

PLANEJAMENTO TURÍSTICO MUNICIPAL: Possibilidade de Plano de Desenvolvimento para Irati-Pr 2008-2013

MUNICIPAL TOURIST PLANNING: Possibility Immediate of Development for Irati-Pr 2008-2013

Igor Henrique Mihockiy¹

Leonardo Gabriel Mollmann Klein²

Maycon Luiz Tchmolo³

Poliana Fabíula Cardozo⁴

RESUMO

O planejamento turístico municipal tem apresentado-se como uma das ferramentas mais usuais e necessárias para o alcance com sucesso do desenvolvimento turístico de uma localidade. Assim sendo este trabalho quer comunicar alguns pressupostos teóricos no que diz respeito ao tema e uma proposta de plano de desenvolvimento turístico para Irati-Pr. Conta com propostas simples e preliminares, mas até então únicas em seu caráter planejador, uma vez que não se tem notícias de outro plano de ação turístico local.

Palavras-chave: Planejamento Turístico Municipal; Irati-Pr; Turismo Municipal.

ABSTRACT

The municipal tourist planning has been presented as one of the necessary tools most usual and for the reach successfully of the tourist development of a locality. Thus being this work it wants to communicate some theoreticians concepts and a immediate proposal of tourist development plan to Irati city in Paraná State (Brazil). This plan is a simple and preliminary proposals, but until then only in its planning character, because does not have notice of another plan of local tourist action.

Key words: Municipal Tourist Planning; Irati city, Parana State; Municipal Tourism.

¹ Acadêmico do terceiro ano do curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste e-mail: igor_mihockiy@yahoo.com.br.

² Acadêmico do terceiro ano do curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste e-mail: leonardogkm@hotmail.com.

³ Acadêmico do terceiro ano do curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste e-mail: maycontchmolo@uol.com.br.

⁴ Bacharel e Mestre em Turismo (Unioeste/UCS), doutoranda em Geografia (UFPR). Professora Assistente e Pesquisadora da Universidade Estadual do Centro-Oeste para o curso de turismo. (orientadora) E-mail: polianacardozo@yahoo.com.br.

Introdução

O planejamento é um artifício indispensável ao sucesso do turismo ou de qualquer outra atividade. Com tal razão é disciplina obrigatória nos cursos de turismo, pois sua importância e inerência apresenta-se quase como ponto indiscutível tanto na academia como no mercado. Assim sendo, esta comunicação de pesquisa se incumba de apresentar e colocar em discussão uma proposta de plano turístico municipal de Irati-Pr. O mesmo é fruto de uma discussão acadêmica de acadêmicos do curso superior de turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste (situada na mesma cidade mencionada).

A necessidade de planificar a atividade turística em Irati é latente e discutida amplamente no âmbito acadêmico. Tem-se tentado algumas inserções na esfera pública do turismo no sentido da sensibilização para o turismo planejado, sem muito sucesso. Contudo, este infortúnio não abala a proficiência dos estudos, ainda que no meio universitário e assim sendo apenas em tese, longe das ações concretas. Os autores desta comunicação entendem que o fato de o poder público de Irati ainda não ter despertado plenamente para o turismo enquanto atividade social relevante que é, não quer dizer que não haja necessidade de planejamento da mesma. Por esta razão depreenderam as assertivas que aqui se expõem.

Cabe mencionar que esta projeção de plano está longe de ser ideal e irretocável, por esta razão é que se justifica levá-la a comunicação científica e discussão por pares qualificados. Compreende-se ainda que lhe faltam elementos detalhadores (posto que é apenas uma proposta preliminar), e carece ainda de ajuste em metodologia específica particularmente no que diz respeito à inserção da comunidade. Salienta-se que a proposta fora prejudicada pela falta de dados do órgão oficial de turismo municipal, disponibilizando apenas o que havia (o inventário turístico municipal). Mas isso não indica que não pese a necessidade imperativa de outros documentos e dados que corroborem com a proposta e até mesmo a justifiquem, tais como: pesquisa de demanda, estudo de diagnóstico e prognóstico e consulta a comunidade local.

