada é a roteirização turística que terá como resultado a formatação de no mínimo 20 atividades turísticas comercializáveis. O objetivo é conseguir responder a pergunta do turista: O que há para fazer em Castinho? Com no mínimo 20 opções distintas. Dentre as atividades, 10% ou seja, no mínimo duas, devem estar preparadas para atender pessoas com algum tipo de deficiência física.

Prazo final: 2º Semestre de 2017

### **Meta 8: 1º publicação semestral do Guia Prático: O que fazer em Castilho**

Com a formatação das atividades turísticas a meta é lançar um guia prático onde o turista irá encontrar todas as informações necessárias para aproveitar o destino turístico de Castilho. O que fazer, onde comer e dormir e informações sobre a infraestrutura de apoio devem estar presentes nessa, que será a publicação oficial do turismo de Castilho.

Prazo final: 2º Semestre de 2017

### **Meta 9: Matéria de turismo na escola com grade curricular**

Espera-se com o desenvolvimento do Plano Diretor de Turismo um alinhamento entre o Departamento de Turismo e a Secretaria de Educação na formulação de conteúdo relacionado ao turismo para os alunos de escolas públicas e privadas do Município de Castilho. Como resultado espera-se a grade curricular definida e os agentes educadores preparados para sua implementação no 1º semestre de 2018.

Prazo final: 2º Semestre de 2017



### **Meta 10: Calendário oficial de eventos para 2018**

Com o desenvolvimento das ações presentes no Plano Diretor de Turismo, espera-se uma definição do calendário oficial de eventos para o ano de 2018.

Prazo final: 2º Semestre de 2017

### **Meta 11: 1º publicação do Observatório do Turismo**

Com o Sistema de Informações Turísticas implementado, a prova de sua eficiência será a 1º publicação do Observatório do Turismo que trará dados sobre o comportamento da atividade turística a luz da oferta e demanda e um relatório de oportunidade de negócios para empresários e investidores.

Prazo final: 2º Semestre de 2017

### **Meta 12: Sistema seguro de denuncia anônima.**

Buscando frear a pesca predatória, ações de fiscalização e sensibilização estão sendo proposta pelo Plano Diretor de Turismo. Com a população sensível aos danos causados pela pesca predatória e dotadas de uma ferramenta de denúncia anônima, as ações de fiscalização se tornam mais eficientes. Nessa perspectiva a meta é desenvolver um sistema seguro de denuncia anônima para estimular a população local a contribuir com o combate a pesca predatória.

Prazo final: 2º Semestre de 2017

## 6. AÇÕES

Apresenta-se aqui um conjunto de ações que deverão ser apoiadas ou implementadas pelo Departamento de Turismo do Município de Castilho, em conjunto com os diversos atores do setor de turismo devidamente representados no Conselho Municipal de Turismo, de modo a superar as questões-chave e atingir as metas estabelecidas.

### 6.1 Normatizar a atividade turística municipal

#### 6.1.1 Elaborar, aprovar e regulamentar a lei que dispõe sobre a Política Municipal de Turismo

Normatizar a atividade turística por meio de lei tem por finalidade orientar a atuação da administração pública e da sociedade civil organizada, segundo os imperativos da democracia e da justiça.

A Política Municipal de Turismo deve estar em sintonia com a Lei Orgânica do Município, com Plano Diretor Municipal e Plano Diretor de Turismo, garantindo a conformidade entre as legislações e fortalecendo os compromissos do poder executivo e legislativo com a população.

Instituir o Plano Diretor de Turismo e criar uma dotação orçamentária para execução dos programas e projetos frutos dele é o principal objetivo dessa ação além de tratar dos seguintes pontos:

- Instituir o Cadastro Municipal de Turismo;
- Normatizar a instalação de sinalização turística;
- Estabelecer critérios para participação do *trade* na publicidade institucional;
- Instituir o cadastro obrigatório do turista em meios de hospedagem;
- Instituir a matéria de turismo nas escolas.
- Definir atribuições e organização do departamento ou pasta de turismo;
- Especificar as competências administrativas;

- Estabelecer as áreas de interesse turístico;
- Normas para o funcionamento das atividades e empreendimentos turísticos;
- Capacidade de carga dos atrativos e das atividades;
- Multas e sanções para o descumprimento do disposto em lei.

