PLANEJAMENTO E GESTÃO NO TURISMO – DESTINO TURÍSTICO DE FOZ DO IGUAÇU

Francisco Antonio dos Anjos[1]

Thays Cristina Domareski Ruiz[2]

RESUMO

Considerando que o turismo está inserido no panorama atual do mundo globalizado, é possível afirmar que o turismo alcançou proporções diversas, atingindo níveis econômicos, sociais, ambientais colaborando com o desenvolvimento de municípios. Este artigo reflete conceitualmente sobre a temática do planejamento e a gestão do destino turístico, levando em consideração o desenvolvimento do município. Para isto, foi feita uma revisão bibliográfica tanto da importância do desenvolvimento do turismo, quanto de planejamento evidenciando o destino turístico de Foz do Iguaçu. Os resultados apontam para os fatores positivos relacionados ao desenvolvimento do turismo na localidade.

Palavras-Chave: Turismo, Planejamento, Foz do Iguaçu.

1. INTRODUÇÃO

O crescimento e desenvolvimento das cidades, impulsionado pela globalização e pela competitividade da economia apresenta uma nova proposta de planejamento, mais específico, mais estratégico. Nesta perspectiva, o turismo se torna uma alternativa econômica e assim necessita ser uma atividade produtiva, geradora de renda, que se submete às leis econômicas e interfere diretamente nos diversos segmentos da economia, repercutindo em outras atividades produtivas através do seu efeito multiplicador. (TRIGO, 2000; BENI, 2002).

---

[1] Doutor em Engenharia de Produção/Gestão Ambiental pela Universidade Federal de Santa Catarina (2004), com pós-doutorado em Geografia Urbana na Universidade Estadual Paulista - UNESP – Campus de Presidente Prudente (2006). Atualmente é coordenador e professor do Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí.

[2] 2 Mestre em turismo pela UNIVALI. Professora no Departamento de Turismo da UFPR e doutoranda em Geografia na UFPR. thaysdomareski@gmail.com.

Nos últimos anos, o turismo conquistou o “status” de um dos maiores setores da economia no mundo e cresce no Brasil de modo visível, contribuindo satisfatoriamente com vários setores socioeconômicos do país (EMBRATUR, 1999; MARUJO, 2008). Neste sentido, faz-se necessário o planejamento turístico em qualquer segmento, pois a atividade turística pode influenciar diretamente uma destinação e /ou empreendimento.

O planejamento é uma ferramenta de gestão de destinos turísticos, focada na percepção do panorama atual do destino turístico e nas possibilidades do desenvolvimento futuro da localidade. Dessa forma, este planejamento tem o objetivo de determinar ações, acompanhar e monitorar o destino turístico para o futuro desejado utilizando de forma eficiente os recursos disponíveis para este fim.

O planejamento turístico pode referir-se a diversos segmentos, com ênfase no fomento, na provisão de infraestruturas básicas, no controle do uso do solo e exploração de recursos ambientais, na divulgação e no marketing. Dessa forma, o planejamento não se restringe à apresentação sistematizada de um futuro antecipado expresso na forma de documentos.

Os planos formulados referentes ao desenvolvimento de um destino turístico, muitas vezes, não são implementados e se reduzem a documentos burocráticos que determinam previsões e metas a serem atingidas dentro de circunstâncias previsíveis. A tendência atual é que sejam gradativamente substituídas tais metodologias de planejamento fortemente sistematizadas e inflexíveis, e insensíveis à cultura de cada local.

Esta atuação tem se efetivado a partir da elaboração de planos, programas e projetos de incremento e incentivo ao turismo, nos quais o próprio governo define as diretrizes e metas que vão servir de orientação para o desenvolvimento turístico, assim como as formas e o grau de intervenção no processo de planejamento e de desenvolvimento do setor (BENI, 2003; HALL, 2001). E assim, verifica-se que planejamento não pode ser uma atividade somente pontual e racional, pois é altamente política (HALL, 2001).

Neste contexto, as discussões sobre o planejamento turístico, ressaltam cada vez mais, a necessidade do planejamento sustentável que reúne aos fatores econômicos e de crescimento, as questões ecológicas e socioculturais para atingir o

desenvolvimento da localidade, reconhecendo que se não planejado pode causar efeitos negativos ao destino turístico (HALL, 2001; COSTA, 2001; RUSCHMANN, 2008; KAUPILLA et al, 2009).

