



**PLANO DIRETOR
DE TURISMO**

ABET Agência Brasileira de
Engenharia Turística

**VOLUME III
DIAGNÓSTICO TURÍSTICO
MUNICÍPIO DE CASTILHO - SP
ANO - 2016**





DIAGNÓSTICO DA ATIVIDADE TURÍSTICA



PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTILHO - SP

Departamento de Turismo do Município de Castilho
São Paulo – 2016

REALIZAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTILHO

Joni Marcos Buzachero - Prefeito

Paulo Duarte Boaventura - Vice-Prefeito

DEPARTAMENTO DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE CASTILHO

Wânia Regina Simões – Turismóloga

COORDENAÇÃO GERAL ABET – Agência Brasileira de Engenharia Turística

Dener Henrique Fonseca – Turismólogo

COORDENAÇÃO TÉCNICA ABET – Agência Brasileira de Engenharia Turística

Paula Carolina de Laia dos Santos – Turismóloga

Sumário

1. INTRODUÇÃO	5
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA OFERTA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO	6
2.1 Análise sobre os dados coletados no Inventário da Oferta Turística	6
2.1.1 Equipamentos e serviços turísticos	6
2.1.2 Infraestrutura de apoio ao turista	11
2.1.3 Estrutura Normativo-Institucional	15
2.2 Análise das entrevistas realizadas com Atores-Chaves	18
2.2.1 Conclusão sobre as entrevistas realizadas com Atores-Chave	28
2.3 A Teoria do Espaço Turístico de Boullón	30
2.3.1 O Espaço Turístico de Castilho	34
2.4 Castilho e a Regionalização Turística	36
2.5 Mercado Turístico e Tendências	38
2.5.1 O Mercado Turístico no Estado de São Paulo	42
2.5.2 O Turismo de Pesca e seu Mercado	45
2.5.3 Destinos Considerados como Concorrentes de Castilho	47
2.5.4 Principais Destinos de Pesca Esportiva no Brasil	62
2.5.5 Destinos de Pesca Esportiva no Estado de São Paulo.....	63
2.5.6 Conclusão sobre o Mercado Turístico e Tendências	65
2.6 Seminário de Análise SWOT – Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças)	68
2.6.1 Conclusão sobre os dados coletados no Seminário de Análise SWOT	72
2.7 Apresentação dos Rankings Orientativos dos Atrativos – Matriz de Hierarquização	73
2.7.1 Categorias da Hierarquização	74
2.7.2 Conclusão sobre a Hierarquização dos Atrativos Turísticos de Castilho	75
3. CONCLUSÃO GERAL	76
REFERÊNCIAS	78
ANEXO A – LISTA DE PRESENÇA DO SEMINÁRIO DE ANÁLISE SWOT.....	84
ANEXO B – MATRIZ DE HIERARQUIZAÇÃO DOS ATRATIVOS	85

1. INTRODUÇÃO

O presente documento, 4º Produto – Diagnóstico da Oferta Turística de Castilho, observando a metodologia aprovada pela Prefeitura Municipal de Castilho, será estruturado em:

- Análise dos Dados Coletados no Inventário da Oferta Turística;
- Análise das Entrevistas realizadas com Atores-Chaves para a Atividade Turística de Castilho;
- O Espaço Turístico de Castilho (baseado na teoria de Boullón);
- Regionalização Turística em Castilho;
- Análise Comparativa de Castilho com outros destinos turísticos do cenário regional, estadual e nacional (avaliação de mercado e reconhecimento do atual posicionamento);
- Análise das Informações Coletadas no Seminário SWOT realizado no dia 11 de janeiro de 2016;
- Apresentação do Ranking Orientativo dos Atrativos e Eventos Programados Inventariados – Matriz de Hierarquização;
- Conclusão geral com a definição das questões chaves que serão trabalhadas no Produto 5 - Prognóstico.

Esperamos como resultado conseguir identificar as reais Questões-chave relacionadas à atividade turística do município de Castilho.

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA OFERTA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO

2.1 Análise sobre os dados coletados no Inventário da Oferta Turística

Castilho há alguns anos, assumiu para si o título de “Paraíso do Pescador”. Localizado na Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê, o município é cercado por água ao norte com o Rio Tietê, Paraná a oeste e Aguapeí ao sul. Toda essa abundância de água e peixes, principalmente pelas espécies Piapara e Dourado, atraíram pescadores do Brasil inteiro, apesar de sua distância de grandes centros. Com o passar dos anos a recorrente prática da pesca predatória e a diminuição da quantidade de peixes nos rios vem afetando o fluxo turístico de Castilho que cai consideravelmente, o que é preocupante. Soma-se a isso a fiscalização insuficiente nos rios, a falta de legislação mais rigorosa, além da pouca importância que as administrações públicas atribuíam ao turismo enquanto uma política que precisava ser fomentada.

Em resumo, se pode afirmar que Castilho é uma cidade com potencial de atração turística, devido principalmente aos seus recursos naturais, mas precisa ser melhor estruturada, melhor fiscalizada (do ponto de vista da pesca predatória), fortalecida normativo-institucionalmente e sobre tudo, ganhar novamente a credibilidade dos prestadores de serviços turísticos.

2.1.1 Equipamentos e serviços turísticos

Meios de hospedagem: Durante a coleta de dados realizada em Castilho, foram aplicados os formulários do Inventário da Oferta Turística em 11 diferentes Meios de Hospedagem¹, apenas Hotéis e Pousadas e excluindo-se os Ranchos.

A grande maioria dos leitos de Castilho está localizado em Ranchos que se encontram nos bairros à beira do Rio Paraná e possuem qualidade razoável,

¹ Lista completa no documento Inventário da Oferta Turística

por se tratarem de acomodações simples. Além desses, o centro urbano conta com 3 opções de hotéis, sendo dois de qualidade razoável e um melhor estruturado. Sobre os preços, levando em consideração a resposta dos 11 estabelecimentos que informaram o valor da diária, tem-se uma média de R\$ 55,00 por leito (2016). Porém com os dados levantados não se pode constatar se o número de leitos atuais é suficiente para a demanda existente. Chegamos a um número de 36,4% de taxa de ocupação anual, todavia é sabido que o período da Piracema dura 4 meses, ou seja 1/3 do ano e nesse período muitos meios de hospedagem praticamente não recebem turistas. Considerando que os equipamentos relataram que com a baixa na quantidade de peixes a taxa de ocupação caiu consideravelmente na última temporada de pesca, se intui que a oferta seja superior a demanda. Vale ressaltar a necessidade de se avaliar a situação de irregularidade dos Ranchos às margens do rio, assim como as possibilidades de proporcionar melhorias de cunho estrutural assim como capacitação para qualificar o atendimento ao turista. Entende-se que há a necessidade de se profissionalizar o turismo em Castilho, para aumentar a sua competitividade.

- 8 dos 11 meios de hospedagem funcionam na informalidade;
- 3 são do tipo hotéis e 8 do tipo pousadas;
- 6 estão instalados na beira do rio e portanto sem alvará de funcionamento;
- Apenas 1 tem site;
- 0 tem cadastro no Cadastur;
- 0 tem funcionário com deficiência;
- 0 apresentou dificuldade em contratar mão de obra;
- 0 oferece curso de capacitação para funcionários;
- A maioria apresentou índice de higiene insatisfatória;
- 550 leitos, número baixo para uma cidade de 20 mil habitantes;
- 35,4% foi a taxa de ocupação média;
- 3 tem como perfil o turista de negócios e os outros 8 de lazer.

Os Ranchos: Os chamados “Ranchos” para hospedagem ou aluguel de temporada estão concentrados em dois bairros da zona rural de Castilho: o Bairro Beira Rio e o Bairro Porto Independência (Pontal). Cabe ressaltar que dentro da atual atividade turística de Castilho centrada na pesca, estes recebem a maior parte do fluxo de turistas, restando aos meios de hospedagem do centro urbano os turistas que viajam a negócios.

- 158 ranchos foram identificados, 112 localizados no Bairro Beira Rio e 46 no Bairro Porto Independência;
- 1580 é o número estimado de leitos que os ranchos possuem;
- Boa parte dos ranchos é alugada por temporada na informalidade ;
- A localização dos ranchos, construídos as margens do Rio Paraná, obstrui o acesso de visitantes ao próprio rio;
- 100% está localizado em Área de Preservação Permanente (APP)²;
- A falta de informação sobre a possibilidade de legalização ou não das propriedades inibem os proprietários a realizarem melhorias e transformarem seus ranchos em equipamentos de hospedagem legalizados.

O Condomínio Residencial Encontro das Águas: O condomínio foi construído pela CESP (Companhia Energética de São Paulo S/A) para abrigar os operadores da Usina Hidroelétrica Eng. Souza Dias (Jupiá).

Sua estrutura conta com ruas asfaltadas bosque com quiosques, churrasqueiras, sanitários, bares, a prainha artificial onde são praticados esportes náuticos, Garagens comunitárias, Abrigo de barcos e local de limpeza dos peixes, rampa de descida e subida de barcos, estação de tratamento de

² “As Áreas de Preservação Permanente - APPs são aquelas áreas protegidas nos termos dos arts. 2º e 3º do Código Florestal. O conceito legal de APP relaciona tais áreas, independente da cobertura vegetal, com a função ambiental de preservar os recursos hídricos, a paisagem, a estabilidade geológica, a biodiversidade, o fluxo gênico de fauna e flora, proteger o solo e assegurar o bem-estar das populações humanas.” (Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/202/arquivos/livro_apps_e_ucsxareasderisco_202.pdf)

água e esgoto e um Bosque dotado de toda infraestrutura para receber banhistas e pescadores.

Atualmente a Vila é administrada por um condomínio organizado pelos proprietários das casas que adquiriram através de compra oferecida pela CESP. Para ter acesso é necessário obter autorização na portaria.

Em reunião com os formadores de opinião do Município de Castilho no dia 14 de janeiro de 2016, o atual síndico do condomínio Senhor Victor A. F. Figueiredo, mencionou o interesse dos moradores em transformar uma estrutura disponível no local em pousada. Ressaltou que têm interesse em atrair turistas para o condomínio, mas não possuem recursos para investir na transformação do prédio em pousada. O síndico do condomínio relatou ainda, que o Encontro das Águas já conta com um restaurante que recebe pessoas de fora, e com o aumento do fluxo de turistas seria possível investir na ampliação do mesmo.

- Potencial local para atrair investidores com objetivo de aumentar o número de leitos do município e diversificar a oferta de atividades turísticas;
- O turista não tem acesso ao condomínio sem autorização prévia.

Alimentação Fora do Lar: Foram aplicados 27 formulários em estabelecimentos de Alimentação Fora do Lar de Castilho. Vale lembrar que não foram inventariados todos os Equipamentos de Alimentação Fora do Lar de Castilho. Apenas aqueles que apresentam características capazes de atrair os visitantes. Essa seleção se deu de forma subjetiva, a partir da observação dos pesquisadores em campo e de indicação da Prefeitura Municipal de Castilho.

Pode-se constatar que há poucas opções e qualidade estrutural e de atendimento deficitários. Existem apenas 3 opções de estabelecimentos que oferecem comida típica (considerando que o peixe seja comida típica de Castilho, já que a principal atividade turística é a pesca), e apenas 1 com melhor

estrutura. Observa-se também a existência de algumas sorveterias, pertinentes em função das altas temperaturas, além de poucas opções de restaurantes, pizzarias, trailers e um bar especializado em espetinhos diversos. Há nesse sentido a necessidade de incentivar novos empreendimentos, principalmente especializados em peixes, assim como a melhoria da qualidade de estrutura e atendimento dos estabelecimentos já existentes. Ou seja, mais uma vez torna-se necessário não só melhorar as estruturas, mas qualificar os profissionais envolvidos no setor, tendo em vista a otimização no atendimento ao turista.