### **6.1.2 Regulamentar as construções a beira rio**

Castilho conta com três bairros a beira, Porto Independência, Beira Rio e Vila dos Operadores que se encontra na parte superior da Usina de Jupirá. Mais de 400 empreendimentos, entre ranchos e pousadas, foram construídos as margens do rio Paraná em Área de Proteção Permanente (APP).

Essa ação tem por finalidade buscar alternativas de regularização das construções a beira rio para que o turismo possa se desenvolver, visto que a maioria dos proprietários não registra sua empresa e não investe na melhoria dos seus empreendimentos com receio da desapropriação.

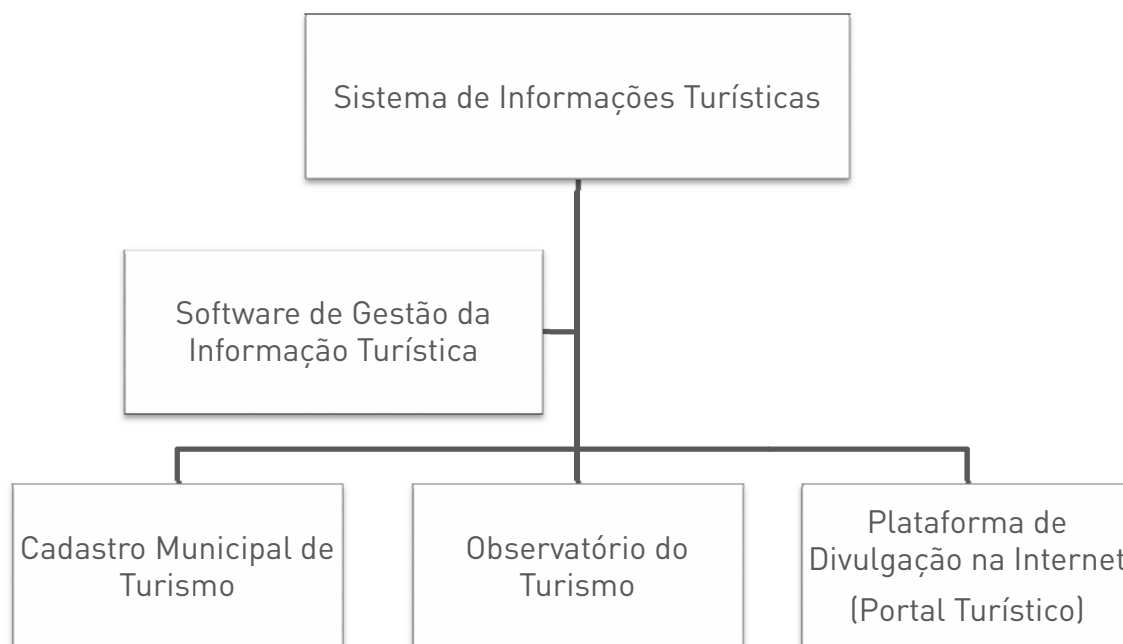
## **6.2 Criar o Sistema de Informações Turísticas**

Na era em que vivemos, uma empresa competitiva tem uma base tecnológica adequada às demandas dos clientes. Na atividade turística, as instituições responsáveis pela gestão e planejamento do turismo, seja a nível Municipal, Estadual ou Federal, têm a necessidade de identificar, coletar, processar, armazenar, manter atualizadas e distribuir informações de meios de hospedagem, agências receptivas, empresas de transporte, atrativos turísticos, espaços para eventos, restaurantes entre outras que formam a impressionante cadeia produtiva do turismo e que são indispensáveis à atividade. Além, é claro, da necessidade de gerar relatórios sobre o comportamento da atividade turística, tendências, oportunidades de negócios e os resultados de suas ações voltadas para o turismo.

Para Sheldon (1989), a informação é o sangue da indústria turística, a coleta, o processamento, a armazenagem e a distribuição de informações são extremamente importantes para a atividade, uma vez que para vender o produto turístico, é necessário divulgar a informação que o caracteriza de acordo com as expectativas dos turistas que estão em busca de informações sobre serviços e atrações, dos profissionais do turismo<sup>1</sup> que buscam informações sobre a infraestrutura turística e dos investidores<sup>2</sup> que buscam informações sobre as tendências e oportunidades de negócios.