Tais pressupostos descritos sobre o planejamento do turismo nos imprimem a necessidade de desenvolver uma leitura do destino turístico que permite ações de planejamento e gestão condizentes com um desenvolvimento sustentável na perspectiva econômica, ecológica e social. A proposta deste artigo é de analisar o processo de desenvolvimento do destino turístico de Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil, com base no planejamento e nas políticas públicas. Tal cidade se constitui um destino consolidado, com destaque no quadro brasileiro de destinos internacionais e vem apresentando indicadores que mantém o desenvolvimento da atividade turística.

2. DESTINO TURÍSTICO DE FOZ DO IGUAÇU

Neste estudo será abordado o destino turístico de Foz do Iguaçu, que se encontra estrategicamente localizado no extremo oeste do estado do Paraná, na fronteira com a Argentina (Puerto Iguazu) e o Paraguai (Ciudad del Este).

O destino turístico de Foz do Iguaçu é reconhecido e caracterizado internacionalmente pelas Cataratas do Iguaçu, localizadas no Parque Nacional do Iguaçu. É, segundo o estudo de demanda internacional da EMBRATUR (2011), o segundo destino turístico, mais visitado por turistas estrangeiros no país.

O município de Foz do Iguaçu totaliza uma população de aproximadamente duzentos e cinquenta e seis mil habitantes, de acordo com dados do IBGE (2010), sendo, portanto, a sétima maior cidade do Paraná. O município, ainda destaca-se como uma cidade multicultural por abrigar atualmente mais de 70 grupos étnicos, onde a diversidade cultural é um ícone referencial.

É importante ressaltar que, em sua história de quase um século, dois setores econômicos foram fundamentais no processo de desenvolvimento local. De um lado o turismo e de outro a geração de energia elétrica.

Neste contexto, o principal atrativo turístico, as Cataratas do Iguaçu se consolida e atinge seguidamente a marca de 1 milhão de visitantes, garantindo uma

visibilidade maior ao destino. E, apesar de cumprir a função bem definida enquanto geradora de energia, a Usina Hidrelétrica de Itaipu, trouxe todos os efeitos decorrentes de uma construção dessa magnitude. No passado, era citada pelo notável salto no crescimento econômico da cidade e pela contribuição ao desenvolvimento local. Na atualidade, devido aos seus subprodutos turísticos, como o Centro de Recepção dos Visitantes, o Ecomuseu de Itaipu, o Refúgio Biológico Bela Vista e a Iluminação Monumental de Itaipu - todos os espaços administrados diretamente pela entidade – a usina é apontada como o segundo atrativo turístico no destino.

Diante desse contexto, será apresentado e contextualizado o desenvolvimento do destino turístico de Foz do Iguaçu.

3. TURISMO, PLANEJAMENTO, GESTÃO E POLÍTICA PÚBLICA

O planejamento é um importante instrumento de ação dos governos em todos os níveis, para promover o desenvolvimento econômico, dentro de um contexto sustentável, considerado como ferramenta eficiente para o desenvolvimento da localidade, e dessa forma preservando seus recursos. Segundo RUSCHMANN (1999), o planejamento é fundamental e indispensável para o desenvolvimento turístico equilibrado e em harmonia com os recursos físicos, culturais e sociais das regiões receptoras, evitando, assim, que se destruam as bases que o fazem existir.

Apesar de fazer parte das principais atividades econômicas mundiais, só recentemente o turismo, tem sido analisado de forma mais abrangente, como parte fundamental do processo de desenvolvimento de uma localidade.

Assim, a parte fundamental do processo é a intenção de planejar buscando a sustentabilidade em modelos de gestões, políticas públicas coordenadas e integradas, aumentando a capacidade socioeconômica, ambiental e cultural da atividade. Mas a utilização de conceitos, modelos, técnicas e instrumentos cientificamente fundamentados e adaptados ao que se vai planejar têm traduzido resultados evidentes e compensadores (GANDIN, 2001, p. 82). E neste sentido, pode ser ainda considerada uma ferramenta de gestão de destinos turísticos.