- 7 dos 27 equipamentos de alimentação fora do lar atuam na informalidade;
- 100% dos equipamentos estão localizados no centro urbano;
- Poucos estabelecimentos têm foco no peixe como prato principal;
- 560 é o número de comensais em restaurantes (510 na área urbana), baixo número de comensais para um município com mais de 20 mil habitantes;
- 295 comensais oferecem self-service na hora do almoço;
- 468 comensais oferecem refeições no período noturno (janta ou pizza);
- 1 equipamento de alimentação fora do lar possui site;
- 0 tem cadastro no Cadastur;
- 0 tem funcionário com deficiência;
- 0 apresentou dificuldade em contratar mão de obra;
- 0 oferece curso de capacitação para funcionários;
- A maioria apresentou índice de higiene satisfatória.

Agência de turismo, transportadoras turísticas e promotoras de eventos: Não foram encontradas agência de turismo, transportadoras turísticas e promotoras de eventos no município de Castilho.

- 0 é o número de agência de turismo no município de Castilho;
- 0 é o número de transportadoras turísticas no município de Castilho;

- 0 é o número de promotoras de eventos no município de Castilho.

2.1.2 Infraestrutura de apoio ao turista

Castilho apresenta estética agradável nos principais pontos de passagem dos turistas, tendo grande parte dos acessos pavimentados, a principal praça pública é conservada e sua arquitetura é horizontal.

Localizada a aproximadamente, 645 km da capital do estado de São Paulo e a 402 km de Campo Grande/MS. O acesso se dá apenas por via terrestre, passando pelas rodovias³ Presidente Castello Branco (SP-280); Rodovia Professor João Hipólito Martins (SP-209) e Rodovia Marechal Rondon (SP-300), passando pelos municípios de Botucatu; Bauru; Lins; Araçatuba; Valparaíso e Andradina. Ao longo do percurso, atualmente, existem 15 pontos de cobrança de pedágio. Por se tratar de rodovias pedagiadas, a conservação pode ser considerada como boa.

A única viação interestadual e intermunicipal que atende diretamente Castilho é a Reunidas Paulista. O embarque e desembarque terrestre acontecem no Terminal Rodoviário de Castilho, localizado na Rua Olavo Bilac, 127. Sobre o Terminal, a atual estrutura encontra-se em bom estado de conservação, e é lá que funciona o único ponto de táxi da cidade. Importante destacar que não existe uma tabela fixa de preços entre os taxistas, e após as 20 horas somente é possível utilizar o serviços se deter o telefone de um dos 7 taxistas que trabalham na cidade.

Na entrada de Castilho, se encontra o Portal de Entrada, e nele há uma sala inicialmente destinada ao Posto de Informação Turística – PIT do município, mas atualmente se encontra fechada.

O transporte aéreo pode acontecer via Aeroporto Municipal de Três Lagoas Plínio Alarcom, que está a apenas 30,8 km de distância do município ou via Aeroporto Dario Guarita em Araçatuba/SP, que está a 125 km. Importante

³ Tendo como ponto de partida a capital São Paulo.

ressaltar que Castilho possui um aeroporto, que atualmente encontra-se desativado.

Apesar de ser servido de uma **ferrovia**, existe apenas o transporte de carga. Segundo informações do Departamento de Turismo, há um projeto de reforma da estação ferroviária e a intenção de estudar a possibilidade de se instalar um trem turístico, com trajeto inicialmente até Três Lagoas/MS. Além da ferrovia, também existe uma **hidrovia**, que viabiliza o transporte de cargas e passageiros, mas atualmente é realizado apenas o transporte de cargas.

Sobre a **sinalização turística interna**, se observa que a atual situação é deficitária. Existem estruturas em péssimo estado de conservação. A sinalização turística e para pedestre necessita de atenção especial. Observam-se muitas placas enferrujadas e com nomes de ruas apagados no centro urbano. Apenas os estabelecimentos da zona rural têm placas e essas parecem ter sido instaladas pelos proprietários, e se encontram em péssimo estado de conservação. Além disso, a atual sinalização é insuficiente e ineficaz, para o turista autoguiado.

As informações turísticas sobre Castilho não são encontradas no site institucional da Prefeitura, além disso, o município não dispõe de materiais institucionais. Além do site institucional, também há o chamado Portal Castilho, o qual também não detém nenhuma informação turística. Ao pesquisar no Google sobre turismo no município, não é possível encontrar informações concretas e/ atualizadas, apenas algumas fotos. Além de todo o exposto, vale ressaltar que no Portal de entrada da cidade encontra-se uma sala que foi construída com a intenção de ser um PIT (Posto de Informações Turísticas), mas encontra-se fechada. Dessa forma, é possível constatar que ainda não houve uma preocupação em trabalhar e divulgar Castilho como um destino turístico, apesar do título “Paraíso do Pescador”.

O **site institucional** da Prefeitura (www.castilhoonline.com.br e www.castilho.sp.gov.br), não é atualmente relevante para o Turismo. Não nenhuma aba, link ou mesmo um breve texto sobre o assunto no site. Referida

página apresenta basicamente notícias, dados e informações mais voltadas para prestação de contas das ações da administração pública. A única informação relacionada ao assunto em questão é uma notícia a respeito da semana de seminários realizada em janeiro de 2016 para construção do Plano Diretor Municipal de Turismo. Além disso, algumas fotos antigas se encontram na página principal, mas sem nenhuma legenda ou texto explicativo, que identifique de que época se trata. Não há informações gerais sobre a cidade, tão pouco sobre os atrativos e serviços. Em resumo, para o turismo, o site da Prefeitura é extremamente deficitário.

Sobre a **acessibilidade**, Castilho conta com intervenções, como rampas nas calçadas. Entretanto, nos principais equipamentos turísticos tais intervenções não são encontradas, ou seja, é um aspecto deficitário. Quanto a **mobilidade** de pessoas com algum tipo de limitação física ainda não acontece da melhor forma, mas a vantagem de Castilho é que o seu tecido urbano é plano.

O tema acessibilidade merece atenção especial da administração pública. É imprescindível ter a noção que as intervenções físicas que promovem a acessibilidade não se restringem às pessoas com deficiência física. Pelo contrário, tais intervenções alcançam uma parcela considerável da população ao se levar em consideração as gestantes, os idosos, pessoas com carrinho de bebê e com algum tipo de lesão provisória nos membros inferiores.

Telefonia móvel e internet são adequadas no meio urbano, contudo na zona rural e nos bairros Beira Rio e Pontal os serviços são problemáticos, o que exige avaliação de soluções.

Castilho conta ainda com uma agência dos correios, 3 postos de combustível no centro urbano, muitas farmácias, um pronto socorro, uma central de ambulâncias e um posto de saúde que extrapola as expectativas. A presença dos principais bancos brasileiros deveria ser uma vantagem, mas segundo relatos de castilhenses os serviços não são satisfatórios. Dois pontos são importantes destacar: a ausência de um Batalhão do Corpo de Bombeiros e

de uma Maternidade, os quais são de extrema importância em casos de urgência. Em geral, a qualidade da infraestrutura no núcleo urbano é boa, mas a zona rural carece de maior atenção.

- O sinal de celular é deficitário nos bairros Beira Rio e Porto Independência;
- O sinal de internet é deficitário nos bairros Beira Rio e Porto Independência;
- Telefonia móvel e internet são satisfatórias no meio urbano;
- A coleta de lixo nos bairros Beira Rio e Porto Independência é insatisfatória;
- A sinalização turística está sem padrão e muitas vezes inexistente;
- A rede de esgoto nos bairros Beira Rio e Porto Independência são preocupantes;
- O acesso ao bairro Porto Independência é em parte por estradas não pavimentadas em mal estado de conservação. Sobre a questão da estrada, segundo informações da Prefeitura, existe uma tentativa de negociar com a usina de cana-de-açúcar próxima ao bairro Porto Independência, para que esta se torne responsável pela manutenção, uma vez que a maior causa de danos seria o constante fluxo de veículos pesados transportando cargas para a própria usina;
- Diversas rampas de acesso às calçadas para cadeirantes em todo o centro urbano;
- Ausência de Posto de informações turísticas;
- Possui Posto da Polícia Ambiental;
- Possui Delegacia de Polícia Civil;
- Possui Batalhão da Polícia Militar;
- Possui sistema de saúde admirável;
- Ausência de um Batalhão do Corpo de Bombeiros;
- Possui agências dos bancos Bradesco, Banco do Brasil e Caixa;

- Não possui agências dos bancos Itaú e Santander;
- Tem um número baixo de Marinas;
- Rampa de acesso ao Rio Paraná (acesso para embarcações pelo Bairro Beira Rio);
- Lojas de artesanato/Souvenir comercializam produtos sem identidade;
- Ausência de caixa eletrônico 24rs;
- Acesso terrestre: Capital – Castilho em ótimo estado;
- Aeroporto regional Plínio Alarcon localizado a 30,8km no Município de Três Lagoas - MS;
- Há uma hidrovia de elevado potencial turístico;
- Eclusa da Usina de Jupia só transporta embarcações com carga;
- Acesso a Três lagoas é dificultado pelo transito causado na travessia da barragem de Jupia;
- Nova ponte que liga Castilho a Três Lagoas está concluída faltando apenas a construção das vias de acesso;
- Possui ferrovia com potencial turístico que liga Castilho a Três lagoas/MS;
- Ausência de site institucional voltado para o turismo.

2.1.3 Estrutura Normativo-Institucional

O turismo, como atividade econômica, ainda é incompreendido no cenário nacional. Equivocadamente considerado como um sinônimo de lazer encontra diversos empecilhos para seu planejamento, a começar pela importância atribuída a ele pelos poderes públicos.

No Brasil, o Ministério do Turismo apenas foi criado no ano de 2003 e é um dos órgãos de menor orçamento do governo federal. Somam-se a isso os gestores que são escolhidos para o cargo máximo, o de Ministro. Poucos, no histórico do Ministério, detinham real conhecimento técnico sobre o turismo. Essa situação pode até ser contornada quando a pasta conta com uma equipe

técnica que compreenda a importância do planejamento e tenha certo grau de autonomia. Mas, não é o que se tem observado nos últimos tempos.

Descendo para o nível estadual tem-se em São Paulo uma Secretaria de Estado dedicada ao turismo recém-criada, ou reativada, já que antes ela dividia o espaço com outra pasta. E há um Departamento voltado para o desenvolvimento das cidades consideradas como Estâncias e Municípios de Interesse Turístico, o DADE. Com certeza a existência do DADE é um diferencial para o estado já que oferece recursos para a estruturação dos seus principais destinos turísticos, e consiste em uma ótima oportunidade para os municípios que desejam realmente investir no desenvolvimento do setor.

Em Castilho a administração atual entrou na disputa para conseguir inicialmente o segundo título, e almeja futuramente alcançar o título de estância, o qual arrecada uma verba maior para o fomento do setor. Entretanto, se observa que o turismo, para o poder público atual, está apenas começando a ser considerado uma prioridade, haja vista a recente contratação do Plano Diretor Municipal de Turismo, a candidatura a Município de Interesse Turístico, e a própria criação do Departamento de Turismo.

Em diversos momentos durante a fase de coleta de dados (Produto 3), foi relatado que o turismo na cidade não é prioridade para a administração pública, e que faltam investimentos em opções de lazer em especial no centro urbano. Um exemplo muito mencionado foi a piscina municipal que atualmente se encontra desativada. Outro exemplo é o late Clube Urubupungá, também desativado atualmente e que apesar de ser um empreendimento privado, a responsabilidade por reestruturar o local foi sempre atribuída ao poder público.

- Castilho não detém o título de Estância Turística;
- Castilho não detém o título de Município de Interesse Turístico;
- Não existe dotação orçamentária anual voltada para o turismo o que impede sua autonomia na elaboração de projetos dedicados a fomentar a atividade turística;

- Estrutura dedicada ao departamento de turismo é deficitária;
- O corpo técnico da Diretoria de Turismo possui turismólogo;
- Não possui um observatório de turismo;
- Possui Conselho Municipal de Turismo em atuação;
- Não possui Plano Diretor de Turismo Oficial;
- Não possui lei que normatiza a sinalização turística (pública e privada);
- Não possui lei que normatiza a disciplina de turismo nas escolas municipais;
- Não possui lei que normatiza a concessão de equipamentos turísticos públicos;
- Não possui um sistema de informações turísticas;
- Não possui lei que normatiza o calendário de eventos oficial;
- Não possui lei que obriga o registro de hospede em meios de hospedagem localizados no município;
- Castilho não possui associações influentes diretamente ligadas ao turismo;
- Baixo efetivo da Polícia Ambiental dificulta a fiscalização em relação a pesca predatória;
- A transferência de gestão da Usina Hidrelétrica Engenheiro Souza Dias (Jupia) da Cesp - Companhia Energética de São Paulo S/A para multinacional chinesa CTG - China Three Gorges causa insegurança nos investidores e poder público;
- Falta de regulamentação para construções a margem do Rio Paraná.

