

PLANO DIRETOR DE TURISMO



I
T
A
P
U
Í

AGOSTO 2016

PLANO DIRETOR DE TURISMO DA CIDADE DE ITAPUÍ

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPUÍ - SP
PREFEITO
JOSÉ EDUARDO AMANTINI

VICE-PREFEITO
GUIDO LANZA

DIRETOR MUNICIPAL DE CULTURA E
TURISMO

ÂNGELO RICARDO DE ALMEIDA GUARNIERI

FICHA TÉCNICA

ELABORAÇÃO

MARIA CHRISTINA CURY VIEIRA COELHO - ME

COORDENAÇÃO

CHRISTINA CURY

COLABORAÇÃO

ANDRÉ RUIZ

ÂNGELO RICARDO DE ALMEIDA GUARNIEIRI

CAIO MAZZA

FLÁVIA CAPOBIANCO LAGATTA

JOSÉ AMÉRICO PASCOLI

LARISSA RONCON

MÁRCIA MERCÊS MARTINS

NATHAN FADINI

SANDRA VIRGÍNIA TOLESANO PASCOLI

COMTUR ITAPUÍ

APRESENTAÇÃO

Este documento tem por objetivo apoiar o trabalho dos dirigentes públicos municipais de turismo, apresentando informações sobre o planejamento e organização do setor, em seus diferentes níveis, com o intuito de subsidiar suas ações e contribuir para o desenvolvimento sustentável do município de Itapuí, buscando de forma mais estratégica o crescimento qualitativo do turismo municipal.

SUMÁRIO

1. CIDADE – ITAPUÍ (Praça da Matriz)	7
2. INFORMAÇÕES DO MUNICÍPIO	7
2.1. Dados Institucionais	7
2.2. Dados Socioeconômicos do Município de ItapuÍ – SP.	8
2.2.1- Aspectos Físicos.	8
2.2.2- População	9
2.2.3- Finanças Públicas	9
2.2.4- Dados Econômicos	9
2.2.5- Produto Interno Bruto (PIB).	9
2.2.6- Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M)	9
2.2.7- Turismo	10
3. INTRODUÇÃO	10
4. JUSTIFICATIVA	11
5. CARTA DE PRINCÍPIOS	12
6. METODOLOGIA	13
6.1. Aspectos Metodológicos	14
6.1.1- Diagnóstico	14
**Quadro 1 – FORÇAS / OPORTUNIDADES / FRAQUEZAS / AMEAÇAS.	15
**Quadro 2 – Avaliação da participação dos atores do Ambiente Interno.	16
**Quadro 3 – Avaliação da participação dos atores do Ambiente Externo	17
**Quadro 4 – Avaliação dos Tipos de Turismo	18
**Quadro 5 – Avaliação da Infraestrutura de Turismo	19
**Quadro 6 – Avaliação dos Equipamentos e Serviços de Turismo.	20
**Quadro 7– Avaliação dos Atrativos Naturais	21
**Quadro 8– Avaliação dos Atrativos Históricos / Naturais.	22
6.1.2- Prognóstico	23
**Quadro 9– Problema central do Turismo no Município	23
**Quadro 9– Causas do problema central.	23

**Quadro 9 – Consequências do problema central23
**Quadro 10 – Objetivo principal24
**Quadro 11 – Objetivos Específicos.24
6.1.3- Diretrizes e Estratégias.24
**Quadro 12 – Diretriz Principal24
**Quadro 13 – Visão Estratégica25
7. PROGRAMAS PARA O TURISMO25
7.1. Programa 1: Sensibilização e Mobilização.25
**Quadro 14: Programa 126
7.2. Programa 2: Monitoramento da Oferta e Demanda Turística.26
**Quadro 15: Programa 227
7.3. Programa 3: Acesso ao mercado28
**Quadro 16: Programa 328
7.4. Programa 4: Normatização e Regulação29
**Quadro 17: Programa 429
7.5. Programa 5: Qualificação dos serviços29
7.6. Programa 6: Formatação de produtos.30
**Quadro 18: Programas 5 e 631
8. INDICADORES PARA A GESTÃO SUSTENTÁVEL DO TURISMO MUNICIPAL32
8.1. Indicadores de gestão.32
8.2. Indicadores Econômicos.32
8.3. Indicadores Sociais33
8.4. Indicadores Ambientais.33
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS34
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.35

1. Cidade – ItapuÍ (Praça da Matriz) – Foto 1



2. Informações do Município

2.1. Dados Institucionais

2.1.1 – Prefeitura Municipal de ItapuÍ

Praça da Matriz, 73 Centro – ItapuÍ – SP / CEP 17230-000

CNPJ – 46.189.726/0001-15

Telefone: (14) 3664-8040

Site: www.itapui.sp.gov.br

E-mail: imprensa@itapui.sp.gov.br / amantini45@gmail.com

2.1.2 – Executivo

José Eduardo Amantini – Prefeito Municipal / PSDB

Guido Lanza – Vice Prefeito / PSDB

Telefone: (14) 3664-8040

E-mail: imprensa@itapui.sp.gov.br / amantini45@gmail.com

2.1.3 – Câmara Municipal de ItapuÍ

Praça da Matriz, 42 Centro – ItapuÍ – SP / CEP 17230-000

Telefone: (14) 3664-8040

Site: www.camaramunicipalitapui.sp.gov.br

E-mail: cm@camaramunicipalitapui.sp.gov.br

2.1.4 – Legislativo – Vereadores

Ademir Aparecido Castelani – Ademir
Denilson Miguel da Silva Massetto – Curumim
José Roberto Gonsalves Meira – Bertinho
Luiz Carlos Pierazo – Luiz Motorista
Luiz Henrique Pignatti – Professor Luiz
Maria Clélia Viaro Pichelli – Clélia enfermeira
Silene Valini – Silene
Alfredo Sanziani Filho
Vandir Donizete Viaro - Perninha

2.1.5 – Diretoria de Cultura e Turismo

Ângelo Ricardo de Almeida Guarnieri – Diretor de Cultura e Turismo
Praça Joaquim Silva, 10 Centro – ItapuÍ – SP / Prédio da Biblioteca Municipal
PIT – Posto de Informações Turísticas
Telefone: (14) 3664-8040
Facebook: Cultura na Bica
E-mail: culturanabica@gmail.com

Referências / Documentos consultados: Prefeitura Municipal / COMTUR / Google.