Desta forma, pode-se dizer que o planejamento surge como forma de administrar os recursos do Estado e da iniciativa privada para atingir os objetivos e metas, previamente estabelecidos de forma mais simples e também para gerar bem-estar à comunidade. Na verdade, o planejamento está envolvido em todas as esferas, seja numa simples decisão até as mais complexas. A comunicação e a hospitalidade ainda podem ser consideradas como ferramentas para a implementação de planejamentos que visem à participação real da população e, que contribuam efetivamente na elaboração de políticas e planos adequados à realidade sócio-econômico-cultural da localidade.

A política está intimamente ligada ao planejamento. Particularmente, Hall (2001) coloca que o planejamento é uma ação política antes de ser técnica. Desta forma, as relações de poder existentes, precisam ser bem analisadas, pois suas consequências no processo de planejamento são decisivas. O planejamento é uma ação que resulta na formulação de objetivos e propostas, buscando caminhos viáveis para atingir metas determinadas, constituindo-se como um processo definitivo à ação.

A principal função do planejamento, dentro de qualquer área de estudo, se remete ao fato de que sua atuação dentro de um modelo deixa de ser um condicionante, para se tornar um determinante nos processos, sendo de fundamental importância para o crescimento de um município.

Desta forma, HALL (2001) afirma que planejamento, então, é um processo para formular metas e chegar a um acordo sobre como elas serão atingidas e de que maneiras os problemas serão discutidos e solucionados. E assim, o planejamento deve ser considerado um elemento crítico para se garantir o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos.

O turismo possui como a maior parte das atividades econômicas e sociais, a capacidade de promover impactos positivos e negativos. É baseada nesta assertiva que, estudiosos do turismo apresentam a importância do planejamento e da gestão, de forma concreta, constante e permanente.

Ao considerar a abrangência da atividade turística, identificam-se políticas públicas que atuam diretamente na atividade (como é o caso das Políticas Nacionais) ou indiretamente (nas questões referentes à saúde, segurança,

transporte, etc). Na visão de Wilkinson (1997), a política de turismo é afetada por forças políticas, sociais e econômicas, além de políticas agrícolas e industriais.

Segundo Hall (2001), a política pública para o turismo está relacionada a todas as decisões dos governos com relação ao setor, seja mediante ações ou a falta destas. Ainda na concepção deste autor, existe uma ignorância generalizada sobre o papel do Estado nas políticas públicas para o turismo, o que faz com que grupos de interesses exerçam algum tipo de domínio durante este processo.

Dias (2003) argumenta que a política pública é caracterizada em função da exclusividade de seu agente: o Estado. Para o autor "são linhas de ação que buscam satisfazer ao interesse público e têm que estar direcionadas ao bem comum".

De acordo com Jenkins e Lickorisch (2000, p.200), "uma política é uma consideração racional das alternativas", uma vez que busca o direcionamento ideal de recursos, como o capital, a mão-de-obra ou mesmo os recursos naturais, para que possam servir ao turismo. Já, segundo Dias (2003), o desenvolvimento harmônico da atividade turística é o principal papel das políticas públicas aplicadas ao turismo, onde cabe ao Estado propiciar e atender às necessidades de toda a sociedade.

Beni (2002) diz que a política de turismo deve ser norteada levando em consideração três aspectos: o cultural, o econômico e o social, onde a base das instituições públicas, através de seus planos e programas, irão definir as prioridades de planejamento. Contudo, Dias (2003) cita que as políticas de turismo normalmente não são planejadas, ou seja, surgem de maneira espontânea na medida em que surgem necessidades em determinado setor. O processo de uma política pública é rigorosamente o contrário, uma vez que ela busca inserir ações norteadoras para o planejamento, almejando crescimento e desenvolvimento sustentável do turismo.

Nesta perspectiva, pode ser afirmado que o planejamento turístico é diretamente influenciado pela gestão e consequentemente pelas políticas públicas determinadas ao processo de desenvolvimento da localidade.