Esta comunicação está dividida entre fundamentação teórica, detalhamento da localidade estudada, proposta de plano e considerações finais.

1. Planejamento turístico municipal: seus conceitos, características e inerência

O planejamento turístico é um instrumento para a organização e gestão de destinos, pois através dele é possível distribuir os recursos financeiros, materiais e humanos dentro de um lugar à ser modificado ou transformado, de modo a assegurar os recursos turísticos da atividade desenfreada.

Assim sendo, Ruschmann e Widmer (2000, p. 67), compreendem planejamento turístico como:

processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade

O planejamento turístico realizado de forma objetiva pode converter o destino turístico, ou o objeto do planejamento em um sucesso econômico, social, cultural e ambiental para a localidade em que for implantado. Porém para realizar tal tipo de planejamento necessita-se de condições mínimas, podendo ser do poder público ou privado, tais como recursos financeiros, humanos, equipamentos e vontade administrativa. Para Pearce (*apud* BARRETTO, 2005) no planejamento turístico o foco tem sido, tradicionalmente, os códigos de zoneamento para a utilização do solo, o desenvolvimento de localidades, a regulamentação de acomodações e construções, a densidade do desenvolvimento turístico, a apresentação de características turísticas culturais, históricas e naturais e a provisão de infra-estrutura, o planejamento turístico sofreu adaptações e expansões passando a ter preocupações ambientais e sócio-culturais, e percebendo a necessidade de promover o desenvolvimento econômico em nível local, regional e nacional.

A mudança de um espaço urbano acarreta na contribuição ou não dos moradores para desenvolver as atividades turísticas. O planejamento turístico

municipal visa melhorias na economia local e uma melhor qualidade de vida à população. Cardozo (2007) compreende que o planejamento turístico municipal tem seus objetivos próprios, e isto independe das distintas motivações pelas quais uma localidade decide desenvolver esta atividade. Isso vai variar da necessidade de gerenciar a inevitabilidade do turismo para a regeneração da economia, bem como o aumento da qualidade de vida para a população.

Segue Cardozo (2007) mencionando que, pode-se observar que desenvolver os objetivos do turismo municipal leva tanto à inclusão como à exclusão de grupos de interesse no processo. Ainda em meio ao planejamento turístico municipal é importante relatar que a comunidade deve estar consciente com as mudanças que possam ocorrer na localidade. Os planejadores têm a missão de explicar as possíveis melhorias que acontecerão com os projetos concluídos. Dessa forma, Cardozo (2007 s/p) ainda enfatiza que “pensar o planejamento turístico municipal é pensar não apenas no destino propriamente dito, mas, sobretudo pensar no entorno e na comunidade que este abriga”. A relevância de se refletir sobre estas questões justifica-se porque a intervenção a ser realizada diz respeito a mudanças: na base econômica da cidade; utilização do espaço urbano; e vida cultural dos residentes. Algumas dessas mudanças podem ser desejadas outras rechaçadas pelos moradores, e mediar estes conflitos é também tarefa do planejador.

O planejamento turístico municipal está diretamente ligado a outras duas áreas do planejamento, o planejamento sustentável e o planejamento participativo. No intuito de transformar áreas em espaços destinados ao turismo, necessita-se adotar medidas protecionistas ao meio, pois a exploração desordenada do mesmo pode acarretar a degradação do atrativo e conseqüentemente a diminuição de turistas desse local. Ruschmann (1997) interpreta o planejamento do turismo sustentável, como a forma de evitar a ocorrência de danos irreversíveis nos meios turísticos, para minimizar os custos sociais que afetam os moradores das localidades e para otimizar os benefícios do desenvolvimento turístico.

A junção entre os órgãos público e privado é uma iniciativa para bom planejamento adequado, pois ambos almejam necessidade de melhoria nos

recursos materiais, sendo esses consolidados para a atividade turística. Sendo assim, o setor privado pode contribuir com o capital que o público muitas vezes não tem. Barretto (2005) referencia que uma das estratégias mais difundidas recentemente é a da parceria entre os setores público e privado, pela qual os investimentos correm por conta desse último.