2.2. Dados Socioeconômicos do Município de ItapuÍ - SP

2.2.1 – Aspectos Físicos

***Área:** 141 km²

***Altitude Média:** 456 metros

***Localização:** Latitude 22° 14' 00'' (Sul) e Longitude 48° 43' 09'' (W)

***Microrregião:** Microrregião de Jaú

***Circuito Turístico:** Coração Paulista (Boracéia, ItapuÍ, Pederneiras, Bocaina, Jaú, Dois Córregos, Mineiros do Tietê, Barra Bonita, Igaracu do Tietê, Macatuba e Lençóis Paulista).

***Municípios Limítrofes:** Boracéia, Jaú, Pederneiras e Bariri

***Distância Rodoviária à capital:** 321 Km – Via SP 225 / SP 310 e Rodovia dos Bandeirantes.

***Acessos Rodoviários:**

- Rodovia Vicinal Engenheiro João Batista Cabral até Rodovia SP 225, à esquerda para Jaú e à direita para Pederneiras e Bauru.
- Estrada Vicinal Itapuí até a Rodovia Leônidas Pacheco Ferreira (SP 304), à esquerda para Bariri e à direita para Jaú.

***Acessos Fluviais:**

- Balsa Itapuí / Boracéia (Gratuita).

Referências / Documentos consultados: Prefeitura Municipal / COMTUR / Google Maps).

2.2.2 – População

- * População estimada: 13.023 Habitantes

Referências / Documentos consultados: IBGE (2013) / COMTUR / Google.

2.2.3 – Finanças Públicas

- * Repasse do Fundo de Participação dos Municípios (FMP): R\$ 796.853,60 reais.

Referências / Documentos consultados: Prefeitura Municipal / COMTUR.

2.2.4 – Dados Econômicos

- *Principais Atividades econômicas: Indústria moveleira / Abatedores de Frango / Indústria de metal de precisão e Atacado de papelaria.

- * Número de estabelecimentos industriais (2005): 55

- * Estabelecimentos bancários: Banco do Brasil / Banco Bradesco / Banco Santander.

- *Números de estabelecimentos do comércio varejista (2005): 481

Referências / Documentos consultados: Prefeitura Municipal / COMTUR / Google – site: www.seplan.sp.gov.br

2.2.5 – Produto Interno Bruto (PIB)

- * PIB: R\$ 171.664,61 (IBGE – 2008)

- * PIB per capita: R\$ 13.906,72 (IBGE – 2008)

Referências / Documentos consultados: Prefeitura Municipal / COMTUR.

2.2.6 – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M)

* **IDH-M:** 0,725

* **IDH-M Renda:** 0,716

* **IDH-M Educação:** 0,633

* **IDH-M Longevidade:** 0,841

Referências / Documentos consultados: Prefeitura Municipal / COMTUR / Google – site: www.seplan.sp.gov.br

Nota Classificação: Segundo IDH
Elevado (0,800 é superior)
Médio (0,500 – 0,799)
Baixo (abaixo de 0,500)

2.2.7 – Turismo

* **Número de turistas por mês – Baixa Temporada:** 900 aproximadamente

* **Número de turistas por mês – Alta Temporada:** 2.500 aproximadamente

* **Origem dos turistas em Baixa Temporada:** Região/São Paulo

* **Origem dos turistas em Alta Temporada:** São Paulo/Região/Outros Estados

* **Número de Meios de Hospedagem:** 14 (Itapuí + Região com menos de 40 Km).

* **Número de Estabelecimentos de Alimentação:** 31 (Restaurantes / Lanchonetes / Carrinhos de Lanche / Outros.

Referências / Documentos consultados: Prefeitura Municipal / COMTUR / Google – site: www.seplan.sp.gov.br

3. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos a atividade turística tem sido de extrema importância para o desenvolvimento e crescimento da economia mundial. O Fórum Econômico Mundial estima inclusive que esse é o setor econômico que mais cresce no mundo. Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) corroboram com essa afirmativa e demonstram que a atividade turística vem crescendo gradativamente e impulsionando a geração de empregos e o incremento da renda mundial.

Observa-se que o Turismo no estado de São Paulo tem acompanhando os bons resultados do nível nacional, sobressaindo-se como uma importante ferramenta de desenvolvimento econômico que permite a inclusão social, a partir da execução de ações pautadas nos princípios da sustentabilidade. Contudo, esta atividade que é tão promissora vem se desenvolvendo em alguns municípios de forma desordenada, fazendo com que os resultados não sejam os esperados, se comparados com o imenso potencial existente. Apesar do fenômeno turístico ser, na maioria das vezes espontâneo, é necessário que na geração da atividade exista estrutura, organização, conhecimento e análise do mercado - oferta e demanda turística.

Dessa forma, o desenvolvimento Turístico do município de Itapuí promoverá: qualidade de vida, melhoria dos serviços locais, geração de emprego e renda, dinamizará as potencialidades socioeconômicas já existentes, promovendo a inclusão social e possibilitando a melhoria no IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal e contribuirá na preservação e manutenção das áreas verdes, além de divulgar e ressaltar a cultura local e trazer satisfação aos visitantes. Isso é viável, quando existe um planejamento adequado, integrado e participativo, buscando o desenvolvimento sustentável da atividade.

O Turismo é muito mais do que lazer, é uma atividade econômica, com implicações políticas, sociais, ambientais e culturais.

“A viagem é uma forma de lazer”.

4. JUSTIFICATIVA

Em abril de 2015, foi sancionada à Lei Complementar nº 1.261/2015, pelo governador Geraldo Alckmin, estabelecendo condições e requisitos para classificação de Estâncias e Municípios de Interesse Turístico (MIT).

A criação de Município de Interesse Turístico foi a proposta encontrada para que um número maior de municípios com vocação turística, pudessem ter acesso a recursos e desenvolver suas potencialidades.

A motivação para elaboração do Plano Diretor de Itapuí em 2015/16, foi atender os critérios e pré-requisitos para habilitação do município, como MIT, e assim passar a receber incentivos financeiros e poder potencializar o seu desenvolvimento turístico. Itapuí é uma cidade com grande potencial turístico, conhecida por sua riqueza cultural e belezas naturais, tendo como destaque a Prainha Municipal, um dos locais de lazer mais

frequentados da região, e que teve seu auge nas décadas de 1970 e 1980, onde recebia milhares de turistas.