4. ENTIDADES REPRESENTATIVAS DO TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU

No caso específico do município de Foz do Iguaçu, se apresentam como entidades representativas do processo de desenvolvimento turístico, a **Secretaria de Turismo**, responsável pelas ações destinadas ao planejamento e gestão na melhoria do turismo em Foz do Iguaçu, o **Conselho Municipal de Turismo** e o **Iguassu Convention & Visitors Bureau**, órgãos do apoio institucionais ao turismo local, a **Itaipu Binacional** que participa ativamente do processo de desenvolvimento da cidade e o **Trade Turístico**, composto pelos hotéis, restaurantes, atrativos turísticos e serviços de apoio ao turista.

Em agosto de 1980, aconteceu o "I Seminário de Turismo" de Foz do Iguaçu, no qual participaram entidades públicas e privadas, técnicos e autoridades, com o objetivo de congregar e coordenar as atividades relacionadas ao planejamento e desenvolvimento do município. Um dos resultados mais efetivos foi a proposta de criação de uma Secretaria, adotando-se um plano diretor e uma política de turismo. A viabilização da Secretaria Municipal de Turismo aconteceu três meses após o referido Seminário, efetivado através da Lei nº 1.081, de 19 de novembro de 1980.

Em janeiro de 1989, assumiu uma nova equipe na Secretaria de Turismo, que apresentou um Projeto Lei e em 21 de dezembro de 1989 foi aprovada, através da Lei nº 1.470, a criação da "Foz do Iguaçu Turismo S/A – FOZTUR", uma empresa de economia mista, 51% do seu capital subscrito pelo município de Foz do Iguaçu e 49% pela iniciativa privada.

Em dezembro de 1998, a Câmara Municipal aprovou o Projeto de Lei propondo a reestruturação organizacional da Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu e, conforme o disposto no artigo 44º, da Lei nº 2.184, de 23 de dezembro de 1998, propôs-se a extinção da FOZTUR, criando a Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento Econômico.

Esta nova secretaria assumiu as atribuições desenvolvidas pela FOZTUR e também as atribuições da extinta Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Abastecimento. Em janeiro de 2001, com a Lei nº 2.362, é criada a Secretaria

Municipal de Turismo, desmembrando-se a atividade turística do setor de indústria e comércio.

A Secretaria Municipal de Turismo atualmente é a responsável pelas diretrizes do planejamento do turismo e organização completa do trade turístico. Até 2006, a estrutura da Secretaria Municipal de Turismo era dividida em três categorias principais: o Gabinete do Secretário, o Departamento de Desenvolvimento de Turismo e o Departamento de Marketing e Eventos, (Figura 01).

Figura 01: Organograma Antigo da Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu.
Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu.

Em 2007 ocorreu a reestruturação da Secretaria Municipal de Turismo, determinando sua gestão através das diretrizes da estratégia “Foz do Iguaçu Destino do Mundo”, com o objetivo de executar, em parceria, ações da própria Secretaria de Turismo, COMTUR, ICVB, e Itaipu com os demais agentes e organismos: SEBRAE, Setu-Pr, FPTI, Pólo Iguassu, ABAV, ABIH, Sindhotéis, Fórum de Turismo Sustentável Cataratas & Caminhos, SINGTUR, UDC, UNIOESTE, entre outros. Assim, a configuração do organograma se modificou, conforme a figura 02.