As características de um planejamento turístico são os de níveis estratégicos, táticos e operacionais. O nível estratégico determina funções à longo prazo, o qual existem um grande número de atividades para análise no ambiente externo, o nível tático é de análise do ambiente interno e sua duração é considerada de médio prazo e o nível operacional se caracteriza por ser de curto prazo, onde são realizadas as ações. Assim sendo uma projeção de planejamento turístico municipal para a localidade de Irati, aqui intitulado de Plano de Desenvolvimento Turístico de Irati-Pr 2008-2013, abrange esses três estados, constituindo assim os projetos em nível operacional, os programas à tático e todas as atuações entre si um planejamento estratégico.

2. Caracterização do Município de Irati-Pr

Irati localiza-se na Região Centro Sul do Estado do Paraná, a apenas 156 km da capital, Curitiba. O clima é do tipo temperado, com geadas ao decorrer do inverno, podendo esse ser um chamativo aos turistas. Segundo fontes do IGBE (2003) o município possui 53.395 habitantes, sendo que sua grande maioria, mais de 75% moram na zona urbana.

Sobre os estudos fixados pela Prefeitura Municipal, percebe-se que o setor de serviços aparece como o maior setor da economia do Município. Contudo, apesar de Irati ser classificado como Município Turístico, nota-se que não possui grande demanda, porém tem seus períodos de pico, como o Rodeio de Irati que atrai mais de 100.000 pessoas por edição (quer sejam visitantes ou moradores). (Dados cedidos pela Prefeitura Municipal de Irati).

A cidade conta com oito hotéis, sendo que somando todos os leitos chega-se ao número de 335 hóspedes/dia (Fonte: Prefeitura Municipal de Irati/Inventário Turístico). A capacidade pode não ser grande, a cidade não possui uma pesquisa de demanda, mas sabe-se que Irati recebe poucos

turistas no decorrer do ano e pode se afirmar que o número de leitos é um número satisfatório para a situação atual. A estruturação dos mesmos é simples, porém supri as necessidades dos seus maiores clientes que são viajantes.

No que diz respeito à oferta de estabelecimentos gastronômicos, a cidade conta com 23 restaurantes. As vias de acesso a Irati são satisfatórias, seu principal acesso pela BR 277, a estrada é pedagiada e está, por esta razão, em ótimas condições. Dentre os eventos da região apenas se destaca o Rodeio de Integração de Irati, com grande público atuante.

Observa-se que na cidade de Irati, o turismo ainda não despontou como uma atividade relevante. A grande maioria de seus eventos visa à recepção de visitantes apenas da própria cidade e região de entorno, assim sendo, esta atividade não gera tanta renda como outros segmentos, pois o visitante permanece por pouco tempo na cidade.

No Município de Irati existem diversas formas de trabalhar o turismo, porém não se percebe uma demanda expressiva. Podem-se destacar modalidades como eventos, gastronomia, ecoturismo, turismo rural e turismo cultural como potenciais turísticos.

Pode-se classificar Irati como uma área turística, pois apresenta mais de dez atrativos. Segundo Boullón (2002 p. 84), toda área deve conter um mínimo de 10 atrativos. Por não possuir serviços e infra-estruturas adequadas para a recepção de turistas é digno de ser classificado como município com potencial para o desenvolvimento do turismo, tal como o Embratur o fez em 1996 por meio do Programa Nacional de Municipalização do Turismo.

Boullón (2002 p. 83), explica que:

as áreas turísticas devem estar dotadas de atrativos turísticos contíguos (...) e necessitam (...) de uma infra-estrutura de transporte e comunicação que relacione entre si todos os elementos turísticos que a integram. Para que possam funcionar como um subsistema, requerem a presença mínima de um centro turístico, e se sua infra-estrutura e recursos de equipamento e serviços são insuficientes, devem ser registradas como potenciais.

Nos quatro anos seguintes à certificação do Embratur, o município foi contemplado com o Selo Prioritário para o Desenvolvimento do Turismo. No ano de 2000, recebeu do Embratur, o Certificado de município engajado no programa de municipalização de turismo. Em 2002, ganhou o Selo de Ouro, impregnado aos municípios engajados no Programa Nacional de Municipalização do Turismo, 3ª fase no segmento planejamento, repassado pelo Ministério do Esporte e Turismo. Este prêmio evidencia o interesse do município no fortalecimento das atividades desse campo. Foi o sétimo documento dessa categoria concedido ao poder público municipal. (Informações cedidas pelo Departamento de Turismo de Irati, 2007).