Após todo o exposto, é possível concluir que historicamente observa-se a elaboração de leis pontuais visando a atividade turística de Castilho. Além disso, a Lei Complementar nº 0023/2007 trata do Turismo de maneira generalizada e em momentos pontuais, juntamente com outros temas (cultura, lazer e eventos) mais mencionados no texto. Dessa forma, tem-se a impressão que o Turismo não foi prioridade para o poder público por muito tempo. E o

provável é que não houvesse a compreensão de que ao trabalhar para fomentar a atividade é possível também promover o desenvolvimento econômico do Município, gerando emprego e renda. Para isso, é necessário planejamento, e basear a atividade turística de Castilho em diretrizes e políticas públicas pertinentes e condizentes com a realidade e as necessidades locais.

Contudo, cabe ressaltar que o papel do poder público é de fomento ao turismo e promoção institucional, e para isso é preciso trabalhar e fortalecer sua estrutura normativo-institucional.

2.2 Análise das entrevistas realizadas com Atores-Chaves

No período da coleta de dados em campo, também foram realizadas 36 entrevistas com atores-chaves para a atividade turística de Castilho. Para tanto, por opção metodológica, foi usado um roteiro padrão de entrevistas, com as seguintes questões:

1. Nasceu em Castilho?
2. Castilho tem potencial para o Turismo: Sim ou Não?
3. Como está o turismo em Castilho atualmente: Bom, Regular, Ruim ou Não Sabe?
4. O que precisa melhorar no turismo de Castilho?
5. Qual a imagem que representa a cidade?
6. Qual a principal atividade turística de Castilho?
7. Qual o maior problema de Castilho?
8. Qual o principal concorrente de Castilho?
9. Qual o perfil desejado de turista?
10. Meses de alta temporada?

A intenção era captar a visão dos atores chaves quanto ao cenário turístico de Castilho, e através dessa identificar problemas enfrentados por quem está de fato envolvido no setor.

Quanto à primeira questão, observou-se que apenas 10 dos 36 atores-chaves entrevistados nasceram em Castilho. Isso revela que entre os castilhenses o turismo ainda não é encarado como uma oportunidade real de negócio, geração de emprego e renda para município. Além disso, entende-se a necessidade de estimular o empreendedorismo entre os munícipes.

Sobre a segunda questão constatou-se que a grande maioria (32 dos entrevistados), acredita que Castilho possui potencial para o turismo. Isso revela que há a consciência de que a cidade tem condições para se tornar um destino turístico de destaque, mas ainda não conseguiu se posicionar no mercado.

Com relação à situação atual do turismo no município, 31 dos entrevistados responderam que é regular ou ruim. Tal fato revela que apesar de enxergarem potencial no turismo de Castilho, atualmente a atividade não é mais tão rentável, nem vantajosa para os que trabalham no ramo. Além disso, há a questão da queda do fluxo de turista, em consequência da diminuição dos peixes.

Os entrevistados foram questionados sobre o que precisa melhorar no turismo. As respostas abrangeram as mais diversas áreas. Abaixo serão listados os temas abordados, considerando-se apenas uma vez os assuntos similares:

- Capacitação dos profissionais de turismo (melhorar atendimento ao turista);
- Falta de estrutura para o turismo;
- Falta de divulgação da cidade como paraíso do pescador;
- Falta de eventos;
- Não continuidade da Festa do pescador (festa tradicional);
- Ter mais atividades para o turista além da pesca;
- Falta de uma Praia Municipal estruturada;
- Sujeira da beira do rio;

- Falta de peixes no rio (esse foi o problema mais mencionado, e considerado fator decisivo para a diminuição do fluxo de turistas no município);
- Falta de um projeto para soltar peixes no rio;
- Atendimento ruim na área da saúde;
- Comércio não abre a noite;
- Mercados com pouca variedade de produtos;
- Falta de opções de diversão noturna;
- Falta de equipamentos de alimentação fora do lar de qualidade;
- Falta de equipamentos de hospedagem adequados e de qualidade;
- Prefeitura melhorar estrutura da cidade;
- Prefeitura cuidar da manutenção e limpeza da cidade;
- Falta de capacidade administrativa do município;
- Fechamento dos dois late Clubs;
- Falta de atrativo para trazer e manter o turista na cidade;
- Falta de uma feira cultural, além da de alimentos;
- Falta de incentivo da Prefeitura em tudo;
- Fechamento da piscicultura da CESP;
- Falta de fiscalização no rio;
- Pesca predatória e fora de temporada recorrente;
- Falta de conscientização dos castilhenses para a pesca predatória;
- Falta de conscientização dos castilhenses para a importância de receber bem o turista;
- Os próprios castilhenses não ficam na cidade;
- Falta de empregos;
- Acesso ruim ao Bairro Porto Independência (Pontal);
- Falta de infraestrutura básica no Bairro Porto Independência (Pontal);
- Falta de uma rampa pública para descer os barcos no Bairro Porto Independência (Pontal);

- Falta de acesso a internet nos Bairros Porto Independência (Pontal) e Beira Rio;
- Cidade completamente despreparada;
- Abandono da Estação Ferroviária;
- Falta de segurança;
- Feira na Praça da Matriz é inadequado;
- Falta um balneário;
- Bares e restaurantes não podem ter música a noite;
- Possibilidade de desapropriação dos Ranchos e Pousadas localizados a beira rio;
- Retomar torneio de pesca com organização mais adequada;
- Apostar mais no turismo ecológico; e
- Corrupção.

Com base em todos os problemas levantados, além de uma análise sistêmica realizada através de visita a campo, pesquisa de gabinete, e entrevistas será possível elencar os entraves para o desenvolvimento turístico de Castilho. O item 3, Conclusão Geral, desse mesmo documento, trará essas questões chaves pontuadas pela equipe técnica da empresa ABET - Agencia Brasileira de Engenharia Turísticas, e que deverão ser trabalhadas para alavancar o turismo no município. Entretanto, é importante ressaltar que a responsabilidade no que se refere ao desenvolvimento turístico de Castilho é completamente atribuída ao poder público. Não há entre os envolvidos de alguma forma no setor, a consciência de que o Turismo acontece num destino através da iniciativa privada, cabendo ao poder público garantir as condições básicas de infraestrutura e acesso, realizar ações de incentivo e fomento, além de ter recursos normativo-institucionais para que a atividade se desenvolva de forma organizada, visando a sustentabilidade, novos investimentos e a geração de emprego e renda para a população.

Os entrevistados também foram questionados quanto à imagem que para eles representaria a cidade. Para esse item houve diversas respostas. Abaixo serão listados os itens mencionados, considerando-se apenas uma vez as respostas similares:

- Mini Pantanal;
- Rio;
- Rio Paraná;
- Pesca;
- Peixe;
- Beira do rio;
- O pescador;
- A cidade é o paraíso do pescador;
- Araras, capivaras e tucanos;
- Nascer do sol da cidade, principalmente no verão;
- A cascata da Rotatória;
- A imagem de Nossa Senhora Aparecida na Rotatória;
- Praça da Matriz;
- Igreja matriz;
- Portal da cidade;
- Entrada de Castilho é muito bonita;
- Ponte férrea;
- Uma foto aérea da cidade inteira;
- Cidade sem futuro. Dependente do turismo, mas não investe no turismo.
- Não sabe;
- Não tem uma imagem;

Com base nas repostas elencadas, observa-se que a imagem da cidade para grande parte dos atores chaves de Castilho está atrelada a pesca e aos rios. Alguns outros pontos foram mencionados, envolvendo natureza,

religiosidade e arquitetura. Entretanto, é inegável que o município é enxergado pelos próprios munícipes como um destino de pesca. Dessa forma, entende-se que há a necessidade de vincular outras atividades complementares, para que o turista tenha interesse em prolongar sua estadia na cidade.

Sobre a principal atividade turística de Castilho, quase 100% dos entrevistados responderam que é a pesca. Apenas dois atores-chaves deram respostas diferentes. São elas: a fazenda da família e nenhuma. Nesse contexto, é possível confirmar o resultado obtido pelo item anterior, o qual demonstra que para os entrevistados, Castilho é um destino de pesca. E, portanto, deverá ser trabalho de uma forma sustentável, visando perpetuar a atividade, através da gestão dos recursos, e modificação do perfil de turista que possui consciência ambiental.

A questão seguinte procurou extrair dos entrevistados qual seria o maior problema de Castilho. Seguem as respostas, considerando-se apenas uma vez as similares:

- Os castilhenses, pois eles não aceitam o turista;
- Falta de interesse público;
- Falta de incentivo e liderança nos assentamentos;
- Poder público mexer na beira do rio onde fica a Praia da cidade, para a família ter onde frequentar;
- Mais um hotel bom, e com preço razoável;
- Incentivo mesmo da prefeitura com uma prainha;
- Prefeitura correr atrás dos ambientalistas para ter mais peixes;
- Opção para o turista de entretenimento e passeios;
- Administração, incentivo para o comércio;
- Emprego que não tem;
- Investimento do poder público na aparência da cidade;
- Piscina municipal que está desativada;
- As administrações. Falta de ideias;

- Falta de um Parque Ecológico que mostre o que o município tem.
- Os assentados que não respeitam a natureza e não ajudam a preservar os recursos e peixes.
- Falta de conhecimento dos moradores com a importância de preservar o meio ambiente. Desde a reciclagem, até a pesca ilegal.
- Incentivo da prefeitura. Pede salão para eventos para a região, academia de rua em praças para a esposa de pescadores (Bairro Beira Rio).
- Falta de peixe;
- Falta de fiscalização no período da pesca fechada;
- Fiscalização para a preservação do meio ambiente;
- Interesse do governo em investir no turismo;
- Não ter mais festa do pescador, parou a cidade;
- Falta de qualificação. Capacitação;
- Não se vê o projeto de desenvolvimento turístico sair do papel;
- O maior problema é a beira do rio não ser regularizada, pois estão impedidos de realizar ampliações e melhorias. As pousadas estão Área de Preservação Permanente. Regularizar as construções para que os proprietários possam investir;
- A falta de maternidade é um risco;
- Falta de pessoas que entendam de turismo para desenvolvimento do turismo. Pessoas especializadas;
- As vicinais com muitos buracos;
- Empresas para Castilho que faltam;
- Os governantes darem mais apoio na zona rural;
- Falta de investimento;
- Sinalização;
- Divulgação na mídia a nível regional e estadual;
- Não sabe.

Assim como foi mencionado com relação aos pontos abordados pelos entrevistados na questão 4, os problemas levantados acima também contribuirão para elencar os reais entraves ao desenvolvimento turístico de Castilho. O item 3, Conclusão Geral, desse mesmo documento, trará questões-chaves pontuadas pela equipe técnica da empresa ABET - Agência Brasileira de Engenharia Turísticas, baseadas em todo o estudo, observação e entrevistas realizados durante o período de Inventário da Oferta Turística. Entretanto, é importante ressaltar mais uma vez que essa consciência de que a responsabilidade no que se refere ao desenvolvimento turístico de Castilho deve ser completamente atribuída ao poder público, é equivocada e precisa ser trabalhada. Afinal, o Turismo só acontece num destino através da iniciativa privada, cabendo ao poder público garantir infraestrutura básica e condições de acesso, realizar ações de incentivo e fomento, além de ter uma estrutura normativo-institucional fortalecida e eficaz.

Durante as entrevistas perguntou-se também qual seria o principal concorrente do município. Seguem abaixo os destinos apontados como concorrentes, considerando-se apenas uma vez os que se repetem:

- Ilha Solteira
- Três Lagoas
- Castilho mesmo
- Pereira Barreto
- Panorama;
- Paulicéia;
- Santa Fé do Sul;
- Andradina;
- Aquidauana;
- Bonito;
- Miranda;
- Não sabe; e

- Não tem.