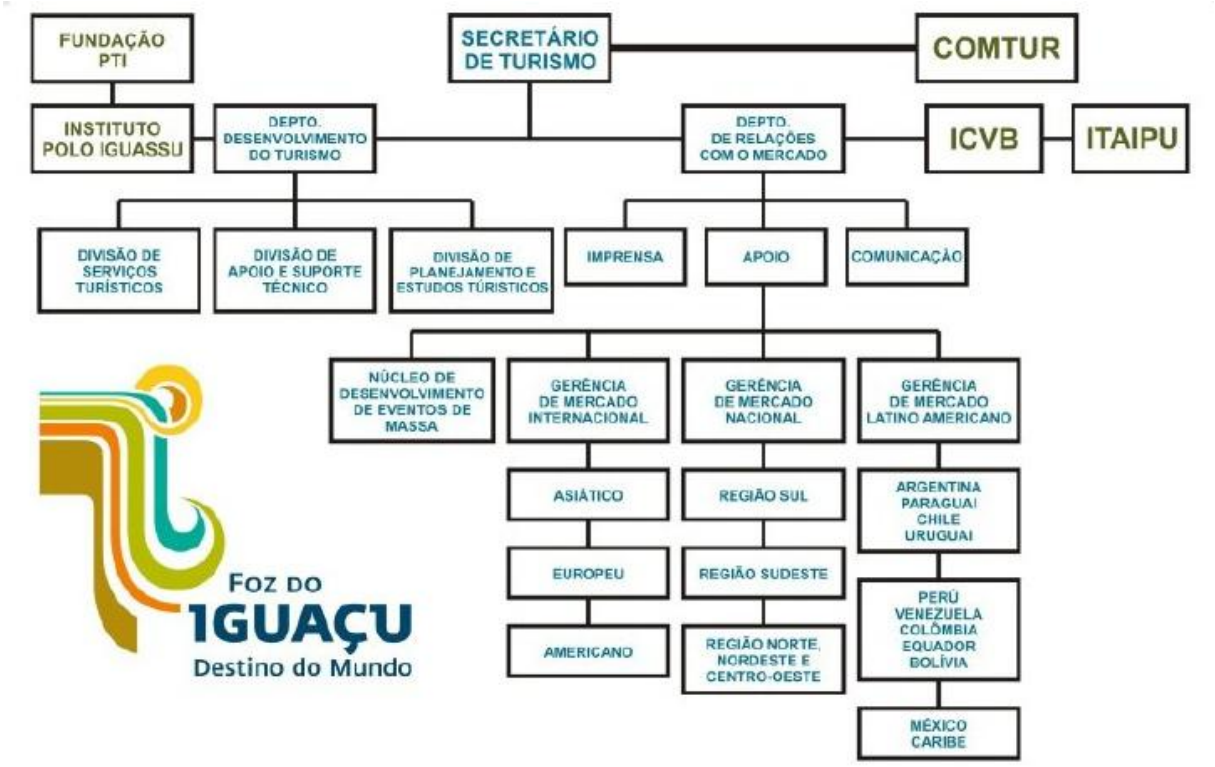

Figura 02: Organograma Atual da Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu.
Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu.

Dentre os objetivos e propostas dessa nova gestão integrada estão: a implantação de um sistema de planejamento que possibilite a criação de parâmetros de acompanhamento e avaliação dos resultados das ações relativas ao mercado; a integração de estudos e pesquisas existentes nas diversas instituições e entidades; a melhoria da qualidade dos serviços prestados ao turista; a adequação da infraestrutura turística existente; a adoção de política comercial para o turismo da cidade; a abordagem de comunicação visual unificada do destino; a conquista e manutenção de novos mercados e o apoio a eventos de interesse turístico, com destaque para aqueles com sede fixa na cidade.

A divisão de serviços turísticos tem várias atribuições, como a coordenação e manutenção dos Postos de Informações e Teletur; o registro, análise e tabulação de dados da demanda de usuários dos Postos e Teletur; o registro de sugestões e reclamações e seu encaminhamento à Câmara Técnica de Turismo ou ao PROCON; o acompanhamento técnico e de intérprete às autoridades estrangeiras e imprensa especializada; o atendimento ao turista; o apoio na elaboração e revisão

de materiais que divulguem os serviços turísticos ou auxiliem na recepção ao turista; a elaboração, coordenação e operacionalização de programas e projetos que visem o desenvolvimento do turismo local; o atendimento a usuários da Biblioteca Especializada em Turismo Frederico Engel; o registro da demanda de usuários e controle e manutenção do acervo da Biblioteca; a elaboração de propostas para aquisição de novos materiais para o acervo e desenvolvimento de campanhas de divulgação da Biblioteca;

A estrutura atual do Departamento de Marketing e Eventos[3] integra um novo modelo de gestão, implantado a partir de agosto de 2007, passando a atuar como departamento de relações com o mercado. Com o quadro de pessoal ampliado, a equipe tem desenvolvido estudos diversos, englobando mercados estratégicos: nacional, latinoamericano e internacional. Desde então, o departamento busca avaliar de forma mais efetiva a participação da secretaria de turismo em feiras e eventos, de acordo com o perfil de cada mercado, relacionado sempre ao destino condições de fazer avaliações reais sobre os diferentes públicos-alvo e atuar de forma a trazer resultados mais eficazes.