O processo de compra de um produto turístico é facilitado quando a informação está disponível, de forma atualizada aos turistas e aos profissionais do setor. É o SIT – Sistema de Informações Turísticas que irá permitir aos gestores e planejadores do turismo aperfeiçoar o fluxo de informação dentro do destino e melhorar o tempo de resposta a solicitações da demanda em um mercado cada vez mais competitivo.

Estrutura básica do SIT – Sistema de Informações turísticas:



<sup>1</sup> Organizadores de eventos, agente de viagens entre outros que geram fluxo para o destino por meio de grupos organizados.

<sup>2</sup> Agentes exteriores ao destino que buscam iniciar um negócio ou agentes internos que visam ampliar sua atividade.

O Cadastro Municipal de Turismo é uma ferramenta, que amparada por lei, tem por finalidade captar informações da cadeia produtiva do turismo. Proprietários de meios de hospedagem, atrativos turísticos, agências, gestores públicos, entre outros, cadastram informações sobre a oferta e demanda turística, alimentando assim o banco de dados do sistema.

O Observatório do Turismo é responsável por gerar relatórios de oportunidades de negócios e comportamento da oferta e da demanda turística com base no banco de dados do Cadastro Municipal de Turismo.

A plataforma de divulgação na internet (Portal Turístico) será a principal ferramenta de divulgação das informações turísticas do destino. Com duas frentes, uma para o turista e outra para o profissional de turismo, o site deve ser um canal eficiente de comunicação entre os gestores e o público.

Para ser viável, todo sistema deve funcionar com auxílio de um software de gestão da informação turística que permite a realização do cadastro de informações turísticas diretamente pela cadeia produtiva do turismo. Que gere os relatórios do observatório de turismo e divulgue informações sobre a oferta turística de forma automatizada no portal turístico do destino.

### **6.3 Sensibilizar para o desenvolvimento sustentável do turismo**

#### **6.3.1 Sensibilizar os munícipes sobre as potencialidades turísticas de Castilho**

O envolvimento da comunidade, diretamente ligada a atividade turística ou não, é fundamental para o desenvolvimento sustentável do turismo em qualquer localidade. A finalidade é criar uma consciência turística ao mostrar aos gestores público, empresários e população local os benefícios que o turismo pode trazer para o município e as atratividades que a cidade pode oferecer ao turista.

Implementar a matéria de turismo na escola visa mostrar a comunidade, por meio de alunos regularmente matriculados na rede de ensino, o potencial da atividade turística do município. Uma grade curricular deverá ser criada, com base no nível educacional de cada estágio escolar e implementada em sala de aula e fora dela (Formação teórica e prática).

Assim como a introdução da matéria de turismo na escola outra parcela da população precisa ser atingida. É preciso fazer com que os munícipes conheçam suas riquezas, seus atrativos e possam falar com propriedade e se sentirem orgulhosos de sua cidade.

Ainda nessa perspectiva é importante que o *trade* turístico conheça seus parceiros, por meio de seminários e visitas técnicas, para que possa fazer uma boa indicação ao seu cliente e assim criar uma rede de divulgação turística entre eles.

### **6.3.2 Combater a exploração de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo**

Atualmente o perfil de turista que freqüenta Castilho é homem, casado que viaja com amigos para pescar. Na proposta de posicionamento definida pelos atores do turismo fica clara a intenção de mudar o perfil do atual turista que freqüenta Castilho.

Aliado a isso, é de suma importância, a sensibilização da cadeia produtiva do turismo dando publicidade às informações de utilidade pública visando a prevenção e o enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes.

### **6.3.3 Combater a pesca predatória**

A escassez de peixes nos rios de Castilho é uma realidade, em grande parte, devido à pesca predatória realizada por turistas e pelos próprios

moradores. A principal atividade turística de Castilho é a pesca, sem peixe não tem pesca.

A proposta de posicionamento relacionada ao desenvolvimento sustentável do turismo em Castilho definiu como atividade principal a pesca esportiva, ou seja, o turista pesca e devolve o peixe ao rio.

Outra linha de atuação é a capacitação dos piloteiros. O objetivo é transformar esses profissionais em guias turísticos sensibilizados quanto a importância do combate a pesca predatória e capacitados para atuarem como agentes fiscalizadores.