Sobre essa questão, no item 2.10.3 (Destinos Considerados como Concorrentes de Castilho) desse mesmo documento, será realizada breve descrição de cada um desses destinos apontados, com o intuito de observar se de fato podem ser considerados concorrentes de Castilho em seu processo de posicionamento no mercado turístico.

Outro questionamento feito aos atores chaves para o Turismo de Castilho se refere ao perfil desejado de turista. Abaixo serão listadas as respostas, considerando-se apenas uma vez as que forem similares:

- O turista ideal é o pescador que vem com a esposa e os filhos (família), ou casais para evitar o turismo sexual;
 - Turistas que comprem artesanato;
 - Para o hotel os trabalhadores, mas para a cidade o pescador porque eles gastam no comércio;
 - Qualquer perfil de turista;
 - Prefere os idosos e que tem dinheiro;
 - Famílias para diminuir a prostituição;
 - O turista que tenha cultura entenda a diferença do produto artesanal e o industrial. Quer que todos venham experimentar a qualidade do sorvete artesanal. Desde o que quer conhecer o sorvete artesanal ao que já conhece e quer voltar a experimentar;
 - Todos contanto que tenham respeito;
 - Pescador, quem gosta de pescar;
 - Pessoas que tem dinheiro, e consciência. Porque gasta dinheiro, mas não leva o peixe;
 - Pessoas mais civilizadas;
 - Pessoas da cidade grande que gostam de natureza, produtos artesanais.
- O mais importante é ter vontade de conhecer a cidade;

- Qualquer turista que tenha consciência ambiental.

De maneira geral, observa-se que há entre os entrevistados o interesse num tipo específico de turista. As maiores considerações se referem ao respeito para com a comunidade, consciência ambiental e dinheiro e vontade de gastar na cidade. Dessa forma, entende-se que há uma preocupação em conservar os recursos naturais de Castilho para manter a atividade turística, diminuir impactos ao modo de vida do castilhense com a presença dos turistas, e ao mesmo tempo obter vantagens econômicas com o desenvolvimento do turismo.

A última questão se refere aos meses de alta temporada em Castilho. Serão relacionados abaixo os períodos mencionados, considerando-se apenas uma vez o que se repetem:

- Março a Outubro;
- Dezembro e Janeiro;
- Fevereiro a Outubro;
- Novembro e Dezembro;
- Março, Novembro e Dezembro/ Carnaval;
- Março, Abril, Maio, Junho, Julho, Setembro e Outubro;
- Época de verão e calor;
- Antigamente eram outubro a janeiro, depois da crise de 2015 as vendas só melhoraram em janeiro, por causa do período de pessoas que vêm a cidade para rever os parentes;
- Março e Abril/ Setembro e Outubro;
- Verão parte náutica e formação de condutores e inverno para formação de condutores;
- O ano todo é igual;
- Dezembro;
- Dezembro, Carnaval/ Março a Outubro;

- Fevereiro, Março, Abril, Maio e Dezembro;
- Janeiro, Outubro, Julho/ Carnaval;
- Março, Abril, Maio, Setembro e Outubro;
- Todos os meses nos quais não são feitos eventos da prefeitura, por causa das barrquinhas que concorrem com o comércio;
- Agosto até março
- Novembro, dezembro, fevereiro pelo carnaval;
- Não há movimentação constante, atualmente. Somente de funcionários;
- Agosto, setembro e outubro;
- Março, Abril e Maio;
- Março e Abril, Setembro e Outubro;
- Começaram no final de 2015. Ainda sem impressão.

Observando-se os períodos pontuados como de alta temporada pelos entrevistados, é possível constatar que para os empreendimentos localizados nos bairros Beira Rio e Porto Independência (Pontal), os meses de maior movimento estão dentro da temporada de pesca aberta. Entretanto, para os entrevistados localizados no centro urbano, a impressão é de que o maior movimento está no fim de ano, nas temporadas de férias e carnaval. Nesse contexto, entende-se que é necessário trabalhar melhor a distribuição de atividades turísticas no município e fortalecer o calendário de eventos, com o intuito de evitar a sazonalidade, presente principalmente no período no qual a pesca está fechada.

2.2.1 Conclusão sobre as entrevistas realizadas com Atores-Chave

Todos os atores entrevistados contribuíram para a visualização do cenário turístico de Castilho, e demonstraram suas percepções sobre os problemas que a cidade enfrenta para alavancar o turismo. Além disso, os

entrevistados apresentaram ideias para fomento ao turismo, que passam por questões ambientais, estruturais e políticas e que podem ser aproveitadas no processo de planejamento.

Ficou claro que o tema turismo é encarado com descrença pelos atores-chaves do setor em Castilho. E esse fato é justificado por dois fatores mais mencionados nas entrevistas: a falta de incentivo do poder público, e a diminuição de peixes no rio. Sobre o último, entende-se que de maneira geral, a atividade turística em Castilho é atrelada a pesca, e para muitos vista como o único atrativo local, portanto tal questão afeta gravemente o destino do turismo no município.

A cidade dispõe de recursos turísticos com forte poder de atração, mas que precisam ser melhor estruturados. Além disso, é preciso associar a pesca, considerada pela maioria dos entrevistados a principal atividade turística do município, a outras complementares. Isso contribuirá para o aumento da competitividade de Castilho como destino turístico, e aumento do tempo de permanência do turista.

Importante destacar, que para conquistar um posicionamento de mercado e uma mudança na imagem turística é preciso considerar também o potencial de atrativos naturais como o Mini Pantanal, desenvolvendo atividades turísticas baseadas em ações e políticas de conservação desses recursos, trabalhos de conscientização da comunidade local, além do desenvolvimento de um produto que atraia um perfil de turista mais consciente como foi citado nas entrevistas. E nesse contexto, cabe ressaltar ainda que a fala comum aos entrevistados é a preocupação com a conservação ambiental já que a principal atividade turística de Castilho está vinculada aos recursos hídricos, e em especial às espécies de peixes existentes.

Com relação ao poder público existe a fala comum da falta de incentivo, o não envolvimento para com o desenvolvimento do turismo, assim como ausência de recursos destinados ao setor. Contudo, o importante é conscientizar o *trade* turístico e a própria comunidade de que a administração

atue como fomentadora e não executora exclusiva, já que o turismo é uma atividade com fortes características privadas que necessita de investimentos particulares para movimentar a economia. Dessa forma se faz necessário estabelecer parcerias público-privadas para a estruturação da atividade como um todo.

Pela coleta de dados obtidos, pode-se observar que o turismo se faz mais presente apenas para os donos e funcionários dos equipamentos e serviços de hospedagem e alimentação fora do lar, o que é muito pouco para um destino que pretende ser turístico. Talvez, isso seja reflexo da já mencionada falta de credibilidade do turismo como uma oportunidade de desenvolvimento para Castilho.

Além de todo o exposto, é possível constatar que um dos principais desafios do PDMT será propor ações de sensibilização, junto a comunidade e os empresários, para estimular a credibilidade dos mesmos em relação ao turismo em Castilho, até mesmo como alternativa de geração de emprego e renda.

2.3 A Teoria do Espaço Turístico de Boullón

Boullón (1997) em seu livro “Planificación del Espacio Turístico”, ao observar variados setores econômicos afirma que “[...] em nenhum caso, a especialização em algum tipo de atividade produtiva tem como resultado a ocupação absoluta de um território por essa atividade” (tradução própria, BOULLÓN, p.56, 1997). Nesse contexto, o autor compara os atrativos turísticos com os poços petrolíferos que se encontram em áreas heterogêneas, nas quais seu ponto de exploração pode ser considerado como pequeno na comparação com o todo, porém, sua influência tende a acontecer em uma extensa parte do território.

Ainda sobre o tema, Boullón (1997) informa que a tendência de concentração geográfica dos bens e serviços e a capacidade de estender sua

influência define a qualidade de “polarização”, estabelecendo “centros gravitacionais” e “raios de influência”.

Em sua teoria o autor defende que o conceito de “Região Turística” não existe. Isso porque as técnicas tradicionais de regionalização agrupam territórios com “situações teóricas similares”. “[...], por exemplo, a análise social representa em mapas as áreas que correspondem às famílias com grau similar de alfabetização, de mortalidade infantil ou de qualidade de vida” (tradução própria, BOULLÓN, p. 61, 1997). Já o Espaço Turístico seria a consequência da presença e distribuição, pelo território, dos atrativos turísticos. Estes, por sua vez, relembrando a comparação com os poços petrolíferos, se encontram espalhados e entrecortam o território, mesmo quando há uma maior densidade em determinada área. Tal característica, de descontinuidade, impediria a regionalização, por isso a proposta é que o conceito de Espaço Turístico substitua o de Regionalização.

O Espaço Turístico, conforme Boullón (1997) se divide em:

- **Zona:** deve contar com no mínimo 10 atrativos turísticos suficientemente próximos, sem levar em consideração o tipo ou categoria. Além dos atrativos, deve contar com equipamentos, serviços turísticos, dois ou mais centros turísticos, ser dotada de infraestrutura de transporte e comunicação possibilitando a integração com outras zonas. Em caso de ausência de algum desses elementos (exceção a quantidade de atrativos turísticos), é classificado como zona potencial;
- **Área:** são as partes que se pode dividir uma zona. Devem ser dotadas de atrativos turísticos, em número menor do que os da zona, e também ter infraestrutura de transporte e comunicação que possibilitem a integração entre os elementos turísticos que a compõem. Requer a presença mínima de um centro turístico. Na ausência de um desses elementos, pode ser classificada como área potencial;

- **Centro:** é todo o conglomerado urbano que tem em seu território, ou dentro do seu raio de influência, atrativos turísticos de tipo e hierarquia suficiente para motivar uma viagem turística. Nesse caso, o raio de influência deve estar no máximo a duas horas de distância. É necessário que os centros contem com serviços de alojamento, alimentação, distração, operação de atividades locais, informação turística, comércios turísticos, correios, telefonia, sistema de transporte interno com conexão aos atrativos turísticos e conexão com o sistema de transporte externo (internacional, nacional, regional ou local dependendo do nível hierárquico do centro). De acordo com a função que desempenham, os centros turísticos podem ser classificados como de: Distribuição, Estadia, Escala e Excursão;
- **Complexo:** a distribuição espacial dos atrativos turísticos resulta em agrupamentos maiores (ou iguais, porém de maior hierarquia) se comparados com a dos centros e menores do que a de uma zona. É um tipo de configuração mais rara pois depende da existência de um ou mais atrativos turísticos de maior hierarquia cuja visita possibilite a permanência igual ou maior a três dias. O complexo pode ser considerado como uma derivação de ordem superior dos centros turísticos de distribuição;
- **Unidade:** concentrações menores de equipamentos turísticos produzidos para explorar intensivamente um ou mais atrativos situados próximos. Geralmente não recebe um número alto de turistas e a motivação da permanência no local se resume a uma só atividade (tomar banhos de água termal, pescar, caçar...). As unidades quase não contam com população permanente;
- **Núcleo:** são todos os agrupamentos menores de 10 atrativos, de qualquer tipo e hierarquia, que estão isoladas em um território. Devido a essa característica de isolamento, o funcionamento turístico é rudimentar. Para agrupamentos com o número maior de 10 atrativos,

mas que tem a característica de isolamento, é atribuído o nome de zona potencial. A situação de todo núcleo é passageira, sendo modificada com a construção de um caminho que o conecte a outros pontos. Quando isso acontece, o núcleo passa a ser considerado como conjunto;

- **Conjunto:** é a versão dos antigos núcleos conectada a outros pontos. Com isso, as necessidades da planta turística são maiores: serviços de estacionamento, informação, guias, saúde, alimentação, venda de artesanatos e, se a importância de algum atrativo justifica alojamentos;
- **Corredor:** são as vias de conexão entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os conjuntos, os atrativos turísticos, os portões de entrada do turismo receptivo e as praças emissoras do turismo interno, que funcionam como o elemento estruturador do espaço turístico. Segundo sua função, podem ser corredores de traslado ou de estadia;
- **Corredor de traslado:** são as redes de caminhos através dos quais passam os fluxos turísticos para cumprir seu itinerário. Nem toda rota desempenha o papel de corredor turístico de traslado, já que estas além, de possibilitar o deslocamento de um ponto ao outro, devem ter paisagens bonitas e, se possível, uma distribuição linear dos atrativos turísticos; e
- **Corredor de estadia:** desempenha uma função que combina um centro com um corredor turístico. São superfícies alargadas, no geral, paralelas as costas dos mares, rios ou lagos com uma largura que não ultrapassa 5 quilômetros. O que o distingue de um corredor de traslado é: a forma de disposição dos atrativos, a forma de assentamento da planta turística e sua função.