Em 2009, foi criado dentro da estrutura da Secretaria Municipal de Turismo o Núcleo de Desenvolvimento de Eventos de Massa, com o objetivo de potencializar a captação de eventos de massa por meio de ações integradas com as Secretarias Municipais e demais órgãos da administração direta e indireta de Foz do Iguaçu.

Fundamentado na maior participação do mercado, o poder público busca alternativas que proporcionassem um maior desenvolvimento do turismo no município, onde o IC&VB é responsável pela promoção, divulgação e captação de eventos, cumprindo sua função de catalisador do processo de desenvolvimento.

O *Iguassu Convention & Visitors Bureaux*[4] é uma entidade centrada na promoção mercadológica do destino turístico de Foz do Iguaçu, visando o aumento do fluxo de turistas e a geração de negócios, constituído em 1999, o IC&VB possui

[3] O departamento conta atualmente com a diretoria, três gerências de mercado (nacional, internacional e latino-americana) e o apoio de uma assessoria de imprensa especializada e de uma assessoria de comunicação, tecnologia e design gráfico - que atuam de forma integrada com entidades diretamente ligadas ao turismo.

[4] Os Convention & Visitors Bureaux (CVBx) são estruturas independentes, não governamentais, apartidárias, sem fins lucrativos, com a missão de promover o desenvolvimento econômico e social do destino que representa, através do incentivo e fomento do turismo.

no quadro atual (2012) 145 mantenedores das diversas áreas de produção do setor (hospedagens, receptivo, alimentação e entretenimento), além de outras empresas que prestam serviços como fornecedores na cadeia produtiva do turismo, negócios e convenções.

Tem como missão trabalhar o marketing do destino de Foz do Iguaçu através do apoio à captação de eventos e a promoção do destino. É considerado ainda instrumento de planejamento, promoção, apoio, captação e geração de eventos e incentivo ao turismo de entretenimento e lazer. Trata-se de uma cooperativa de negócios que busca gerar retorno direto à cidade e indireto aos associados, que neste caso, seriam os mantenedores. A atração de turistas para a cidade é uma forte geradora de receitas para a região, uma vez que o turismo movimenta mais de 60 setores da economia.

Assim, um processo de reorganização do turismo no âmbito local: o Órgão Oficial de Turismo é desmembrado da área de Indústria e Comércio, assumindo a função exclusiva do turismo, na figura de Secretaria[5] Municipal de Turismo. Nesse ritmo, acompanha o processo de reativação do COMTUR[6] - Conselho Municipal de Turismo, com novas funções; além de consultivo, normativo e deliberativo. O COMTUR[7], dada a sua característica de Conselho Municipal, é uma instância de planejamento participativo nas gestões locais, sendo constituído como um fórum deliberativo no tema turismo. Tem como objetivo principal consolidar parcerias e proporcionar, através de suas ações, o envolvimento e o comprometimento dos mais variados setores socioeconômicos do município no fomento da atividade turística. Como tal deve estar comprometido com a busca do equilíbrio entre a preservação cultural e ambiental e o desenvolvimento das suas potencialidades, de modo que a atividade turística possa ser capitalizada com base na sustentabilidade.

Em Foz do Iguaçu é formado atualmente por 28 instituições, que atuam como um fórum de discussão para o turismo local. Sua missão é de articular e integrar as ações do setor turístico do município, em bases sustentáveis, de maneira

[5] Lei nº 2.362, de 23 de janeiro de 2001.
[6] Lei nº 2.442, de 24 de setembro de 2001.
[7] É um colegiado de entidades, com caráter consultivo e deliberativo, criado através de Lei Municipal, que une esforços do poder público, da iniciativa privada e da comunidade, visando o desenvolvimento turístico municipal.

a garantir a preservação ambiental, o desenvolvimento econômico e social de toda a comunidade.

No âmbito municipal, a Paraná Turismo Foz, está representada pelo Departamento de Ministério de Turismo Regional de Foz do Iguaçu, responsável por cadastrar as empresas turísticas e guias de turismo e, classificar as empresas turísticas e veículos. É responsável também pelas vistorias e fiscalizações de controle de qualidade, e abertura de processo de reclamação contra empresas turísticas e guias de turismo.