Foto 2 – Prainha (entre os anos 1970 e 1990)

Diante destes fatos, ressalta-se a importância da gestão e do planejamento para o Turismo, especialmente de “Sol e Praia”, retomando e fortalecendo a importância e a dimensão do turismo como gerador de emprego e renda, conciliando o crescimento econômico com a preservação e a manutenção do patrimônio histórico, cultural e ambiental, tendo como fim a participação da comunidade e empresários nas decisões de seus próprios recursos.

5. Carta de Princípios

A Carta de Princípios foi criada para fortalecer e nortear o processo de planejamento e implementação do Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico Sustentável de Itapuí, a partir de três premissas:

Participação que busca integrar ativamente todos os segmentos sociais, empresariais e governamentais envolvidos no processo do turismo e, conseqüentemente, em seu planejamento estratégico.

Somente um trabalho participativo poderá superar eventuais conflitos e problemas, no decorrer do processo de planejamento, e minimizar

interferências negativas geradas a partir de desigualdades e diferenças étnicas, sociais, culturais, históricas, ambientais e econômicas.

Sustentabilidade visa assegurar uma forma de desenvolvimento econômico eficiente, socialmente justa e ambientalmente equilibrada e compatível com o uso racional dos recursos naturais, considerando a conservação da biodiversidade local e as especificidades culturais, sociais, históricas e étnicas. Dentro do conceito da sustentabilidade ambiental, as ações básicas devem ser voltadas à fiscalização, tanto do uso como da ocupação do solo; do uso dos recursos naturais e dos tipos de atividades desenvolvidas, nos espaços ordenados.

Integração é promover processos de gestão integrada da sociedade civil organizada, iniciativa privada, terceiro setor e poder público.

Além destes três princípios existem outros relacionados: descentralização, flexibilidade, articulação, cooperação e sinergia de decisões.

Uma vez adotados, estes princípios irão fortalecer e nortear o processo de planejamento e implementação do Plano Estratégico por meio de mudança de atitude no engajamento dos atores sociais.

6. Metodologia

O processo de planejamento do turismo de ItapuÍ foi realizado de forma participativa, ancorada na construção de um entendimento baseado nas discussões dos grupos, na negociação e na tomada de decisão compartilhada, tendo como ponto de partida as expectativas, as aspirações e as necessidades da sociedade. A condução das etapas foi realizada pela empresa “Maria Christina Cury Viera Coelho – ME”; especializada na área de turismo e responsável por estabelecer uma Estrutura Organizacional, que permita uma melhor otimização das ações e, com a participação substancial do COMTUR, ou seja, este plano é fruto de um esforço coletivo de busca, coleta, discussão e validação de informações, que expressa a vontade do município em relação ao desenvolvimento da atividade turística.

Para a elaboração do Plano Estratégico do Turismo, foi importante determinar e seguir um processo de construção que tornasse o

documento confiável e adequado ao objetivo de planejar o desenvolvimento da atividade turística no município.

As atividades de elaboração das diretrizes do Plano Municipal de Turismo foram realizadas da seguinte forma:

- Atividades em grupo: discussão entre os participantes sobre os temas propostos e apresentação dos resultados aos demais presentes, a fim de estimular a integração e a reflexão dos presentes.
- Exposições dialógicas: Mediadas pelo técnico responsável em conduzir a atividade com as opiniões expressadas pelos participantes em relação aos temas apresentados.
- Reflexões teórico-práticas: Apresentação de experiências e definições em turismo e planejamento, que buscaram sistematizar e nivelar o conhecimento dos conselheiros sobre o assunto.

6.1. Aspectos Metodológicos – Nesta parte do documento são apresentadas as etapas de construção do Plano Estratégico.

6.1.1 – Diagnóstico – Análise dos atrativos turísticos, da infraestrutura dos serviços turísticos e, em geral, da demanda de turistas e das Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças (F.O.F.A).

Análise das FORÇAS, OPORTUNIDADES, FRAQUEZAS E AMEAÇAS:

O início dos trabalhos de diagnóstico aconteceu com a discussão e indicação dos fatores considerados pelos conselheiros como sendo as Forças / Oportunidades / Fraquezas / Ameaças da atividade turística no Município. Foram distribuídas fichas aos conselheiros, que deviam indicar, segundo a sua percepção quais eram as Forças do município para o turismo. Os conselheiros escreveram nas fichas os aspectos que consideravam importantes. Em seguida, os aspectos apontados eram apresentados ao grupo e debatidos. As contribuições eram agrupadas por assunto procurando definir as principais forças do município para o turismo. Este mesmo processo de construção foi feito em relação às Oportunidades, Fraquezas e Ameaças do município para o turismo. As definições do grupo estão organizadas na tabela a seguir:

<p>Forças</p>	<p>Atrativos Naturais: A cidade é localizada às margens do Rio Tietê Prainha Municipal (Praia de Rio) Córrego Robertão (Margens e Nascentes Reflorestadas) Córrego Bica de Pedra Balsa Itapuí / Boracéia</p> <p>Atrativos Culturais: Desfile de Carnaval Quermesse de Santo Antônio Orquestra de Violas de Itapuí Festa do Peão Gastronomia</p> <p>Atrativos Históricos/Edificações: Prédios Antigos / Casarões / Praça Matriz e Igrejas.</p> <p>Histórico: História da Cidade – “Bica de Pedra”</p> <p>Memória afetiva da Prainha pelos Municípios e Região</p> <p>COMTUR</p> <p>Hospitalidade</p> <p>Apoio do Poder Público</p>
<p>Oportunidades</p>	<p>Campeonatos Regionais e Estaduais na Praia: Vôlei / Skate / Náutico</p> <p>ONG Ecovida</p> <p>Eventos Culturais na Prainha</p> <p>Identidade Gastronômica</p> <p>Musicalidade</p> <p>Artesanato</p> <p>Pintura em tela</p>
<p>Fraquezas</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Sociedade sem consciência do Patrimônio Natural e Cultural *Falta de Hotéis na cidade *Baixa qualidade na prestação de serviços turísticos *Ausência de Agentes de Turismo *Falta de investimentos de Empresários no Turismo *Falta de integração da comunidade *Artesanato sem Identidade *Sazonalidade
<p>Ameaças</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Falta de Leis de: Proteção Ambiental e Patrimônio Culturais *Falta de Compromisso e envolvimento dos atores do turismo *Falta de infraestrutura nos atrativos *Falta de manutenção nos prédios antigos *Descontinuidade nos projetos *Crise financeira do país *Qualidade da água do Rio Tietê

Quadro 1 - F.O.F.A.