Por outro lado é fundamental aumentar a fiscalização por parte dos órgãos competentes e desenvolver um sistema de denúncia anônima e segura.

#### **6.4 Fortalecer as instituições para gestão compartilhada do turismo**

##### **6.4.1 Aumentar a estrutura pública responsável pelo planejamento e gestão do turismo**

Vários problemas que freiam o desenvolvimento do turismo, apontados pela opinião pública, têm causa na estrutura pública deficitária que é responsável pela gestão do turismo. A finalidade é fortalecer o departamento de turismo para conseguir cumprir com suas obrigações. Atualmente a Diretoria de Turismo conta apenas com a Diretora de Turismo. Para gerir de forma eficiente o Plano Diretor de Turismo o departamento precisa de no mínimo mais um técnico em turismo, além de consultoria técnica específica.

##### **6.4.2 Selecionar, sensibilizar e integrar ao CONTUR as instituições com influência municipal**

Várias instituições indiretamente ligadas ao turismo têm papel fundamental na gestão da atividade turística municipal. A polícia ambiental é

um exemplo no caso de Castilho, a associação comercial, a igreja católica, as igrejas protestantes, as associações que representam os assentamentos são outras, que devem possuir cadeira no Conselho Municipal de Turismo. Sensibilizar essas instituições e incluí-las formalmente no desenvolvimento turístico municipal é de suma importância para aumentar a eficiência da gestão da atividade turística.

#### **6.4.3 Fomentar a criação de associações setoriais da oferta turística**

Castilho carece de associações de classe. A cadeia produtiva do turismo não conta com representação institucional junto ao Conselho Municipal de Turismo. É fundamental um estímulo a criação de associações setoriais por parte do poder público para que se garanta a representatividade setorial da oferta turística junto ao CONTUR.

### **6.5 Melhorar a infraestrutura turística**

#### **6.5.1 Melhorar os acessos (públicos) aos empreendimentos e atrativos turísticos**

Os acessos precisam estar em boas condições para dinamizar a atividade turística. A atenção aqui vai para o acesso ao bairro Porto Independência que sofre com o tráfego de veículos pesados.

A pavimentação do acesso ao porto independência é uma prioridade em relação ao desenvolvimento turístico do município. Todavia o recurso financeiro para tal empreendimento é elevado e necessita captação externa. Enquanto a pavimentação não ocorre é importante manter o acesso, que atualmente ocorre por estrada de terra, em boas condições.



### **6.5.2 Elaborar e executar o projeto de sinalização turística**

O turista, por estar fora de seu local habitual de convívio, depende de sinalização turística para encontrar os locais de interesse dentro de um destino. É fundamental manter uma estrutura de sinalização padronizada e que ofereça segurança ao visitante. Um bom projeto de sinalização tem potencial para capilarizar o fluxo turístico dentro do município e gerar receita para o Fundo Municipal de Turismo. A sinalização turística do município de Castilho é deficitária e deve ser melhorada visando a instalação de placas para pedestres e veículos em vias públicas e percursos fora de estrada.

É possível, aproveitando o mobiliário urbano da sinalização turística, alimentar o Fundo Municipal de Turismo com recursos oriundos da iniciativa privada. Para tanto é necessário definir as normas técnicas para uso dos mastros de sinalização pública para instalação de sinalização privada.

### **6.5.3 Ampliar a infraestrutura da rampa pública de acesso ao Rio Paraná**

Com a instalação de ranchos e pousadas a beira do Rio Paraná, o acesso ao rio por pessoas não ligadas a estes empreendimentos ficou comprometida. A prefeitura de Castilho terminou a reforma da rampa pública de acesso ao rio Paraná que está localizada no bairro Beira Rio. A obra é fundamental para dinamizar a atividade turística visto que a rampa é infraestrutura básica para os turistas que visitam a região. Todavia falta complementar a estrutura com um estacionamento e sanitários.

### **6.5.4 Revitalizar a Estação Ferroviária**

A Estação Ferroviária Alfredo de Castilho foi inaugurada em 1937, atualmente não é utilizada visto que a estrada de ferro que liga Andradina-SP a Três Lagoas-MS, passando por Castilho só transporta trens de carga.

A revitalização da estação é o primeiro passo para o projeto do trem turístico que pretende ligar Castilho a Três Lagoas. O trecho tem forte apelo turístico por atravessar o Rio Paraná pela ponte de ferro Francisco Sá e pela vista privilegiada da Usina Hidrelétrica de Jupia.