De forma a sintetizar o quadro do turismo local, pode-se aferir que lançando um olhar para o turismo em Irati diz-se que é ainda a cidade conta com problemas no que diz respeito ao desenvolvimento efetivo do turismo como atividade relevante. Alguns deles são de ordem de políticas públicas, outros de sazonalidade dos visitantes. Percebe-se que o município oscila o número de visitantes em determinadas épocas do ano, podendo citar, por exemplo, o Rodeio de Integração, tal atividade em um final de semana atrai praticamente o dobro da sua população em visitantes, enquanto nos demais meses do ano Irati recebe uma pequena demanda de visitantes, provenientes da própria região.

Irati, por estar localizada em um ponto estratégico as margens da BR 277 e a BR 153 recebe um grande contingente de representantes comerciais e viajantes que geralmente pernoitam na cidade usufruindo dos meios de hospedagem e gastronômicos, porém não tendo oportunidade (pelo motivo de trabalho) de visitar os atrativos turísticos. Já os visitantes não permanecem por mais tempo na cidade pelo desconhecimento dos atrativos turísticos oferecidos, mostrando a grande necessidade de uma maior divulgação dos mesmos.

Os meios de lazer presentes na cidade: o Parque Aquático, as praças e as cachoeiras recebem visitantes da região, que podem ser classificados como excursionistas (não geram pernoite), portanto não existem gastos relativos a hospedagem e baixo custo com a alimentação. Da mesma forma que

acontecem com os meios culturais e religiosos (igrejas, imagem de Nossa Senhora da Graças e Casa da Cultura). Portanto, será necessária uma mobilização de pessoas de outras regiões, podendo ser nas criações de rotas ou eventos com dias mais longos de duração.

Os principais atrativos da cidade são Serra de Nhá Cota (ponto culminante, com 1024m de altitude), Colina de Nossa Senhora das Graças ou “Morro da Santa”, Cachoeira Rubens Dallegrove ou “Cachoeira Fillus”, Cachoeira do Pinho, Cachoeira do Teodózio Hlatki, Floresta Nacional de Irati (FLONA), Caverna do canhadão, Casa da Cultura e Bosque São Francisco. (Fonte: Inventário Turístico Municipal Irati-Pr – Agosto/2007)

Com este panorama, apresenta-se uma possibilidade de plano de desenvolvimento turístico municipal para Irati.

3. Proposta de Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal para Irati-Pr

Aqui se apresenta uma proposta preliminar de plano de desenvolvimento turístico municipal de Irati. Como tal, e dada a característica desta comunicação, alguns elementos de planejamento formal não estão dispostos.

O plano proposto é de caráter local, de curto e médio prazo, de abordagem econômica pública, sem público alvo específico por faixa etária, procedência, faixa salarial, nível educacional ou sexo, mas sim todos os turistas que manifestem interesse pelas atividades desenvolvidas no município.

3.1 Objetivos do Plano

Objetivo Geral: Desenvolver o Turismo no município de Irati-Pr.

Objetivos específicos:

- Evidenciar os principais atrativos segundo sua segmentação;
- Identificar os equipamentos gastronômicos e hoteleiros do município de Irati-Pr;
- Divulgar as diferentes formas de turismo que poderão ser proporcionadas na localidade;
- Melhorar a infra-estrutura turística; e
- Incrementar quantitativamente e qualitativamente a demanda turística.

Metas

- Aumentar o número de turistas em 50% no município de Irati/Pr num período de 5 anos;
- Tornar conhecidos os tipos turísticos trabalhados pelo município no período de realização do plano (5 anos); e
- Adaptar 50% de todas as infra-estruturas destinadas ao Turismo em um prazo de quatro anos.