A Itaipu Binacional[8] é considerada entidade representativa do turismo local e já foi visitada por mais de 14 milhões de pessoas de todos os continentes, desde sua inauguração. Além de ser a maior hidrelétrica do mundo em produção de energia, a atuação socioambiental também é compromisso da Itaipu, que a partir da ampliação da missão da empresa, ocorrida em 2003, implementou programas que beneficiam a sociedade, voltados ao meio ambiente e às comunidades localizadas no entorno do empreendimento.

A hidrelétrica binacional é resultado do esforço da engenharia do Brasil e do Paraguai e de 40 mil trabalhadores, que venceram o desafio de converter em energia elétrica as águas do rio Paraná.

Em 2007, a empresa completou o seu projeto original com a instalação de duas novas unidades geradoras de 700 megawatts cada. O adicional de energia equivale a uma usina equivalente a Angra 2 ou a Sobradinho. Agora são 20 turbinas que totalizam 14 mil megawatts de potência instalada. Essa potência, de fato, só fica atrás da usina chinesa de Três Gargantas, que detém 22 mil megawatts. Mas como o regime de águas do Rio Paraná é mais estável do que o do Yang-Tse, a produção anual de Itaipu é superior, tendo chegado a 94 milhões de megawatts-hora em 2008.

Hoje, o alcance da usina se estende para além da produção de energia de qualidade. Responsável por mais de um quarto do abastecimento do Brasil e por quase a totalidade do fornecimento ao Paraguai, Itaipu converteu-se em uma das principais molas propulsoras do desenvolvimento econômico e social da região de fronteira entre esses dois países.

[8] 8 A hidrelétrica de Itaipu é, segundo a Associação Norte-americana de Engenheiros Civis, uma das sete maravilhas do mundo moderno, ao lado de obras como a ponte Golden State, o canal do Panamá, o Eurotúnel, o edifício Empire State e a torre Canadian National.

Dessa forma, as entidades representativas do setor, auxiliam no planejamento, organização e gestão do destino turístico de Foz do Iguaçu. Reunindo recursos físicos e organizacionais, a Secretaria de Turismo, o COMTUR, o ICVB e a ITAIPU seriam os gestores do destino turístico, responsáveis por ações de planejamento e organização no destino turístico, através da estratégia "Foz do Iguaçu – Destino do Mundo".

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo no destino de Foz do Iguaçu deve ser avaliado como fator de desenvolvimento e crescimento da cidade. Em sua recente história de nove décadas, observa-se que dois setores econômicos foram fundamentais no processo de desenvolvimento local. De um lado o turismo, de outro a geração de energia elétrica. Ambos atuaram, como determinantes sociais, econômicas, culturais e ambientais, sem necessariamente uma igualdade em efeitos. No entanto, se observados isoladamente é perceptível os impactos em todas essas ordens.

Desse desenvolvimento econômico de Foz do Iguaçu, é necessário evidenciar que há um eixo que ordena esses impactos, baseado em recursos naturais, devidamente centrados na "exploração" do Parque Nacional do Iguaçu[9], onde se localizam as Cataratas do Iguaçu e demais atrativos turísticos que se formaram na visão "mercadológica" do Parque, além da exploração turística na Hidrelétrica de Itaipu.

As políticas públicas, observadas no plano diretor, para o processo de produção do espaço turístico da cidade evidenciam o crescimento de equipamentos voltados ao turismo, ou que possam responder a essa lógica, como comércios, restaurantes e atividades culturais. Os investimentos e equipamentos turísticos tem um reflexo direto no aumento do fluxo turístico local, que vem a beneficiar toda a região da tríplice fronteira.

É possível identificar o fortalecimento nos serviços turísticos ao longo da Rodovia das Cataratas, uma vez que o plano prevê o desenvolvimento de suas

[9] Parque Nacional do Iguaçu, tombado como Patrimônio Natural da Humanidade e onde estão localizadas as Cataratas do Iguaçu.

áreas ainda não consolidadas, mas que possuem potencial para responder a essa lógica, por já possuir infraestrutura específica.

Isso acaba por reforçar o caráter de sua área parcialmente ocupada, que também receberá investimentos para sua consolidação. Além disso, a revitalização de zonas já consolidadas em bairros comerciais e de serviço busca a melhora da imagem da cidade enquanto destino turístico, uma vez que criam espaços públicos mais aprazíveis e convidativos tanto para moradores quanto para turistas. Isso demonstra o cuidado da esfera pública em apresentar a cidade e incentivar o turismo de compras.