***Avaliação da participação dos Atores do Ambiente Interno**

Para essa avaliação foi feita uma lista de entidades e grupos de atores do ambiente interno. Em seguida, realizou-se uma discussão coletiva visando verificar o envolvimento, a disposição, o trabalho e os objetivos desses atores em relação ao turismo no município de Itapuí.

As perguntas orientadoras foram:

- Participa do Conselho Municipal de Turismo?
- Participa das tomadas de decisões referentes à atividade?
- Sugere melhorias ou adequações na gestão do turismo?
- Promove, oferece ou capta parcerias que podem beneficiar a atividade?
- Dispõe de capacitação técnica na área de turismo?

Essa avaliação é apresentada no quadro abaixo: Quadro 2

ENTIDADE/GRUPOS/ORGANIZAÇÕES	SITUAÇÃO
EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM LOCAL	PRECÁRIA
ONG ECOVIDA	EFICIENTE
EQUIPAMENTOS DE ALIMENTAÇÃO	REGULAR
INSTITUIÇÕES DE ENSINO	REGULAR
DIRETORIA DE TURISMO	REGULAR
DIRETORIA DE OBRAS	REGULAR
DIRETORIA DE SAÚDE	REGULAR
TRANSPORTE	PRECÁRIO
MÚSICOS (ORQUESTRA DE VIOLA)	EFICIENTE

Quadro 2

***Avaliação da participação dos Atores do Ambiente Externo**

Feita a avaliação da atuação, participação e envolvimento dos atores do ambiente interno em relação ao turismo, o mesmo processo foi feito em relação aos atores do ambiente externo. Realizou-se um levantamento das

principais entidades e organizações que influenciam ou podem influenciar o desenvolvimento da atividade turística de ItapuÍ. A pergunta orientadora para a avaliação foi:

– Promove, oferece ou capta parcerias que podem beneficiar a atividade no município/região?

Essa avaliação é apresentada no quadro abaixo: Quadro 3

ENTIDADE/GRUPOS/ORGANIZAÇÕES	SITUAÇÃO
AGÊNCIAS DE TURISMO	PRECÁRIA
SETOR DE HOSPEDAGEM DA REGIÃO	EFICIENTE
SENAC	EFICIENTE
SEBRAE	EFICIENTE
SECRETARIA DO ESTADO DE TURISMO	EFICIENTE
CONVÊNIO CULTURAL DO MÉDIO TIETÊ	EFICIENTE

Quadro 3

***Avaliação dos Tipos de Turismo:**

Com o objetivo de debater e definir os principais tipos de turismo praticados no município e sua importância e potencialidade, foi realizada a avaliação da situação dos tipos de turismo, apresentados aos conselheiros da seguinte forma:

– Turismo cultural: Compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio Histórico e Cultural e dos Eventos Culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da Cultura;

– Ecoturismo: Segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio Natural e Cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo bem-estar das populações;

– Esportes: Compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades desportivas;

- Negócios e Eventos: Compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social;
- Turismo de Sol e Praia: Constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias;
- Estudos e Intercâmbio: Constitui-se da movimentação turística geradas por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional;

No quadro a seguir, são apresentadas as avaliações feitas pelos conselheiros para os tipos de turismo possíveis, assim como a avaliação do potencial que o município possui para cada um deles.

Essa avaliação é apresentada no quadro abaixo: Quadro 4

TIPOS DE TURISMO	SITUAÇÃO	VALOR ATUAL	VALOR POTENCIAL
SOL E PRAIA	REGULAR	06	10
CULTURAL	REGULAR	06	10
ESTUDOS	REGULAR	06	10
ECOTURISMO	REGULAR	06	10
GASTRONÔMICO	REGULAR	05	10
NEGÓCIOS	REGULAR	05	08

Quadro 4

***Avaliação da Infraestrutura de Turismo:**

Essa etapa do trabalho de diagnóstico teve por objetivo avaliar de forma detalhada os itens da oferta turística do município: infraestrutura, equipamentos, serviços e atrativos.

Para a avaliação da infraestrutura foi projetada uma tabela com os principais itens a serem avaliados pelos conselheiros, para cada um deles foram colocadas perguntas que orientaram a reflexão e o debate. As perguntas orientadoras utilizadas para avaliação da infraestrutura foram:

- Em relação ao ensino: A atual estrutura de ensino atende às necessidades do turismo? É satisfatória para desenvolvimento do município? A estrutura física é adequada? O corpo docente é qualificado?
- Em relação à saúde: A estrutura atual é suficiente para a população residente? E para os visitantes?
- Em relação às estradas vicinais: Apresenta condições adequadas de uso?
- Acessos: Qual o estado de conservação e de uso das estradas de que dão acesso ao município?
- Transporte externo: As linhas de ônibus que ligam ou passam pelo município são suficientes e adequadas? Existem alternativas de transporte?
- Transporte interno: Existe serviço de transporte de passageiros? Qual a sua qualidade? É suficiente? O turista que precisar consegue utilizar?
- Água e esgoto: Existe tratamento de água e esgoto? O abastecimento de água é suficiente e de qualidade? Em períodos de alta demanda, o sistema comporta? Como é feita a fiscalização?
- Lixo: O modo como é feita a coleta, transporte e destinação dos resíduos é adequado?
- Energia: Atende às necessidades dos residentes? Suporta picos de alta demanda?