3.2 Desdobramento do Plano: É composto de quatro programas:

- Programa de evidenciação dos principais atrativos turístico, conforme sua segmentação;
- Programa de identificação dos equipamentos gastronômicos e hoteleiros;
- Programa de divulgação das diferentes formas de turismo que a localidade proporciona;
- Programa de melhorarias na infra-estrutura turística da cidade de Irati-Pr;

Para originar o turismo como trabalho, estudo e um meio lucrativo é preciso motivar as empresas, pessoas ou órgãos públicos capazes de investir e acreditar em um planejamento com ideais.

3.2.1 Programa de evidenciação dos principais atrativos turísticos, conforme sua segmentação: Esse programa tem seu foco nos atrativos de maior expressão visando à melhoria considerando os segmentos. O programa é composto por dois projetos.

- Fixação dos eventos municipais no calendário estadual; e
- Caracterização do Turismo Cultural Religioso.

Fixação dos eventos municipais no calendário estadual: para que o município passe a receber maior número de turistas, proporcionando assim uma melhor renda para estabelecimentos hoteleiros e gastronômicos, é necessário que se implante os principais eventos anuais no calendário

estadual. Os eventos percebidos com maior demanda e de futuro crescimento em âmbito estadual, pois existe conhecimento pelos regionalistas, são: Carnaval de Rua (móvel – fevereiro/março), Festa Polonesa (1º domingo de maio), Rodeio de Integração (o evento de maior expressão), em julho, Deutsches Fest – Baile do *Chopp* e da *Lingüiça*, em outubro, Festa do Borrego no Rolete, Festa do Pêssego e Salão de Negócios, em dezembro. Essas manifestações atingem diversos tipos de públicos, pois cada uma direciona-se a uma segmentação diferente. Portanto, para obtenção do projeto será necessário abranger os eventos já citados, encaminhando à Secretaria de Estado do Turismo do Paraná - SETU para divulgação e desenvolvimento de *marketing*.

Ações:

- Levantamento dos eventos com maior potencialidade; e
- Caracterizar cada evento conforme seu público-alvo.

Caracterização do Turismo Cultural Religioso: Apesar de a busca por esse segmento ainda ser tímida na cidade, percebe-se que há visitação de pessoas que se concentram nas cidades limítrofes as quais são consideradas excursionistas, pois não geram pernoite. Assim, esse projeto procura expor as Igrejas (Igreja Nossa Senhora da Luz, Igreja Imaculado Coração de Maria, Igreja Assunção de Nossa Senhora, Igreja N. S. do Perpétuo Socorro, Igreja Evangélica Assembléia de Deus, Igreja Luterana), conforme seu credo, a Imagem de Nossa Senhora das Graças (com vinte e dois metros de altura) e a Casa da Cultura. Estes atrativos culturais religiosos são os de maior importância em âmbito municipal, os quais ainda não são devidamente explorados pelo turismo, sendo desse método divulgá-los dentro do estado do Paraná. Contudo, esse projeto gerará as seguintes ações:

- Classificação e identificar as Igrejas conforme credo; e
- Relatar as características históricas dos pontos turísticos religiosos.

3.2.2 Programa de identificação dos equipamentos gastronômicos e hoteleiros: Os meios de hospedagem e gastronômicos que existem dentro do

município são capazes de suportar a demanda atualmente. Porém, para alcançar o objetivo geral é necessário primeiramente identificá-los, na necessidade do turista conhecer os serviços que lhe serão prestados. Há dezenove estabelecimentos gastronômicos, dentro da região urbana existem dezessete e na BR 277 existem mais dois estabelecimentos. Já os meios de hospedagem são oito, sendo todos na área urbana. (Dados da Prefeitura Municipal de Irati, 2007). O programa conta com dois projetos:

- Apontar a culinária típica do município; e
- Classificar os hotéis quanto sua estrutura.

Projeto para apontar a culinária típica do município: através da divulgação de iguarias presentes apenas em Irati e região, derivadas da cultura eslava e, assim, fazendo ligação com a promoção de eventos gastronômicos, melhor estudado no projeto fixação dos eventos municipais no calendário estadual, esse projeto visa propiciar a degustação de pratos típicos, complementando a renda dos empresários. Percebendo que os pratos tradicionais são o borrego no rolete e a culinária eslava, as ações são as seguintes:

- Propiciar o borrego no rolete em estabelecimentos gastronômicos; e
- Dirigir o turista para equipamentos gastronômicos que disponibiliza de especialidades ucranianas e polonesas.