Ainda na questão de investimentos governamentais, foram citados projetos pontuais que influenciam diretamente na venda da imagem das cidades da tríplice fronteira. São as revitalizações nas áreas aduaneiras Brasil – Argentina e Brasil – Paraguai, que beneficiam a organização dos fluxos e o aumento da segurança, que acabam por estimular o crescimento das trocas sociais e econômicas entre as cidades.

Os impactos positivos do turismo sobre o desenvolvimento econômico podem ser observados através do aumento da renda do lugar visitado via entrada de divisas, onde há estímulo nos investimentos, que acabam por gerar empregos e auxiliam na redistribuição dessas divisas. E o que evidencia e potencializa também a consolidação do destino é a mídia espontânea que se observa frente aos meios de comunicação que nos últimos dois anos, ofereceram um destaque especial ao destino, o que colabora para o aumento do fluxo turístico local.

O planejamento turístico tem seus objetivos próprios, o que pode contribuir para o desenvolvimento e crescimento do município. Pretende assim, fornecer emancipação dentro das políticas estaduais e nacionais, e garantir ações de turismo, descentralizando a tomada de decisões.

Contudo, para tal planejamento obter sucesso é necessário que o município tenha uma estrutura administrativa que garantam o desenvolvimento do turismo, políticas públicas voltadas ao turismo municipal, referentes às políticas estadual e nacional, uma comunidade ativa e participativa, o trade turístico articulado sobre a conscientização da importância da atividade turística, conhecimento da demanda real e um diagnóstico minucioso da situação turística da localidade.

Dessa forma, o planejamento desempenha papel fundamental no desenvolvimento da cidade, sendo caracterizado como de primordial importância na tomada de decisões e ações determinantes do município.

6. REFERÊNCIAS

ACERENZA, M. A. **Administração do Turismo**. Tradução Graciela Rabuske. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

ANJOS, F. A. dos. **Processo de Planejamento e Gestão de Territórios Turísticos: uma proposta sistêmica.** [Tese de Doutorado, apresentado ao programa de pósgraduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.Florianópolis, 2004.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 8 ed. São Paulo: Editora Senac, 2003.

COSTA, C. **An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning**. International Journal of Tourism Research, v. 3, n. 6, p. 425-441, 2001.

DIAS, R. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil.** São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR. **Diretrizes do programa nacional de municipalização do turismo**. Brasília, 1999.

FOZ DO IGUAÇU, **Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu**. Disponível em: <http://www.fozdoiguacu.pr.gov.br> Acesso em diversos dias.

FOZ DO IGUAÇU, **Destino do Mundo**. Disponível em: <http://www.fozdoiguacudestinodomundo.com.br> Acesso em diversos dias.

GANDIN, D. **A posição do planejamento participativo entre as ferramentas de intervenção da realidade.** In: Currículo sem Fronteira, v. 1, n. 1 Jan/Jun, 1991.

HALL, C. M. **Planejamento Turístico: políticas, processos e planejamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

H2FOZ. **Portal de Notícias**. Disponível em: <http://www.h2foz.com.br>. Acesso em diversos dias.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em diversos dias.

ICVB. **Iguassu Convention and Visitors Bureau**. Disponível em: <http://www.iguassu.com.br> Acesso em: 20 jan 2010.

ITAIPU. **Itaipu Binacional**. Disponível em: <http://www.itaipu.gov.br>. Acesso em diversos dias.

KAUPPILA, P.; SAARINEN J.;LEINONEN, R. **Sustainable Tourism Planning and Regional Development in Peripheries: A Nordic View.** Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 9, No. 4, 424–435, 2009.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. **Introdução ao Turismo**. Trad. Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MARUJO, M. **Turismo e comunicação**. Castelo Branco: RVJeditores, 2008.

MOLINA, S.; RODRIGUEZ ABITIA, S. **Planificación integral del Turismo**. México: Trillas, 1987.

RUSCHMANN, D. **O Planejamento do Turismo e a Proteção Ambiental**. Campinas: Papirus, 4 ed, 1999.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. São Paulo: Papirus, 2008.