Essa avaliação é apresentada no quadro abaixo: Quadro 5

ITENS DE INFRAESTRUTURA	AVALIAÇÃO
ENSINO	EFICIENTE
SAÚDE	REGULAR
ESTRADAS VICINAIS	REGULAR (-)
ACESSO	REGULAR
TRANSPORTE EXTERNO	REGULAR
TRANSPORTE INTERNO	PRECÁRIO
ÁGUA E ESGOTO	REGULAR (-)
SEGURANÇA	REGULAR
LIXO	REGULAR
ENERGIA	REGULAR

***Avaliação dos Equipamentos e Serviços de Turismo:**

A avaliação da infraestrutura é importante para determinar a situação do destino, suas principais deficiências e carências. Os itens foram organizados como precário, regular ou eficiente, de acordo com a média das notas atribuídas pelos participantes.

Quando um item é considerado precário, significa que ele não atende aos requisitos mínimos necessários ao desenvolvimento do turismo no município; regular, significa que ainda carece de investimentos, mas apresenta condições mínimas para o desenvolvimento do turismo; eficiente, está em condições ou favorece o desenvolvimento do turismo. Os equipamentos e serviços turísticos do município foram avaliados de acordo com as seguintes perguntas:

- Apresenta condições de uso pela atividade turística?
- Apresenta qualidade nos serviços prestados?
- Apresenta qualidade no atendimento ao cliente?
- Oferece segurança aos consumidores?
- Estão em número suficiente para atender a demanda?

EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS	SITUAÇÃO
HOTELARIA NA CIDADE	PRECÁRIA
HOTELARIA NA REGIÃO	EFICIENTE
AGÊNCIAS DE VIAGEM	PRECÁRIO
TRANSPORTADORA	PRECÁRIO
OPERADORES DE TURISMO	PRECÁRIO
LOCADORAS / FRETAMENTO	PRECÁRIO
ALIMENTAÇÃO	REGULAR
ESPAÇO PARA EVENTOS	REGULAR
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS P/EVENTOS	REGULAR
ENTRETENIMENTOS	REGULAR

Quadro 6

***Avaliação dos Atrativos Naturais:**

Por ser uma atividade de prestação de serviços, refletir e avaliar a situação da oferta de turismo no município é fundamental para que possam ser traçadas estratégias que permitam melhorar e aprimorar a qualidade desses serviços. Da mesma forma que para os itens de infraestrutura, o enquadramento como precário, regular e eficiente obedece a mesma lógica. Precário significa que o item carece de investimentos, não apresenta a qualidade ou quantidade necessária; regular significa que o item apresenta alguma estrutura, mas carece de investimentos; eficiente, que possui as condições necessárias ao desenvolvimento do turismo no município. O último item da oferta turística avaliado foi os atrativos turísticos. Primeiramente, realizou-se a identificação dos pontos considerados como atrativos turísticos no município. Essa reflexão começou pelos atrativos naturais do município. Os atrativos foram avaliados em relação à sua situação e à sua relevância para o turismo local e regional. Para tanto, foram feitas as seguintes perguntas que orientaram a reflexão e o debate. Os resultados estão consolidados na tabela abaixo.

As perguntas orientadoras utilizadas para estimular a reflexão:

- Esse atrativo possui visitação turística?
- Apresenta condições de ser usado turisticamente?
- Apresenta estado de conservação adequado ao seu uso?
- Qual a sua importância no contexto da atividade turística local baixa, média ou alta atratividade?

Essa avaliação é apresentada no quadro abaixo: Quadro 7

ATRATIVOS NATURAIS	SITUAÇÃO / RELEVÂNCIA
PRAINHA MUNICIPAL	REGULAR / ALTA
CÓRREGO ROBERTÃO	REGULAR / ALTA
BALSA	EFICIENTE / MÉDIO
RIO TIETÊ	REGULAR / ALTA

***Avaliação dos Atrativos Históricos / Culturais**

Quanto aos principais atrativos turísticos históricos e culturais do município, foram adotados os mesmos critérios da avaliação dos atrativos naturais.

As perguntas orientadoras utilizadas para estimular a reflexão foram:

- Esse atrativo possui visitação turística?
- Apresenta condições de ser usado turisticamente?
- Apresenta estado de conservação adequado ao seu uso?
- Qual a sua importância no contexto da atividade turística local baixa, média ou alta atratividade?

Essa avaliação é apresentada no quadro abaixo: Quadro 8

ATRATIVOS HISTÓRICOS / CULTURAIS	SITUAÇÃO / RELEVÂNCIA
DESFILÉ DE CARNAVAL	REGULAR / ALTA
QUERMESSE DE SANTO ANTONIO	EFICIENTE / ALTA
FESTA DO PEÃO	EFICIENTE / ALTA
ORQUESTRA DE VIOLAS	EFICIENTE / MÉDIO
PRAÇA DA MATRIZ	EFICIENTE / ALTA
IGREJA SANTO ANTONIO DE PÁDUA	REGULAR / BAIXO
IGREJA SÃO BENEDITO	REGULAR / BAIXO
CASARÕES	PRECÁRIA / ALTA
PRÉDIOS ANTIGOS	PRECÁRIA / ALTA
GASTRONOMIA / COMIDA CASEIRA RESTAURANTE CAMPINHO/ADEMIR	EFICIENTE / ALTA

Percebe-se pela identificação e avaliação dos atrativos a expressiva quantidade e diversidade de atrativos naturais, culturais e históricos. No entanto, poucos estão em condições consideradas como eficientes, o que exige atenção e estratégias de transformação desse cenário.

6.1.2 – Prognóstico

Para a construção do cenário desejado para o turismo de Itapuí, primeiramente foi feita a consolidação das informações do diagnóstico realizado. Para essa organização foi utilizada a técnica denominada "Árvore de problemas" que consiste na determinação do problema/entreve principal para o desenvolvimento da atividade turística do município.

Para tanto, foi formulada a seguinte questão:

- Qual o problema principal, que impede o desenvolvimento do turismo em Itapuí? Os conselheiros registraram as opiniões em fichas, que foram debatidas e organizadas. Do debate foi extraído o problema central, suas causas e consequências.

O problema central identificado para o turismo de Itapuí está colocado no quadro a seguir, assim como os fatores de causa e também as implicações/consequências deste problema central.

Observa-se que o problema apresentado não diz respeito especificamente à atividade turística local, mas sim a uma questão de comportamento da comunidade local frente aos desafios da organização para a solução dos seus dilemas coletivos e resolução de conflitos e interesses.