Nesse contexto, Boullón (1997) relaciona os elementos do espaço turístico com o tamanho das áreas:

- Abarcam superfícies relativamente grandes: Zonas, Áreas, Complexos, Núcleos, Conjuntos, Centros de Distribuição;
- Pontuais, que abarcam superfícies relativamente pequenas: Centros de Escala, Centros de Estadia, Unidades;
- Longitudinais: Corredores de Traslado e Corredores de Estadia.

2.3.1 O Espaço Turístico de Castilho

Tendo como base a Teoria do Espaço Turístico de Boullón, porém adaptada para as proporções de um município, tem-se que no contexto regional, Castilho pode ser considerado como uma **Unidade Turística** do estado de São Paulo. Isso porque possui menor concentração de equipamentos turísticos, os quais foram produzidos para explorar três atrativos (Rio Paraná, Rio Tietê e Rio Aguapeí ou Feio). Além disso, a motivação da permanência no município se resume a uma atividade principal, a pesca.

Internamente, isto é, considerando apenas o território da cidade, referida teoria também pode ser aplicada com adaptações.

Com base nos dados coletados pelo Inventário da Oferta Turística e da observação em campo, a cidade pode ser dividida em:

Área Turística:

Central: concentra um número inferior de Atrativos e Meios de Hospedagem. Mas é onde se encontra a maioria dos Equipamentos de Alimentação Fora do Lar inventariados:

- ✓ 4 meios de hospedagem
- ✓ 20 equipamentos de alimentação fora do lar
- ✓ Telefones públicos (orelhões) com formatos de peixes, aves e animais silvestres da região;
- ✓ Praça da matriz com seu coreto;

- ✓ Igreja Matriz São José;
- ✓ Capela Bom Jesus da Lapa;
- ✓ Estação Ferroviária de Castilho;
- ✓ Rotatória com a Fonte;

Características principais: Apesar de concentrar alguns meios de hospedagem e a maioria dos equipamentos de Alimentação Fora do Lar, a Área Central de Castilho não percebe a presença dos turistas, exceto em datas específicas quando acontecem eventos. Isso porque os atrativos que estão dispostos na Área são de baixa hierarquia e, conseqüentemente, pouca atratividade. Além disso, está relativamente distante dos locais de realização da principal atividade turística de Castilho, a pesca. Mesmo sem abranger atrativos turísticos de hierarquia maior, se constata que a Área Central de Castilho carece de mais opções de equipamentos e serviços de alimentação fora do lar e hospedagem de melhor qualidade.

Unidades Turísticas:

1. **Bairro Beira Rio**: concentração menor de recursos turísticos, mas com grande apelo para pesca, principal atividade turística local:
 - ✓ 5 Meios de hospedagem (pousadas)
 - ✓ Ranchos de Veraneio;
 - ✓ Ranchos utilizados como meios de hospedagem;
 - ✓ Rio Paraná;
 - ✓ 2 meios de hospedagem
 - ✓ 1 equipamento de alimentação fora do lar;

2. **Bairro Porto Independência (Pontal)**: concentração menor de recursos turísticos mas com grande apelo para pesca, principal atividade turística local:

- ✓ 7 Meios de hospedagem (pousadas)
- ✓ Ranchos de Veraneio;
- ✓ Ranchos utilizados como meios de hospedagem;
- ✓ Rio Paraná;
- ✓ Mini Pantanal (RPPN da Foz do Rio Aguapeí)

Os demais Atrativos e Serviços Turísticos, como o Rio Tietê, Rio Aguapeí (Feio), Usina Hidrelétrica Engenheiro Souza Dias (Jupia), a Ponte Ferroviária Francisco de Sá, Orquidário, Prainha Municipal e Marina Urubupungá estão distribuídos de maneira mais heterogênea pelo território de Castilho, não havendo uma concentração significativa. Nesse contexto, o principal desafio do Espaço Turístico de Castilho é desenvolver atividades turísticas complementares, além de promover a conexão e integração da Área Central, das Unidades e dos demais atrativos, formatando opções de roteiros turísticos, e desenvolvendo um trabalho de incentivo a ampliação e a qualificação das opções de serviços e equipamentos turísticos.

2.4 Castilho e a Regionalização Turística

Na visão do Ministério do Turismo - MTUR (2008) o município é “[...] ente articulador e indutor da promoção do turismo, na localidade e na região” (MTUR, livro 1, p. 148, 2008). Entretanto, após alguns anos e experiências na municipalização do turismo, se concluiu que “[...] para ser bem sucedida, a atividade turística não deve se restringir a um município, portanto, não pode ser pontual. Em geral, os destinos turísticos de sucesso abrangem uma região ou um roteiro turístico que engloba, de forma complementar, atrativos, serviços e segmentos turísticos de distintas localidades” (MTUR, livro 1, p. 153, 2008).

Tem-se também a tese de Boullón, apresentada no item 2.8 A Teoria do Espaço Turístico de Boullón do presente documento. Para referido autor, o

conceito de região é de difícil aplicação no turismo devido à heterogeneidade dos territórios.

Entretanto, as duas visões têm em comum a noção de que o destino precisa atuar de forma integrada em seu território, seja utilizando o conceito de região ou de espaço turístico.

O Ministério do Turismo (Mtur), por meio de sua política de regionalização, ordenou o território brasileiro em 303 regiões turísticas, compostas por 3.345 municípios. Tal organização resultou em um Mapa do Turismo Brasileiro, que consiste em um “[...] instrumento que orienta a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas do turismo e define a área - o recorte territorial - que deve ser trabalhada prioritariamente. [...]” (disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5413-munic%C3%ADpios-paulistas-s%C3%A3o-agrupados-de-acordo-com-o-tamanho-da-economia-tur%C3%ADstica.html>). As regiões, indicadas pelas Secretarias de Estado de Turismo em oficinas participativas, tem por base os critérios estabelecidos pelo próprio Ministério do Turismo.

Nesse processo de regionalização do território brasileiro, Castilho se encontra entre as Regiões Turísticas do Sudeste e mais especificamente no seguinte território:

Região Turística Natureza & Tradições: atualmente composta por 20 municípios: Alto Alegre, Andradina, Bento de Abreu, Bilac, Braúna, **Castilho**, Clementina, Coroados, Gabriel Monteiro, Guaraçai, Guararapes, Lavínia, Luiziânia, Mirandópolis, Murutinga do Sul, Nova Independência, Piacatu, Rubiácea, Santópolis do Aguapeí e Valparaíso.

Além disso, com relação à categorização dos municípios, está inserido na **categoria D**, a qual reúne municípios do Mapa do Turismo Brasileiro que possuem menor fluxo turístico e empregos formais no setor.

No Produto 3 – Inventário da Oferta Turística foi apresentada figura que ilustra a participação de Castilho na Regionalização do território brasileiro.

Independente de qual região Castilho esteja inserido, sabe-se que estar no mapa de regionalização é pré-requisito para celebração de convênios com o Governo Federal, assim como para se beneficiar de outras políticas públicas, como participação em eventos e em outras ações de promoção turística. Portanto, tem-se a oportunidade de adquirir o apoio em ações como de promoção do município como destino turístico.

O MTUR preconiza que as regiões turísticas sejam discutidas com a participação de um conjunto de atores que extrapole a esfera pública, agregando entes privados e a comunidade. Geralmente, essa união dos atores se dá sob a forma de uma Instância de Governança Regional. O Ministério define o conceito de Instância de Governança Regional como: “[...] uma organização com participação do poder público, privado e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar o Programa⁴ em âmbito regional” (MTUR, livro 2, p. 100, 2008).

2.5 Mercado Turístico e Tendências

Conforme afirma Petrocchi (2009) a análise de mercado é imprescindível para o conhecimento das características e tendências que predominam no momento. Por um lado é preciso compreender o perfil dos turistas, já que “[...] a sustentabilidade econômica do destino é função da aceitação e aprovação dos seus serviços [...]” (PETROCCHI, p. 68, 2009). E por outro lado, conhecer os concorrentes configura-se como fator competitivo na atração do público-alvo.

O autor reforça que “[...] o desempenho do turismo está conectado aos níveis de renda *per capita* da população dos mercados emissores e à distância entre esses mercados e o destino estudado. [...] Existe no turismo uma atração gravitacional: os mercados receptores atraem os fluxos emissivos de regiões próximas com maior força” (PETROCCHI, pp. 68-69, 2009).

Em relação à motivação das viagens, pesquisas da Organização Mundial de Turismo – OMT de 2005 dão conta que 50% das viagens individuais no mundo

⁴ Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

tem como motivação o lazer, 26% a visita a amigos e familiares, saúde, religião entre outros e 16% negócios. Dessa forma, se conclui que o lazer ainda é a principal motivação para realização das viagens no mundo.

No contexto nacional, tendo como base pesquisa da Fipe abrangendo os anos de 2010 e 2011 (estudo mais atual), considerando as viagens domésticas, tem-se como principais características dos viajantes:

- 44,1% preferem viajar de Carro Próprio e 17% de Avião;
- 62,8% se hospedam em Casas de Amigos ou Parentes;
- Na região sudeste, os meses em que ocorre o maior número de viagens domésticas são Dezembro com 19,2%, Julho com 11,9% e Janeiro com 11,2%;
- Mais de 90% dos turistas não utilizaram agências para organizar a principal viagem doméstica;
- 83,5% dos turistas teve sua expectativa totalmente atendida, sendo que na região sudeste esse valor aumenta para 99,1%;
- 70% do fluxo turístico ocorre dentro das próprias regiões;
- 54,2% dos turistas entrevistados “sonham” em conhecer o Nordeste, já 20,4% citou a região Sudeste;
- A região Sudeste responde por 40,8% do turismo emissivo no Brasil e ao mesmo tempo representa a maior destinação do fluxo de visitação interna com 36,5% do total do turismo receptivo;
- Os principais emissores de turista para o estado de São Paulo é o próprio estado, com 63,9% dos turistas, seguindo por Minas Gerais com 8%; e
- O gasto total médio das viagens estimado pela pesquisa é de R\$ 1.128,00, sendo que o segmento de Negócios e Eventos atinge o maior valor.

A partir da coleta dos dados e das análises já feitas, apenas se consegue identificar os seguintes aspectos sobre os turistas de Castilho: os que se hospedam em Meios de Hospedagem no centro urbano de Castilho diferem,

daqueles que ficam em Ranchos e Pousadas nos bairros Beira Rio e Porta Independência (Pontal). Enquanto os primeiros têm o segmento de Negócios como principal motivação, os segundos têm como principal motivação o Lazer, e mais especificamente a pesca.

Sobre o mercado concorrente inexistem estudos para Castilho. Há apenas percepções de quais destinos seriam os principais concorrentes, conforme apontado em entrevistas com os atores chaves para o Turismo de Castilho, durante a fase de Inventário da Oferta Turística. Os destinos citados serão brevemente analisados no item: 2.10.3 Destinos Considerados como Concorrentes de Castilho.

Sobre a tendência de mercado, o cenário atual ainda se assemelha com o apontado por Petrocchi em 2009: “[...] os motivos que impulsionam o turismo estão migrando dos quatro *S* ingleses – *sun, sand, sea, sex* (sol, areia, mar e sexo) – para os quatro *E* franceses – *équipement, enviroonnement, encadrement, événement* (equipamento, meio ambiente, entorno e evento)” (PETROCCHI, p. 75, 2000).