## **6.6 Melhorar a qualidade e diversificar a oferta turística**

### **6.6.1 Diversificar a oferta turística por meio da criação de atividades turísticas**

O Município de Castilho tem potencial turístico para muito mais do que oferece atualmente para o turista. A diversificação das atividades tende a aumentar o número de visitantes, seu tempo de permanência e minimizar problemas sazonais como, por exemplo, o período da Piracema.

O ponto de partida é trabalhar com a venda de atividades turísticas e não mais atrativos. O objetivo, a exemplo: É vender um dia de pesca esportiva no Rio Paraná ao invés de vender o Rio Paraná. A atividade turística é de fácil criação e mais comercial que o atrativo.

Castilho tem um grande potencial turístico, mas poucas atividades turísticas sendo comercializadas como produto. Trabalhar a roteirização turística no município tem como finalidade responder a pergunta que o turista faz: “O que há para fazer em Castilho?” É nesse momento, a exemplo, que se transforma uma estrada rural em um roteiro para ciclistas e se cria uma atividade turística. Outro exemplo é oferecer um prato típico de um assentamento como uma atividade turística e não só como um alimento, ainda oferecer um passeio contemplativo de barco a foz do rio Aguapeí, todavia para isso ser feito é necessário um acompanhamento técnico. Atividades turísticas que envolvem experiências estão em alta no mercado turístico e Castilho deve aproveitar esse momento.

### **6.6.2 Capacitar e qualificar os prestadores de serviços turísticos**

Castilho tem como proposta de posicionamento a mudança do perfil atual do turista para um turista mais exigente. Em suma Castilho pretende trocar o pescador atual pelo pescador esportivo que viaja em companhia de sua família. Para tanto será preciso fazer algumas alterações na oferta turística atual, a começar pela capacitação e qualificação dos prestadores de serviços turísticos que podem acontecer por meio de cursos de capacitação e recomendações técnicas para melhoria dos serviços e estrutura física oferecida.

## **6.7 Elaborar o Plano de Marketing do município**

### **6.7.1 Definir a identidade da marca turística de Castilho**

Os destinos turísticos atuais não devem se preocupar apenas em ser o melhor ou estar entre os melhores, devem também estar empenhados em mostrar o que são. Trabalhar a identidade visual de um destino turístico é fundamental para ganhar mais visibilidade, demonstrar segurança, profissionalismo e conseqüentemente aumentar o fluxo turístico.

Com base na proposta de posicionamento definida pelos atores do turismo a identidade turística do município de Castilho deverá ser criada para padronizar sua imagem nas campanhas de marketing turístico. A exemplo, logotipo, slogan, layout de peças publicitárias, banco de imagens oficial entre outras ferramentas necessárias ao fortalecimento da marca turística de Castilho no cenário nacional.

### **6.7.2 Criar a publicação oficial semestral do turismo**

Uma publicação semestral oficial do destino turístico realizada pelo poder público, além de ser uma poderosa ferramenta de divulgação, trata-se de uma moeda de troca para com os atores envolvidos com a atividade no município. Ver o resultado do trabalho reunido em um guia prático voltado para

o turista tende a criar uma confiança no trabalho que está sendo realizado por todos em prol do turismo.

### **6.7.3 Criar o mapa turístico oficial**

Um mapa turístico oficial do município criado, gerido (atualizado) e disponibilizado pelo poder público facilita a divulgação do destino como um todo. Muitas vezes, na falta de tal ferramenta os empreendedores do setor privado criam mapas por conta própria que muitas vezes são incorretos e incompreensíveis, gerando a insatisfação no turista e, por conseguinte denigrem a imagem do destino.

### **6.7.4 Definir o calendário de participação em feiras e eventos para promoção turística**

Participar de feiras e eventos para promoção turística é uma ação de marketing que muitas vezes é apoiada pelas Instâncias de Governança Regionais ou Secretarias de Estado de Turismo e até mesmo pelo Ministério do Turismo por meio da Embratur é uma importante forma de divulgar o turismo do município para turistas e potenciais investidores.