PROBLEMA CENTRAL DO TURISMO NO MUNICÍPIO
Decadência do Turismo (Sol e Praia) que ocorreu na década de 1990.
CAUSAS DO PROBLEMA CENTRAL
Falta de planejamento turístico; Descaso do poder público e falta de políticas públicas de turismo; Falta de Leis Municipais de Turismo; Falta de conscientização e participação da comunidade; Falta de valorização, de conhecimento e atitude dos munícipes.
CONSEQUÊNCIAS DO PROBLEMA CENTRAL
Baixa Estima da população; Descrença da população quanto ao potencial turístico; Falta de sequência nas ações; Falta de integração da sociedade e poder público.

Quadro 9

A solução para este problema transforma-se no objetivo principal para o turismo de Itapuí. O objetivo principal definido pelo Conselho foi:

OBJETIVO PRINCIPAL
Ressignificar o turismo, revitalizar as estruturas turísticas e a memória Afetiva do povo Itapuiense.

Quadro 10

Para alcançar esse objetivo principal foram definidos como objetivos específicos:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ol style="list-style-type: none">1. Criar campanhas de valorização, conscientização e sensibilização;2. Fomentar e compartilhar informação sobre turismo e cultura;3. Criar campanhas de promoção turística;4. Criar mecanismos de regulação e normatização das atividades turísticas;5. Organizar a oferta turística municipal.

Quadro 11

6.1.3 – Diretrizes e Estratégias:

Definidos os objetivos para o turismo de Itapuí, o Conselho foi estimulado a determinar uma diretriz principal, que deve orientar a conduta dos conselheiros e da gestão pública do turismo, sendo a norteadora das ações e estratégias.

A Diretriz principal para o turismo de Itapuí é:

DIRETRIZ PRINCIPAL
Criar um ambiente de colaboração e participação efetiva, envolvendo a sociedade como um todo, possibilitando assim o desenvolvimento de projetos, ações e promoção do turismo.

Quadro 12

O estabelecimento dessa diretriz tem como visão estratégica a seguinte mensagem:

VISÃO ESTRATÉGICA

Fazer de ItapuÍ um destino modelo de gestão e desenvolvimento da atividade turística de forma participativa.

Quadro 13

Para organizar as ações e facilitar a tomada de decisões que possibilitem atender os objetivos, foi elaborado o quadro síntese apresentado a seguir, de acordo com as contribuições e discussões do Conselho. O quadro apresenta a relação de objetivos específicos, com a definição das diretrizes específicas para cada um, as metas e estratégias necessárias para atingi-los. Este quadro facilita o entendimento e orienta a definição dos Programas de Desenvolvimento e de um plano de ação específico, para cada Programa.

7. PROGRAMAS PARA O TURISMO

Os Programas são instrumentos de orientação da gestão municipal do turismo para alcançar com êxito os objetivos determinados. O agrupamento das ações, em forma de programas, permite um entendimento setorizado das principais questões que se colocam para o desenvolvimento da atividade turística. Todos os programas estão intimamente relacionados e devem ser compreendidos de forma articulada e ampla para a otimização dos resultados. Os Programas definidos neste planejamento estratégico foram organizados de acordo com os objetivos específicos, suas diretrizes e estratégias.

7.1 - PROGRAMA 1: SENSIBILIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO

O enfoque participativo do planejamento é de suma importância para a sobrevivência do sistema turístico. A participação da comunidade, assumindo seu papel no processo de decisão das ações relacionadas ao turismo em âmbito municipal, favorece a ampliação social dos benefícios advindos do desenvolvimento da atividade.

Dentro de uma proposta de gestão descentralizada, a formação de uma rede de entidades e instituições deve ser fomentada, envolvendo o poder público, a iniciativa privada e o terceiro setor. Esse universo de agentes deve estar mobilizado, unindo esforços e trocando experiências em prol da consolidação do turismo no município.

Para tanto, devem ser realizadas ações nas escolas para levar informações sobre a importância do turismo e da educação patrimonial, palestras de sensibilização dos diversos segmentos da cadeia produtiva local, encontros e passeios turísticos.

***Quadro 14 – Programa 1**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Criar Campanhas de valorização
PROGRAMA	Sensibilização e mobilização
METAS	<p>*Ter a população conscientizada sobre a importância do turismo – curto prazo;</p> <p>*Aumentar a participação da comunidade nos assuntos relacionados ao turismo no médio prazo;</p> <p>*Ter a população melhor informada sobre sua história e cultura no médio prazo.</p> <p>*Desenvolver um processo educacional de conscientização do valor do Ser “Itapuiense” - longo prazo;</p>
DIRETRIZES	<p>- Afirmação da identidade dos cidadãos de Itapuí;</p> <p>- Elevar a autoestima coletiva.</p>
ESTRATÉGIAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estimular a visita dos munícipes aos pontos turísticos; 2. Utilizar os meios de comunicação para informar sobre as atividades turísticas e culturais; 3. Estimular, apoiar artistas e artesãos; 4. Criar meios de acesso e transporte para a população participar dos eventos culturais e passeios turísticos; 5. Envolver a comunidade na organização dos Eventos e das Atividades culturais; 6. Estimular a criação de entidades, organizações da sociedade civil; 7. Qualificar a sociedade civil organizada para a gestão e captação de recursos para investimentos turísticos; 8. Desenvolver programas continuados de Educação Ambiental, Patrimonial e Histórica, nas escolas.

Quadro 14

7.2 - PROGRAMA 2: MONITORAMENTO DA OFERTA E DEMANDA TURÍSTICA

Para estabelecer uma gestão eficiente do turismo, é necessário monitorar a demanda e a oferta turística, pois isto fornecerá a base para o trabalho de

planejamento e análise da atividade, na promoção e nas vendas do produto turístico do município. Paralelamente, este trabalho fornece as informações que os gestores públicos e privados precisam para tomar decisões e captar recursos para investimentos no município.

A execução deste programa será contínua e fundamentada no estudo sistemático e metódico do segmento de turismo de ItapuÍ, reunindo dados referentes aos recursos naturais, históricos e culturais, além de informações sobre os serviços, os equipamentos e a infraestrutura que compõem a oferta turística do local. As informações sobre as características do fluxo de visitantes e seus impactos sobre o município, juntamente com as anteriormente mencionadas também serão essenciais. Todo esse universo de informações deverá ser colocado à disposição da comunidade, dos visitantes, dos empresários, das instituições de ensino e de pesquisa e dos demais interessados; uma vez em que há o interesse da gestão municipal em compartilhar o desenvolvimento do turismo com toda essa diversidade de atores.