Petrocchi (2009) enumera alguns aspectos que o turista atual busca nas viagens:

- a) incremento da procura por um turismo mais responsável, que preserve o meio ambiente e não interfira negativamente na cultura local;
- b) aumento do turismo de terceira idade, principalmente nos países ricos;
- c) procura por locais com culturas diferenciadas e natureza atraente;
- d) procura do turista por ser mais ativo, como reafirmação de sua personalidade, visando produtos personalizados;
- e) ênfase na procura por qualidade nos serviços, maior personalização e flexibilidade nos pacotes de turismo; e
- f) queda nos preços do turismo, mostrando tendência de busca pelo equilíbrio na relação qualidade-preço (PETROCCHI, p. 76, 2009).

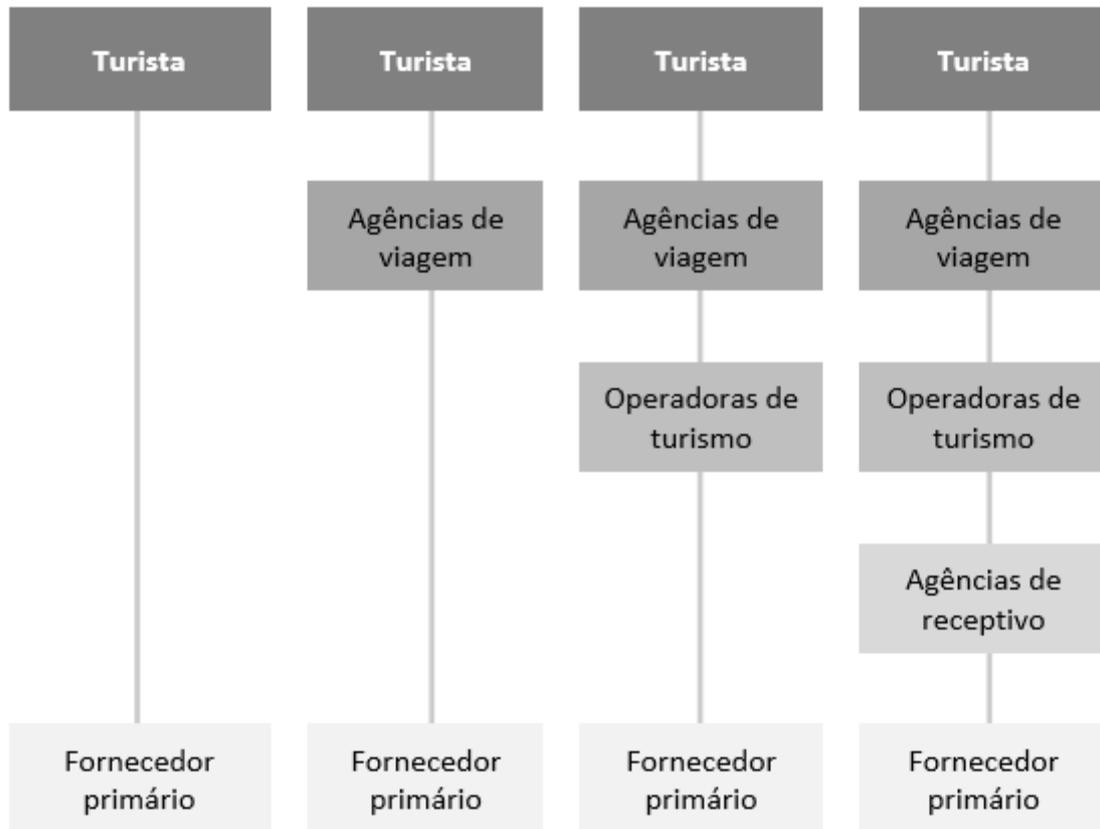
Também está em voga o conceito “Criativo” – economia criativa, turismo criativo, cidade criativa. Ainda com pouca bibliografia, o turismo criativo pega carona na estrutura criada pela chamada economia criativa e se traduz na

oferta de atividades personalizadas que proporcionem experiências marcantes que contribuam para o auto aprendizado e nas quais os turistas são protagonistas. O chamado “turista criativo” busca assim uma nova maneira de viajar a qual resulte em uma imersão na cultura local da forma mais autêntica possível. Contudo, como alerta Petrocchi (2009) o mesmo turista que busca autenticidade nas experiências espera encontrar alguns serviços de qualidade padronizados, como a existência de tecnologia, internet, cobertura telefônica fixa e móvel, bancos...

No Brasil, o primeiro município a trabalhar de forma intensiva o turismo criativo foi Porto Alegre/RS, que inclusive sediou as duas primeiras edições da Conferência Brasileira de Turismo Criativo, nos anos de 2013 e 2014. São Paulo também se vende como Cidade Criativa, entretanto o trabalho é mais amplo e contempla vários setores econômicos não se restringindo apenas ao turismo. Minas Gerais, por sua vez, tem apostado na gastronomia como forma de fomento ao turismo criativo no estado. Em Castilho existe a possibilidade de se trabalhar essa vertente nos muitos assentamentos existentes no município, tendo em vista a culinária “caipira”, vivenciar a vida no campo, artesanato, dentre outros.

Quanto aos canais de comercialização, peça fundamental do mercado turístico, se observa que inexistem em Castilho. O sistema de comercialização do produto ou roteiro turístico, considerando um plano ideal, deve possuir intermediários específicos que contribuem para a venda nos diversos destinos emissores. E para isso é imprescindível a diversificação dos canais de comercialização, conforme exemplo abaixo:

Canais de Comercialização do Turismo



Fonte: Adaptado de Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais (2014).

Atualmente, em Castilho existem apenas os fornecedores primários (Meios de Hospedagem, Atrativos, Equipamentos de Alimentação Fora do Lar, Transportes...). Dessa forma, o turista tem contato apenas com os fornecedores primários de Castilho, o que em termos de atração, tem menor força no mercado turístico. Obviamente a internet pode vir a suprir essa lacuna, mas Castilho ainda não dispõe de ferramentas para esse fim (Portal Turístico, monitoramento ativo dos comentários em sites de viagem e redes sociais, colocação em sites de busca, dentre outros). Necessário trabalhar a presença online de Castilho como destino turístico, hoje praticamente inexistente.

2.5.1 O Mercado Turístico no Estado de São Paulo

Segundo o Portal Turismo em São Paulo o turismo de negócios é destaque no Estado, pois a capital São Paulo e vários municípios como

Campinas e Ribeirão Preto recebem turistas com motivações como os eventos de grande porte (representam a maioria dos realizados no Brasil), congressos, convenções, seminários, feiras industriais, viagens de representação, compras, dentre outras durante todo o ano. Esse cenário se deve principalmente a infraestrutura que o Estado oferece para a realização desses eventos.

Entretanto o Estado também oferece inúmeros eventos culturais e esportivos, opções de turismo de sol e praia, turismo de aventura em diversos municípios, com destaque para Brotas e Socorro, o turismo religioso muito expressivo e representado por Aparecida, e o turismo rural que é tendência no setor. Além disso, oferece também opções no turismo baseado em patrimônio histórico e turismo de saúde (estâncias hidrominerais, centros médicos de ponta, SPAS reconhecidos internacionalmente, dentre outros).

De acordo com trabalho sobre Turismo do Estado de São Paulo, realizado pela Secretaria De Esporte, Lazer e Turismo do Governo do Estado de São Paulo, o estado é o que mais recebe turistas estrangeiros, além de ser o maior emissor e receptor de turistas nacionais, principalmente por sua grande diversidade de atrativos, e pelos inúmeros eventos que realiza. Dessa forma, num cenário de crise política e econômica, tem-se a oportunidade de incentivar o turismo doméstico e aumentar a porcentagem de brasileiros que viajam por São Paulo a passeio.

Dados retirados do site da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (2015) mostram que o Estado de São Paulo recebeu em 2014 uma média de 15,3 milhões de turistas ao ano, dos quais 13,5 milhões são brasileiros. O número tão expressivo de viagens domésticas, com potencial para aumentar ainda mais é justificado principalmente pela alta do dólar e pelas incertezas econômicas geradas pela crise. Disponível em: [http://aprecesp.com.br/noticias/20-10-2015_panrotas: sp minas e rio lideram emissores para capital paulista#.VjyZKrerTIU](http://aprecesp.com.br/noticias/20-10-2015_panrotas:_sp_minas_e_rio_lideram_emissores_para_capital_paulista#.VjyZKrerTIU)

Segundo Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem, do Ministério do Turismo, registrada em reportagem do site da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (2015), em junho, os paulistas apresentaram 31,8% das intenções de viagem dentro do próprio Estado, ou seja, a maior entre as sete capitais pesquisadas. Nesse ambiente de crise, as empresas estão reduzindo os custos com viagens corporativas, o que afeta e muito o setor turístico da cidade de São Paulo. Já o turismo de lazer para as classes A e B não sentiu impacto nas vendas, mas em decorrência desse cenário de incertezas promovido pela crise, esse turista opta por viagens mais próximas do embarque ou redução do tempo de estadia no destino. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/2015/09/capital-paulista-e-destaque-em-turismo-de-negocio/>

Alguns dos números do Estado de São Paulo importantes para compreensão da força que o turismo possui, informados pelo Portal Turismo em São Paulo (2015), com base em informações do Ministério do Turismo, da Embratur, Infraero e Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo são:

- Em relação ao transporte rodoviário de turistas internacionais, Paraguai, Argentina e Uruguai são os principais emissores; site Descubra São Paulo (2015)
- Recebe 29% dos turistas domésticos brasileiros e emite 41,3% dos turistas às demais unidades da federação; site Descubra São Paulo (2015)
- Cerca de 46,4% dos turistas de outros Estados vieram do Sudeste, demonstrando a força do turismo inter-regional; site Descubra São Paulo (2015)
- São Paulo responde por 43,8% do faturamento com turismo no Brasil; site Descubra São Paulo (2015)
- Cerca de 80% das grandes feiras e eventos do Brasil acontecem no Estado; site Descubra São Paulo (2015)

- A grande maioria visita o Estado em carros próprios (49,4%), além de ônibus de linha regular (19,9%) e transporte aéreo (14,9%); site Descubra São Paulo (2015)

2.5.2 O Turismo de Pesca e seu Mercado

A partir dos dados levantados, se constata que a principal atividade turística desenvolvida em Castilho é a pesca, podendo haver o desenvolvimento de ofertas complementares para atividades náuticas e/ou voltadas para o Ecoturismo, Turismo Rural e até mesmo Histórico-Cultural.

O Turismo de Pesca é um dos segmentos turísticos que demonstra maior crescimento em escala mundial. Nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, os reservatórios de usinas hidrelétricas são grandes atrativos, e Castilho pode constatar tal fato.

Segundo, apontado no Livreto do Ministério do Turismo “Turismo de Pesca: Orientações Básicas”, em 1998 o Governo Federal passou a trabalhar o segmento “[...] a partir de uma parceria entre o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), com a cooperação técnica do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), para a criação do Programa Nacional de Desenvolvimento da Pesca Amadora (PNDPA), cujo principal objetivo foi a transformação da pesca amadora em um instrumento de desenvolvimento econômico, social e de conservação ambiental” (MTUR, 2010 p. 14).

Quando se trata das responsabilidades para o desenvolvimento do setor, o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) é o órgão responsável pelas políticas públicas do setor pesqueiro no país. Além disso, também responsável por normatizar a pesca amadora, e em conjunto com o Ministério do Meio ambiente garantir através de regulamentos o uso sustentável dos recursos pesqueiros no Brasil. Já ao Ministério do Turismo cabe ordenar, estruturar, qualificar e promover o turismo realizado com base na prática da pesca amadora.

Tendo em vista que o Ministério do Turismo trabalha o Turismo de Pesca no âmbito da pesca amadora, torna-se importante entender o conceito dessa modalidade, para compreender o conceito do segmento turístico. Segundo o MTUR, pesca amadora é definida como “[...] aquela praticada por brasileiro ou estrangeiro, com equipamentos ou petrechos previstos em legislação específica, tendo por finalidade o lazer ou o desporto” (MTUR, p. 17, 2010).