Projeto para a classificação dos Hotéis, quanto sua estrutura: a hotelaria como equipamento turístico destina-se para pernoite dos turistas quando, dependendo de sua motivação viajam para uma área turística (neste caso), procuram segmentos do turismo, podendo ser de negócios, lazer, religião, cultura, eventos, etc. Irati conta com oito hotéis, sendo eles: o Hotel Abib, o Hotel *Paradise in Florest*, Hotel Colonial, Hotel Luz, Hotel Luiz XV, Hotel Astória, Hotel dos Viajantes, Grande Hotel. Porém, esses hotéis, em geral, não possuem uma pesquisa de demanda e não tem uma classificação exata quanto sua estrutura. Assim esse projeto vem com o intuito de uma classificação, posteriormente uma divulgação para o conhecimento do público em geral,

certamente para uma melhor adequação dos empreendedores responsáveis.

As ações cabíveis seriam:

- Averiguar e inventariar a estrutura dos hotéis; e
- Estabelecer o número de leitos, para suporte da demanda.

3.2.3 Programa de divulgação dos segmentos turísticos que a localidade

proporciona: nos tempos atuais a divulgação, seja ela pela televisão, rádio, internet, através de *folders*, anúncios ou até mesmo boca-boca, pode considerar-se um planejamento estratégico. Portanto, o investimento no início será com visão futuramente. Os projetos a serem implantados nesse programa são:

- Divulgação do turismo na mídia; e
- Criação de um *web site* do turismo do município.

Projeto para divulgar o turismo na mídia: essa divulgação procederá em rede estadual e nacional, explorando os meios televisivos e radialísticos de maior audiência. Presumem-se as maiores emissoras de TV do Brasil, assim como as de rádio. Assim, todos os segmentos turísticos do município terão espaço, criando um elo entre as políticas privadas e as públicas para o crescimento turístico de nosso município. Para essa qualificação, as ações inseridas no projeto serão:

- Criação de comerciais a serem transmitidos nas principais tele emissoras nos horários nobres e nas principais emissoras de rádio; e
- Veiculação de comerciais turísticos nas principais emissoras de rádio e TV.

Projeto de criação de um web site de turismo do município: a internet é o veículo mais eficaz na atualidade. Através dela pode-se fazer pesquisas de variados tipos, além de informações passadas do que ocorre mundialmente. Em função disso, esse projeto visualiza criar um *web site* para divulgação do turismo no município. Assim esse projeto cria as seguintes ações:

- Catalogar tudo o que entorna o turismo no município; e
- Inserção do *web site* na rede mundial de computadores.

3.2.4 Melhorar a infra-estrutura turística: a BR 277, que corta o Paraná, do litoral à Foz do Iguaçu (maior centro turístico do estado), passa pelo município de Irati. Essa rodovia nacional é a de maior tráfego de veículos do Estado, sendo assim é de excelente estrutura para entrada de visitantes à cidade. Entretanto, não existem formas de atendimento à esses, pois Irati não possui pessoas qualificadas, nem mesmo um local onde turistas possam procurar por informações.

Desse modo, esse programa necessitará de dois projetos:

- Formação e treinamento de mão-de-obra; e
- Criação de locais para Informação turística.

Projeto para formação e treinamento de mão-de-obra: a capacitação de recursos humanos é indispensável para um bom atendimento, sendo esse essencial para o retorno de um turista ao local freqüentado. A Universidade Estadual do Centro-Oeste dispõem do curso de Turismo, o qual aprende em teoria e prática esse essencial. Com essa mentalidade esse projeto, tem como função, a formação, com treinamentos extracurriculares dos acadêmicos para, que após sua conclusão de curso possam disponibilizar-se de conhecimentos interdisciplinares para a orientação de todos os públicos motivados pelo turismo do município. As ações para essa capacitação são:

- Ofertas de cursos de recepção, *maitre*, línguas estrangeiras (inglês, espanhol, francês e italiano); e
- Palestras com pautas nos diferentes tema de interesse do turismo.