### **6.7.5 Povoar a internet com informações turísticas**

A revolução tecnológica ofereceu uma vasta gama de ferramentas que permitem aos profissionais do turismo adquirir vantagens e fortalecer a sua competitividade na conjuntura atual, onde as relações são feitas a nível global e não local.

Neste contexto, cresce o numero de *sites* na Internet, cuja finalidade não é a venda ou compra, mas a divulgação de informações turísticas. *Sites* que permitem o planejamento de uma viagem, a consulta de itinerários e a avaliação de destinos com base em depoimentos de viajantes que compartilham suas experiências. Estar presente nesses sites é fundamental

visto que atualmente o melhor meio de publicidade é feito pelo *link a link* em vez do tradicional boca a boca.

Estar on-line é acompanhar a evolução no que diz respeito a administração e distribuição da informação turística na internet com o objetivo de estar presente em sites já consagrados como Google Maps que é base para a maioria dos GPSs veiculares e de *smartphones*; O Google Destinations um sistema de planejamento de viagens que promete revolucionar o mercado; O Tripadvisor que recebe atualmente mais de 390 milhões de visitantes por mês em busca de informações sobre atividades turísticas; e por fim, mas sem esgotar os exemplos o Booking e Trivago, grandes sites de reservas de hospedagens *online*.

Segundo Leonardo Vieira e Vinicius Landucci<sup>3</sup>, da área de novos negócios do Google, 105 milhões de brasileiros estão conectados à internet e 82% deles usam a internet para pesquisar informações sobre viagens. Gostaria de receber a visita desses turistas? O primeiro passo é estar presente na internet.

O que pode e deve estar online:

Locais para dormir	Meios de hospedagem
	Aluguel para temporada
Locais para comer	
Pontos de interesse	Públicos
	Privados
O que fazer	Atividades autoguiadas
	Atividades agênciadas
	Eventos
Serviços de apoio ao turista	Bancos, informações turísticas, marinas, hospitais, transporte, agências, etc.
Infraestrutura	Acessos
	Espaços de embarque e desembarque
Produtos locais	Artesanato, alimento, etc.

<sup>3</sup> WTM Latin America (2014)

#### **6.7.6 Criar uma divisão para captação de eventos**

Eventos são fortes geradores de fluxo turístico para um destino. É preciso disponibilizar dados e um canal de comunicação com os produtores de eventos a fim de atrair esse fluxo para o município. Uma divisão de captação de eventos pode gerar um grande impacto no aumento do fluxo de turistas com pouco investimento. A finalidade aqui é criar uma divisão de captação de eventos dentro do Departamento de Turismo.

#### **6.7.7 Definir o calendário oficial de eventos do município**

Definir um calendário oficial de eventos com antecedência traz diversos benefícios para o destino turístico. Facilita o planejamento de campanha de marketing por parte da iniciativa privada com vistas a aproveitar os visitantes dos eventos, evita sobreposição de eventos o que gera concorrência desnecessária, promove a divulgação de eventos privados em uma plataforma única e facilita a captação de recursos.

## REFERENCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE ENGENHARIA TURÍSTICA - ABET. **Diagnóstico da Atividade Turística de Castilho.** Janeiro, 2016.

AGÊNCIA BRASILEIRA DE ENGENHARIA TURÍSTICA - ABET. **Inventário da Oferta Turística de Castilho.** Janeiro, 2016.

AGÊNCIA BRASILEIRA DE ENGENHARIA TURÍSTICA - ABET. **Prognóstico da Atividade Turística de Castilho.** Janeiro, 2016.

BUARQUE, Sérgio C. **Metodologia e Técnicas de Construção de Cenários Globais e Regionais.** Brasília, 2003.

SEBRAE MINAS GERAIS. **Políticas Públicas.** Conceitos e Práticas. Série Políticas Públicas Volume 7. Belo Horizonte/MG: 2008.

<sup>1</sup> SHELDON, P. (1989): "Travel Industry Information Systems", in Witt, S., and Moutinho, L., (eds) *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice Hall, London, pp. 589-592.

PETROCCHI, Mário. **Turismo Planejamento e Gestão.** São Paulo/SP: 2009

**ABET** Agência Brasileira de  
Engenharia Turística

---

Rua Las Vegas, 105 - Cenáculo  
Belo Horizonte - MG  
CEP: 31620-190  
[www.abet.tur.br](http://www.abet.tur.br)