A partir da definição anterior, tem-se a base para compreender o conceito do segmento Turismo de Pesca, o qual segundo o MTUR “[...] compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora” (MTUR, p. 16, 2010).

O MTUR, em seu livreto de orientações básicas sobre o Turismo de Pesca, aponta as seguintes modalidades que o caracterizam:

- Pesca de barranco – modalidade mais popular no Brasil, praticada à beira de rios, lagos, lagoas ou represas.
- Pesca de arremesso – Nessa modalidade, o arremesso deve ser o mais preciso possível, pois isso fará a diferença no sucesso da pescaria.
- Pesca de corrico ou trolling – consiste em arrastar a isca a uma distância entre 20 a 60 metros, que ao ser puxada pelo barco, em movimento em baixa velocidade, a isca parece estar viva.
- Pesca de rodada – o barco deve descer o rio levado pela correnteza, enquanto a isca vai acompanhando a embarcação.
- Pesca com mosca ou fly fishing – uma das mais antigas modalidades e de grande apelo para o pescador. A pesca com mosca envolve estudo, treino e persistência, sendo o principal fator aprender a dominar a linha, ou seja, dominar a técnica do lançamento, também conhecida como casting.

- Pesca Subaquática – realizada com ou sem o auxílio de embarcações, sendo proibido o uso de aparelhos de respiração artificial. É necessário ter conhecimento de apnéia⁵.

2.5.3 Destinos Considerados como Concorrentes de Castilho

Mais do que conhecer os destinos concorrentes, a atividade turística exige que o planejador avalie outros níveis, que Petrocchi (2009) define como quatro:

- I) Concorrência com produtos substitutos do turismo: passa pela decisão entre fazer uma viagem ou utilizar o dinheiro em outra finalidade. “[...] as ofertas de financiamentos e juros baixos favorecem essa substituição. A tendência é consumir o concorrente ao turismo” (PETROCCHI, p. 79, 2009);
- II) Concorrência entre os segmentos do turismo: fator que influencia a escolha de um destino já que os segmentos são as principais motivações de viagem;
- III) Concorrência entre destinos de turismo: nos diversos âmbitos, regional, nacional e internacional; e
- IV) Concorrência entre produtos, dentro do destino: uma vez no destino, o turista recebe oferta de vários produtos e nem sempre consegue consumir todos.

Dessa forma são imprescindíveis o monitoramento e a análise sistêmica das tendências, do comportamento dos turistas e das estratégias do mercado concorrente.

Durante as entrevistas com atores chave para o Turismo de Castilho, perguntou-se qual seria o principal concorrente do município. Seguem os

⁵ “A apnéia é a modalidade utilizada no esporte Pesca Submarina. Consiste basicamente no atleta permanecer o maior tempo submerso em busca de seu alvo, sem o auxílio de equipamentos para a respiração artificial, usando apenas a reserva de ar de seus pulmões.” (Disponível em: <http://www.pescasubmarinabrasil.com.br/pescasubiniciante3.asp>)

destinos apontados como concorrentes, considerando-se apenas uma vez os mencionados por mais de um entrevistado:

1. Ilha Solteira
2. Três Lagoas
3. Castilho mesmo
4. Pereira Barreto
5. Panorama;
6. Paulicéia;
7. Santa Fé do Sul;
8. Andradina;
9. Aquidauana;
10. Bonito; e
11. Miranda.

Segue breve descrição de cada um desses destinos.

Ilha Solteira/SP: Distante apenas 63 km de Castilho, Ilha Solteira ocupa uma área territorial de 652,641 km² (IBGE 2015) com uma população estimada em 2015 de 26.344 habitantes (IBGE 2015).

Ilha Solteira nasceu com o propósito de dar suporte para geração de energia elétrica em uma época que o Brasil necessitava de grandes obras para desenvolver sua frágil economia. Localizado no município de Pereira Barreto, no distrito conhecido como Bela Floresta, a área destinada ao núcleo urbano foi desapropriada e passou a pertencer a Cesp – Companhia Energética de São Paulo, também responsável por sua administração.

Ilha Solteira surge em função da Usina Hidrelétrica homônima, primeiro como um grande acampamento para os “barrageiros” e depois como um núcleo urbano. Com a ocupação das primeiras famílias de moradores, Ilha Solteira foi fundada em 15 de outubro de 1968.

Quando a obra da Usina Hidrelétrica estava por terminar, restou a dúvida sobre qual seria o destino de Ilha Solteira, até então distrito de Pereira Barreto. A luta pela emancipação contou com o auxílio da Cesp. Por outro lado, havia a resistência de Pereira Barreto de perder terras do seu território original, além do recolhimento dos altos impostos. Outro motivo era a presença de duas hidrelétricas, Ilha Solteira e Três Irmãos.

Após intensos processos jurídicos e negociações, Ilha Solteira teve seu novo território definido ficando com uma das hidrelétricas (Hidrelétrica Ilha Solteira). Em maio de 1991 a população de Ilha Solteira foi às urnas e votou favorável a sua emancipação.

As atrações turísticas citadas no site da Prefeitura (<http://www.ilhasolteira.sp.gov.br/>) e no trabalho de Inventário da Oferta Turística, realizado em 2014 são:

- Ilha Solteira;
- Pesca Esportiva;
- Praia Catarina;
- Praia Marina;
- Recanto das Águas;
- Reservatório de Ilha Solteira;
- Rio Paraná;
- Rio Tietê;
- Rio São José dos Dourados;
- Monumento em Homenagem aos Barrageiros;
- Caixa D'Água;
- Monumento em Homenagem aos Emancipadores;
- Estrela;
- Portal de Entrada;
- Centro de Conservação da Fauna Silvestre de Ilha Solteira;
- UNESP;

- Usina Hidrelétrica Ilha Solteira;
- Parque da Mantiqueira Ley Leite Bueno – Cidade das Crianças;
- Praça dos Paiaguás;
- Praça e Palco da Integração;
- Porto de Navegação;
- Casa de Cultura “Raquel Alice Ehrenberg Dossi”;
- Associação Amigos dos Músicos da Orquestra Popular Caipira Urubupungá de Ilha Solteira;
- Eventos tradicionais como Festival Nacional MPB de Ilha Solteira e Torneio de Pesca - Festa do Pescador.

Três Lagoas/MS: Distante cerca de 29 km de Castilho, Três Lagoas ocupa uma área territorial de 10.206,949 km² com uma população estimada em 2014 de 111.652 habitantes (IBGE 2014).

Apesar de histórias sobre a região de Três Lagoas remontarem ao ano de 1829, com a entrada do sertanista Joaquim Francisco Lopes, foi apenas em 1889 com o comércio e sal e mercadorias via Rio Tietê que as “três lagoas” foram descobertas. Naquela época a venda dos produtos já atraía posseiros e criadores de gado à região. A posse da Fazenda das Alagoas foi então dada a Antônio Trajano dos Santos que se estabeleceu próximo a maior das três lagoas. O então fazendeiro doa uma parte de suas terras para a formação do “Patrimônio de Santo Antônio das Alagoas”, em homenagem ao santo de sua devoção.

Anos mais tarde o governo do estado de Mato Grosso do Sul doa 3.600 hectares, anexados à Fazenda das Alagoas, e o povoado que ali se constituía passou a ser chamado de “Vila de Três Lagoas”. A separação do município Santana de Parnaíba (atual Parnaíba) se deu em 1915.

Para os turistas Três Lagoas se apresenta com a “Cidade das Águas”. As atrações turísticas citadas no site da Prefeitura (<http://www.treslagoas.ms.gov.br/>) são:

- Praias de água doce;
- Porto Marina Três Lagoas;
- Balneário Municipal;
- Lagoas;
- Marina late Clube Urubupungá;
- Eventos típicos como Arrancadão de Barcos, a etapa anual do circuito de jet-ski e a pesca do tucunaré;
- Circuito das Lagoas (responsável pela origem do nome da cidade);
- Praça do Obelisco;
- Lagoa Maior;
- Relógio Central;
- Igreja de Santo Antônio;
- Ferrovia NOB;
- Cemitério dos Soldados;
- Jatobá (árvore tombada como patrimônio público);
- Ponte Ferroviária Francisco de Sá;
- Centro Cultural Professora Irene Marques Alexandria;
- Colônia de Pescadores do Jupiaá;
- Usina do Jupiaá; e
- Casa do Artesão.

O município é atendido pelo Aeroporto Regional Plínio Alarcom.

Pereira Barreto/SP: Localizado a, aproximadamente, 67 km de distância de Castilho com uma área territorial de 978,884 km² e população estimada em 25.755 habitantes (IBGE 2014). Pereira Barreto é considerada como Estância Turística do Estado de São Paulo e está inserida na Região Turística Tietê Vivo.

A história de Pereira Barreto apresenta forte vínculo com a de Ilha Solteira. Isso porque Ilha Solteira durante muitos anos pertenceu a Pereira

Barreto e empreendeu verdadeira batalha judicial para se desvincular e finalmente ser emancipada.

As terras onde hoje se localiza Pereira Barreto faziam parte de uma fazenda federal, onde em 1858 foi criada a colônia militar de Itapura. Em 1924 o responsável pela Sociedade Colonizadora do Brasil Ltda (BRATAC), Mitsusada Umetani, adquiriu parte das terras do povoado de Itapura (50 mil alqueires) a fim de receber imigrantes japoneses. E em 1928 Pereira Barreto foi fundada com o nome de Novo Oriente. Dez anos depois, em 1938 o distrito de Novo Oriente foi elevado à categoria de município e recebeu o nome de Pereira Barreto, em homenagem ao médico e político Dr. Luiz Pereira Barreto. Apesar da alteração do nome, a cidade mantém importantes ícones da cultura japonesa até os dias atuais.

Como principais atrações turísticas, se tem:

- Fonte Espelho d'Água;
- Canal Artificial de Pereira Barreto;
- Praia Pôr-do-sol;
- Monumento alusivo ao esporte;
- Relógio de Quatro Faces;
- Obelisco;
- Monumento GO-JU-NO-TO;
- Casa da Cultura "Aristeu Custódio Moreira";
- Museu da Colônia Japonesa;
- Estádio Municipal Francisco Joaquim Dias;
- Usina Hidrelétrica Três Irmãos;
- Museu Histórico da Colonização de Pereira Barreto;
- Espaço Multieventos; e
- Eventos tradicionais, como o Festival de MPB.

Panorama/SP: Localizado a, aproximadamente, 113 km de distância de Castilho, Panorama possui uma área territorial de 356,050 km² e população estimada em 15.458 habitantes (IBGE 2015). Pertence ao Circuito Oeste Rios.

Segundo dados do IBGE e do site “Turismo em São Paulo”, o nome Panorama faz referencia a bela paisagem que se forma devido a um fenômeno climático que ocorre entre os meses de junho e novembro, período de secas no qual se forma uma ilha no Rio Paraná, em frente à cidade. O povoado foi criado no município de Paulicéia, com terras desmembradas do distrito de Gracianópolis. O projeto da extensão ferroviária da Cia. Paulista de Estrada de Ferro foi o causador do desenvolvimento do município. Foi elevado a distrito do município de Paulicéia em 1948. Já em 1953 foi elevado à Município, tendo sido instalado em 1º de janeiro de 1955.

Com relação aos atrativos turísticos de Panorama, os sites “Turismo em São Paulo” e Trip Advisor citam apenas o Balneário Municipal Frederico Platzeck.

Já no site “Fundação - Portal da Cidade Turística de Panorama SP” são citados como principais atrativos turísticos:

- Rio Paraná
- Lago de Porto Primavera
- Igreja de São José
- Arquivo Municipal
- Centro Cultural Geraldo Guedes de Sene

Paulicéia/SP: O município de Panorama está localizado a, aproximadamente, 113 km de distância de Castilho. Ocupa uma área territorial de 374,091 km² e abriga uma população estimada de 6.981 habitantes (IBGE 2014). Foi considerado nas entrevistas com atores chaves do Turismo de Castilho, como um forte concorrente no segmento de pesca. Até mesmo porque, segundo site oficial do município, Paulicéia é considerada um dos destinos mais disputados e procurados pelos pescadores da região.