Os interesses dessas práticas caberiam à população em geral, mas especificamente aos alunos do curso de Turismo da UNICENTRO, tendo em vista que na teoria os mesmos possuem o conhecimento.

Projeto de criação de Pontos para Informação Turística: Para essa criação serão necessários recursos financeiros provenientes da Prefeitura Municipal, pois terão custos nas construções e manutenções de determinados locais. Entende-se que três pontos seriam ideais, localizados nas saídas para a BR

277 e um no centro da cidade. Outra necessidade é disponibilização de materiais para os visitantes, junto a esses pontos, sejam eles *folders*, cartilhas informativas com endereços, fone, e-mail dos atrativos e serviços turísticos. Assim esse projeto realizará suas ações:

- Implantar três Pontos para Informação Turística em local acessível para o turista; e
- Disponibilizar em uma cartilha todas as informações turísticas do Município.

Considerações Finais

Num planejamento existem idéias complexas e ações voltadas para o futuro. Para um bom planejador atingir seus objetivos é necessário um estudo da localidade que irá implantar seus ideais. No planejamento turístico deve haver não apenas um indício ao sucesso no futuro, mas também ações de sustentabilidade com o meio em que vai utilizar os recursos. Com um olhar mais específico o planejamento turístico municipal além de alcançar os objetivos e metas propostas, e conscientizar-se da importância da conservação do ambiente local e seus atrativos, carece de um planejamento participativo, ou seja, uma interação entre população, órgãos públicos e privados.

O plano apresentado é desdobrado em quatro programas, os quais visam a identificação, divulgação, potencialização e melhoramento do que provém para o desenvolvimento do turismo na cidade. Assim esses programas subdividem-se em projetos, os quais geram as ações necessárias para que o turismo possa consolidar-se como atividade de maior rentabilidade no município.

Compreende-se que quiçá faltem dados que corroborem com a proposta, e que para a revisão da mesma precedente a sua operacionalização sejam necessários a discussão e o estudo aprofundado da comunidade, entorno, mercado e outros dados de interesse do planejamento.

Tendo em vista, os níveis estratégico, tático e operacional do Plano de Desenvolvimento Turístico de Itati, os autores desse artigo crêem na necessidade de discussão pra implantação de tal documento, pois esse gerará formas de melhoria econômica e de sustentabilidade dos atrativos. Portanto,

com sua concretização espera-se uma melhor qualidade de vida aos moradores, uma visão diferente dos turistas sobre o município e, sobretudo uma experiência turística de qualidade.

Esta proposta, como mencionado anteriormente, está longe de ser ideal e não se encerra em si mesma, cabendo ajustes e discussão com outros interessados no setor. Contudo a mesma justifica-se pelo seu pioneirismo e coragem em levar a cabo a alteração para além do curso de turismo da Unicentro.

Referências

- BARRETTO, Margarita. **Planejamento responsável do turismo**. Campinas: Papirus, 2005.
- BOULLÓN, Roberto. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: Edusc, 2002.
- CARDOZO, Poliana. **Planejamento turístico municipal**. Revista Partes (eletrônica). São Paulo: 2007.
- CARDOZO, Poliana. **Planejamento turístico participativo: para além dos discursos uma proposta para execução**. Revista Partes (eletrônica). São Paulo, 2008.
- MOLINA, S. **Planejamento integral do turismo**. Bauru: Edusc, 2001.
- Prefeitura Municipal de Irati. Dados Gerais, 2007-2008.
- Prefeitura Municipal de Irati. Inventário Turístico Municipal, 2007.
- RUSCHMANN, D. **Planejamento turístico sustentável**. Campinas, Papirus: 1997.
- RUSCHMANN, D.; WIDMER, G. **Planejamento turístico**. In: ANSARAH, M. **Turismo: como aprender como ensinar**. Vol 2. São Paulo: Senac, 2000
- TYLER, Duncan; GUERRIER, Yvonne; ROBERTSON, Martin (org.). **Gestão de Turismo Municipal: Teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos**. 2ª ed. São Paulo: Futura, 2001.