***Quadro 15 – Programa 2**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Desenvolver um sistema contínuo de captação de informações turísticas.
PROGRAMA	Monitoramento da oferta de Demanda Turística
METAS	*Ter um Centro de Referência da Cultura e do Turismo - curto prazo ; *Ter um banco de dados atualizado, organizado e disponível - curto prazo ;
DIRETRIZES	* Concentrar, organizar e socializar informações sobre Demanda Turística.
ESTRATÉGIAS	1. Realizar estudos de Demanda Real e Potencial; 2. Monitorar a oferta turística; 3. Montar um centro de apoio ao turista; 4. Ter material informativo; 5. Ter parcerias para acesso a informação (Google, Etc) 6. Criar e manter atualizados registros de e-mails; 7. Receber os registros de informações dos equipamentos e atrativos; 8. Criar indicadores e parâmetros de avaliação.

7.3 - PROGRAMA 3: ACESSO AO MERCADO

A promoção do turismo de ItapuÍ deverá contemplar todas as possibilidades da oferta local, no sentido de consolidar e diversificar sua imagem, tanto para o mercado interno como para o externo. As ações de promoção e divulgação devem inspirar credibilidade, segurança, hospitalidade, além de proporcionar experiências memoráveis ao visitante.

Neste sentido, é de fundamental importância para o turismo a elaboração de um plano de marketing que aponte estratégias para a orientação adequada da promoção desse segmento, definindo ações para a divulgação do produto turístico, a definição da imagem desejada para o local e seu posicionamento no mercado.

A inserção do Município na mídia especializada em turismo, a divulgação dos roteiros formatados, os atrativos, os equipamentos e serviços, bem como a participação em feiras e exposições. São ações que deverão ser fomentadas, lembrando que o contato com agências de turismo receptivas é imprescindível para a efetiva comercialização do produto turístico.

*Quadro 16 – Programa 3

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Criar Campanhas de promoção turística.
PROGRAMA	Acesso ao mercado.
METAS	*Possuir uma identidade para o turismo no município - curto prazo ; *Tornar o destino “ItapuÍ” uma das principais opções de escolha do turista em potencial - médio prazo ; *Nacionalizar a Demanda Turística em ItapuÍ - longo prazo ;
DIRETRIZES	* Identificar o mote principal para o turismo; * Gerar Demanda Turística para o município;
ESTRATÉGIAS	1. Contratar empresa especializada para identificar o mote principal; 2. Definir e participar de eventos; 3. Identificar e visitar agências de viagens e operadoras de turismo; 4. Promover viagens de Familiarização; 5. Fazer do munícipe um agente de promoção; 6. Assessoria de Imprensa;

7.4 - PROGRAMA 4: NORMATIZAÇÃO E REGULAÇÃO

A consolidação do processo de desenvolvimento turístico de um destino acontecerá a partir do momento em que os aspectos normativos e de regulação da atividade turística se efetivarem. Como demonstrado no diagnóstico, o problema central da atividade turística é o tipo de relação existente entre poder público e sociedade, baseada no clientelismo e favorecimento de grupos e indivíduos.

A mudança desse aspecto será possível a partir do momento em que os marcos regulatórios e normativos forem definidos e decididos pelo Conselho Municipal de Turismo e quando forem efetivamente cumpridos os dispositivos legais estipulados. Dessa forma, torna-se necessário concentrar esforços e ações nessa linha (Quadro nº4).

***Quadro 17 – Programa 4**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Criar mecanismos de regulação e normatização da atividade.
PROGRAMA	Normatização e regulação.
METAS	*Criar um ambiente Institucional e legal que inspire confiança e Credibilidade - curto prazo ; *Possuir mecanismos de regulação e normatização da atividade turística - médio prazo ; *Ter os mecanismos de regulação e normatização efetivos e fiscalizados - longo prazo ;
DIRETRIZES	* Organizar e implantar um sistema de gestão do turismo;
ESTRATÉGIAS	1.Criar Leis de incentivo e proteção à: Cultura, Meio Ambiente e Turismo; 2. Criar mecanismos de fomento ao Fundo Municipal de Turismo; 3. Definir os dispositivos de fiscalização e punição aos agentes de Turismo; 4. Revisão da Política Municipal de Turismo e de sua regulação; 5. Criar editais e termos de referência para apoio, financiamentos e créditos do Fundo e da Prefeitura.

7.5 - PROGRAMA 5: QUALIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

As possibilidades de ganho relacionadas à geração de emprego e renda, além da atração de investimentos que a atividade turística pode proporcionar, motivam os diferentes segmentos sociais a se articular, participar e investir no setor. No entanto, a qualidade do produto turístico de Itapuí e, conseqüentemente, o seu sucesso dependem da qualificação dos serviços prestados, que vai exigir um trabalho integrado entre os diferentes setores que compõem a cadeia produtiva do turismo.

A qualificação dos serviços turísticos deve passar pela realização de cursos de qualidade no atendimento ao turista, de empreendedorismo, de condutores de turismo, entre outros, com o objetivo de buscar a satisfação do visitante. Porém, todo esse trabalho deve ser acompanhado de uma mobilização do trade turístico de Itapuí, para enfraquecer a cultura de não-participação dos processos envolvendo o turismo no município. Para garantir o retorno das ações, elas devem ser monitoradas e os resultados devidamente acompanhados.

Dessa forma, este programa de qualificação profissional será um indutor das ações, com o objetivo de promover a satisfação do visitante em relação ao destino Itapuí, por meio do profissionalismo, da segurança, do respeito e da hospitalidade.

7.6 - PROGRAMA 6: FORMATAÇÃO DE PRODUTOS

A formatação de produtos deve ser um dos princípios que orientam o planejamento e a gestão do território, contribuindo para a organização do espaço turístico do município. Como resultado do levantamento já realizado das potencialidades do município, os roteiros formatados deverão ser devidamente testados, além do fomento à consolidação de roteiros desenvolvidos em parceria com outras entidades, como o COMTUR (Conselho Municipal de Turismo de Itapuí). A partir da estruturação e organização dos roteiros, torna-se necessária sua colocação no mercado para a comercialização. Isso será viabilizado por meio de parcerias com agências e operadoras de turismo e o incentivo à criação de agências de receptivo local.

Ao ampliar as opções do produto turístico para o visitante, a permanência e o gasto médio do mesmo no Município crescem, representando ganhos econômicos e sociais para a comunidade.

***Quadro 18 – Programas 5 e 6**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Organizar a oferta turística municipal.
PROGRAMA	- Qualificação dos serviços; - Formatação de produtos;
METAS	*Possuir serviços turísticos qualificados e trabalhando em rede - médio prazo ; *Aumentar o número de Atrativos Turísticos que possam ser considerados eficientes - médio prazo ; * Melhorar as condições de infraestrutura consideradas como eficientes - longo prazo ;
DIRETRIZES	1. Qualificar os serviços; ----- 2. Estruturar os Atrativos Turísticos ----- 3. Aperfeiçoar a infraestrutura
ESTRATÉGIAS	1.1 Capacitação dos empresários e da mão de obra. 1.2 Parcerias com entidades e organizações de orientação, pesquisa E fomento à organização setorial do turismo; 1.3 Criar serviços de entretenimento e vida noturna; ----- 2..1 - Sinalização; 2..2 - Informação; 2..3 - Roteirização; 2..4 - Acessibilidade física e de condições; 2..5 - Comercialização 2..6 - Interatividade 2..7 - Preparação para a visitação 2..8 - Formação de Condutores 2..9 - Quantificar a visitação ----- 3...1– Captar hotéis para absorver fluxos maiores; 3...2– Construção de Centro de comercialização de artesanato; 3...3– Cabeamento subterrâneo; 3...4– Drenagem Pluvial; 3...5– Manutenção constante das estradas vicinais.

8. - INDICADORES PARA A GESTÃO SUSTENTÁVEL DO TURISMO MUNICIPAL

O planejamento turístico não se encerra, após a decisão e a implementação das ações, ou seja, é de extrema importância realizar uma avaliação ou controle para verificar os resultados e os efeitos obtidos a partir da implantação das ações. Sendo assim, pode-se classificar alguns indicadores para a gestão do turismo em Itapuí.

8.1 - INDICADORES DE GESTÃO

- Número de parcerias firmadas entre o poder público e a iniciativa privada;
- Número de parcerias firmadas entre a Prefeitura, ONG's, e empresas;
- Número de instrumentos regulamentados disponíveis ao poder público, para a implantação da política municipal de turismo;
- Número de projetos previstos, em andamento e concluídos;
- Número de entidades interessadas participando da gestão e dos conselhos implantados;
- Análise da comunicação integrada, externa e interna;
- Número de projetos previstos em andamento e concluídos;
- Análise do cumprimento das ações estabelecidas no plano municipal dentro do prazo.

8.2 - INDICADORES ECONÔMICOS

- Número de pessoas empregadas pelo setor turístico;
- Número de pessoas que concluíram os cursos de capacitação em turismo;
- Número de empresas turísticas locais atuantes;
- Volume anual de visitantes, detectado pelo monitoramento da demanda turística;
- Volume de receitas geradas pelos principais eventos ocorridos no município;
- Volume de receitas oriundas dos prestadores de serviços turísticos;

- Número de pernoites nos meios de hospedagem;
- Volume de visitação e uso turístico dos bens patrimoniais;
- Número de cursos, técnicos e superiores, disponíveis no município;
- Percentual de satisfação dos turistas que utilizam os serviços turísticos;
- Volume de novos investimentos;
- Volume da arrecadação municipal;
- Número de eventos realizados durante o ano;
- Números de roteiros elaborados.

8.3 - INDICADORES SOCIAIS

- Número de pessoas conscientes da importância do turismo para o desenvolvimento sustentável do município;
- Números de empreendedores rurais conscientes da importância da preservação do meio ambiente;
- Porcentagem de atendimento às demandas sociais por serviços públicos e/ou qualidade dos serviços públicos oferecidos;
- Número de parcerias entre os atores locais;
- Número de pessoas conscientes da importância da preservação do patrimônio histórico-cultural local;
- Números de professores qualificados para que sejam agentes multiplicadores do turismo;
- Número de entidades civis representativas da comunidade;
- Percentual da população idosa envolvida com a atividade turística por intermédio do lazer.

8.4 - INDICADORES AMBIENTAIS

- Porcentagem de área desmatada no município;

- Porcentagem de área reflorestada;
- Porcentagem de área protegida no município;
- Número de árvores plantadas na área urbana;
- Porcentagem da área urbana limpa e conservada;
- Volume do lixo alocado em local adequado;
- Número de materiais recicláveis recolhido;
- Percentual das estradas rurais transitáveis;
- Números de obras de revitalização urbana;
- Número de casos de degradação ambiental (desmatamento, venda de animais silvestres).

9. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- Prefeitura Municipal de Itapuí
- COMTUR (Conselho Municipal de Turismo de Itapuí)
- Diretoria de Cultura e Turismo de Itapuí
- Diretoria de Saúde de Itapuí
- Diretoria de Obras de Itapuí
- Diretoria de Educação de Itapuí
- Instituto Ambiental ONG Ecovida (Antiga ONG Bica de Pedra)
- Google
- IBGE
- BARRETO, Margarida. Planejamento e Organização em turismo. 7.ed. Campinas: Papyrus, 2002 (Coleção Turismo).
- RUSCHMANN, Doris. Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinas/SP: Papyrus, 1997 (Coleção Turismo).

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O planejamento estratégico apresentado neste documento é produto de um processo participativo. A partir de uma sequência metodológica, oportunizou-se a construção conjunta do direcionamento do turismo no município. Constitui-se num passo importante para a estruturação do município de Itapuí como um destino turístico sustentável. Este é, porém, o primeiro passo. Cabe à comunidade de Itapuí e os parceiros que participaram da construção do plano a tarefa de articular e monitorar as ações previstas. Dessa forma, mais do que um depósito de conhecimentos técnicos transformados em objetivos, estratégias e ações. O plano estratégico passa a ser um registro vivo das ações que serão empreendidas, na busca pela competitividade do destino no cenário turístico nacional.