Segundo descrito no site oficial do município de Paulicéia, o povoado foi fundado em 29 de junho de 1947, por Ezequiel Joaquim de Oliveira e o primeiro prefeito municipal foi Dirceu Leme Brisolla. O Patrimônio foi aberto, tendo em vista a localização de uma cidade sobre as barrancas do rio Paraná, para intercâmbio futuro com o estado vizinho do Mato Grosso (atual Mato Grosso do Sul). Com o advento da promulgação da nova Carta Constitucional do estado de São Paulo, que liberava a criação de novos municípios especialmente situados nos limites com outros estados, a população de Paulicéia conseguiu elevar o povoado a município, amparada na Lei Orgânica dos Municípios. Localizada as margens do Rio Paraná, dispõe de belas paisagens e locais para pesca.

Quanto a atividade turística no município, duas atividades são destacadas no site da Prefeitura (<http://www.pauliceia.sp.gov.br/cidade>): pesca esportiva e esportes náuticos.

Santa Fé do Sul/SP: O município de Santa Fé do Sul está localizado a, aproximadamente, 124 km de distância de Castilho. Ocupa uma área territorial de 206,186 km² e abriga uma população estimada de 31.113 habitantes (IBGE 2014). Santa Fé do Sul é uma Estância Turística do Estado de São Paulo.

A história de Santa Fé do Sul começou a ser escrita em 1920 quando o major inglês John Byac Paget comprou 32 mil alqueires da antiga Fazenda São José da Ponte Pensa. O boato era que o major representava uma companhia petrolífera que teria interesse na região. Como nunca veio ao Brasil, major Paget mandou 79 famílias para ocupar as terras adquiridas, contudo em 1946 ficou estabelecido que o subsolo era propriedade da União. As terras então foram vendidas para a Companhia Agrícola de Imigração e Colonização (Caic) que contava com os planos de expansão da antiga Estrada de Ferro Araraquarense (EFA) de chegar às barrancas do Rio Paraná e seguir rumo a Cuiabá/MS. Posteriormente, com a crise pós-guerra a EFA comprou 30 mil alqueires da Caic para lotear e vender a prazo, viabilizando o pagamento de dividendos para os acionistas. Em 1946 foram abertas as primeiras ruas e em

1948 celebrada a primeira missa. Já em 1950 o então povoado foi elevado à condição de município.

Como principais atrações turísticas Santa Fé do Sul apresenta:

- Pesca esportiva nas três microbacias: São José dos Dourados, Jacu Queimado e Ponte Pensa;
- Passeios náuticos em balsa, barco, lancha e campeonatos de jet-ski;
- Monumentos em diferentes pontos da cidade;
- Parque Ecoturístico de Águas Claras;
- Mata dos Macacos; e
- Museu a Céu Aberto (Bela Vista).

Andradina/SP: Município com 964,190 km² com uma população estimada em 57.198 habitantes (IBGE 2014), localizado a, aproximadamente, 18,7 km de distância de Castilho. Assim como Castilho Andradina está inserida na mesorregião de Araçatuba. Sua fundação foi idealizada em 1932 pelo fazendeiro Antônio Joaquim de Moura Andrade, considerado maior criador de gado do Brasil e apelidado de “Rei do Gado”. Tanto é que hoje a cidade ostenta a alcunha de “Terra do Rei do Gado”.

Sobre o Turismo, o site da Prefeitura (<http://www.andradina.sp.gov.br/>) elenca como atrações:

Entretenimento e Esportes:

- ADPM – Associação Desportiva Polícia Militar;
- ATC – Andradina Tênis Clube;
- CSU – Centro Social Urbano;
- Grecan – Grêmio Recreativo dos Empregados da Cesp de Andradina;
- AABB – Associação Atlética Banco do Brasil;
- AACEA – Associação Assistencial, Cultural e Esportiva de Andradina;

- Biribas Clube;
- Chácara Bernardo;
- Clube dos Médicos; e
- Roda Viva.

Chácaras:

- Chácara Paraíso Festas e Chácara Esperança;
- Chácara Garcia; e
- Chácara Carvalho.

No site Trip Advisor Brasil (<http://www.tripadvisor.com.br/>) duas outras atrações estão registradas: Ensino e Museu de História Regente Feijó e Oeste Plaza Shopping.

E por último, o site São Paulo. Um Estado, Muitos Destinos (<http://www.turismoemsaopaulo.com/visitantes/51-cidades-de-sao-paulo/714-andradina.html>), elenca como atrações turísticas de Andradina: Fazenda São Francisco, Zoológico Municipal, Pesque e Pague Pantaneiro, centros culturais, igrejas e museus.

Aquidauana/MS: O município de Aquidauana, devido a sua distância, 496 km de Castilho, dificilmente concorre diretamente pelos mesmos potenciais turistas. Isso, levando em consideração a tese de Petrocchi (2009) sobre a atração gravitacional. Entretanto como foi mencionado nas entrevistas com atores chaves para o Turismo de Castilho, cabe analisar alguns aspectos de Aquidauana.

Aquidauana tem uma área territorial de 16.957,747 km² e uma população estimada em 47.162 habitantes (IBGE 2014).

Com base em informações retidas da página do IBGE sobre o histórico de Aquidauana, os fatos relatados a seguir são marcos principais identificados.

Estudiosos definem o ano de 1600 como uma das referências mais antigas da presença de colonizadores na região. Foi neste ano que Ruy Dias de Guzman fundou o povoado de Santiago de Xeres, às margens do Rio Mobotetey (posteriormente chamado de Aquidauana). Já em 1632 investidas de indígenas e bandeirantes paulistas destruíram a povoação.

Em 1776, verificou-se um segundo momento de colonização às margens do rio, quando o explorador João Leme do Prado visitou as ruínas da antiga povoação. A região começou a ser povoada em razão da pecuária. Além disso, a necessidade de um local apropriado para as embarcações que navegavam pelo rio Miranda e que fosse mais próximo de Nioaque e de Campo Grande motivou a fundação da nova vila.

Segundo informações do site Wikipédia, em 15 de agosto de 1892, às margens do atual rio Aquidauana, Aquidauana foi implantada por um grupo formado pelo major Teodoro Rondon e pelos coronéis João d'Almeida Castro, Augusto Mascarenhas, Estevão Alves Corrêa, Manuel Antônio Paes de Barros, além de fazendeiros moradores da Vila de Miranda. Tornou-se distrito em 18 de dezembro de 1906 e município em 16 de julho de 1918, sendo desmembrado do município de Miranda. Em 1948 tornou-se cidade e em 1977 o Aquidauana passa a fazer parte do atual estado de Mato Grosso do Sul.

Sobre o Turismo, o site da Prefeitura (<http://www.aquidauana.ms.gov.br/>) elenca como atrativos:

- Pantanal;
- Serra de Maracaju;
- Rio Aquidauana;
- Cavernas Catalogadas, Com Inscrições Rupestres;
- Ruínas da Extinta Cidadela de Santiago de Xerez;
- Fazendas pantaneiras com o advento das gravações da novela Pantanal (da extinta Rede Manchete);
- Fazenda Rio Negro, de propriedade da tradicional família Rondon;

- Pousadas Pantaneiras;
- Eventos que ocorrem durante o ano, como a Festa da Sopa Paraguaia, a Festa do Peixe e o Festival Pantaneiro;
- Centro Histórico;
- Igreja Nossa Senhora Imaculada Conceição;
- Casa Parochial Padre José May (Casa Dos Padres);
- Escola Parochial (Ginásio Imaculada Conceição - Gic);
- Praça Nossa Senhora Imaculada Conceição;
- Museu De Arte Pantaneira;
- Mercado Municipal;
- Praça Afonso Pena (Dos Estudantes);
- Casa Do Artesão;
- Biblioteca Municipal;
- Estação Ferroviária De Aquidauana;
- Feirinha Indígena;
- Colégio Modelo;
- Escola Irene Cicalise;
- Ponte Roldão Carlos De Oliveira (Velha Ou Da Amizade);
- Câmara Municipal De Aquidauana;
- Residência João De Almeida Castro;
- Residência Rubens Corrêa;
- Prédio “A Primavera”;
- Casa Bom Gosto;
- Casa Portuguesa;
- UFMS;
- Base de Pesquisas Históricas e Culturais da Bacia dos Rios Aquidauana e Miranda – Bpram/Ufms (Escola Esther Sanches);
- Shopping Barrakech Abdalla Maksoud;
- 9º Batalhão De Engenharia E Combate “Batalhão Carlos Camisão” (9º Becomb);

- Museu Marechal José Machado Lopes.

Bonito/MS: O município de Bonito encontra-se a aproximadamente 616 km de Castilho, e assim como Aquidauana, dificilmente concorre diretamente pelos mesmos potenciais turistas. Isso, levando em consideração a tese de Petrocchi (2009) sobre a atração gravitacional. Entretanto como foi mencionado nas entrevistas com atores chaves para o Turismo de Castilho, cabe analisar alguns aspectos de Bonito.

Bonito tem uma área territorial de 4.934,414 km² e uma população estimada em 20.825 habitantes (IBGE 2014). Bonito é um município jovem, com apenas 66 anos. O núcleo habitacional que no futuro se transformaria na sede do município iniciou-se nas terras da Fazenda Rincão Bonito, cujo proprietário Capitão Luiz da Costa Leite Falcão é tido como o desbravador de Bonito.

Para o Turismo, Bonito é a principal cidade da Serra da Bodoquena e tem como principais atrações:

- Abismo Anhumas;
- Aquário de Bonito;
- Aquário Natural – Baía Bonita;
- Arvorismo Cabanas;
- Arvorismo Ybirá Pe;
- Balneário do Sol;
- Balneário Municipal;
- Barra do Sucuri;
- Bike Tour no Rio Sucuri;
- Boca da Onça Ecoturismo;
- Bóia Cross Cabanas;
- Bonito Aventura;
- Buraco das Araras;
- Cachoeiras do Rio do Peixe;

- Cavalgada na Estância Mimosa;
- Cavalgando no Parque Ecológico Rio Formoso;
- Cavalgada no Rio Prata;
- Cavalgada no Rio Sucuri;
- Ceita Corê;
- Eco Park Porto da Ilha;
- Estância Mimosa;
- Gruta do Lago Azul;
- Lobo Guará Bike Tour;
- Mergulho na Praia Figueira;
- Mergulho no Abismo Anhumas;
- Mergulho no Rio Prata;
- Mergulho no Rio Formoso;
- Nascente Azul;
- Parque das Cachoeiras;
- Praia da Figueira;
- Projeto Jiboia;
- Rapel no Boca da Onça;
- Recanto Ecológico do Rio da Prata;
- Rio Sucuri; e
- Taboa Fábrica.

Miranda/MS: O município de Miranda encontra-se a aproximadamente 563 km de Castilho, e assim como Aquidauana e Bonito, dificilmente concorre diretamente pelos mesmos potenciais turistas. Isso, levando em consideração a tese de Petrocchi (2009) sobre a atração gravitacional. Entretanto como foi mencionado nas entrevistas com atores chaves para o Turismo de Castilho, cabe analisar alguns aspectos de Miranda.

Miranda tem uma área territorial de 5.478,825 km² e uma população estimada em 27.104 habitantes (IBGE 2014).

Fatos retirados do site Wikipédia e da página do IBGE sobre Miranda, possibilitaram descrever alguns fatos importantes do contexto histórico de Miranda. A fundação de Miranda tem por base a construção do Presídio Nossa Senhora do Carmo do Rio Mondego, com seus alicerces lançados em 16 de julho de 1778, pelo Capitão João Leme do Prado por ordem do 6º Capitão-General das Capitanias de Mato grosso e Cuiabá, Caetano Pinto de Miranda Montenegro.

Já em 1835, passou a se chamar Nossa Senhora do Carmo de Miranda e sua comarca abrangeu todo o Planalto do Amambai. Alguns anos mais tarde, mais precisamente em 30 de maio de 1857, o Capitão Francisco Rodrigues do Prado (irmão do fundador do presídio) consegue através de lei provincial, elevar a localidade á vila com o nome de Miranda. O nome era uma homenagem ao ex-governador Caetano Pinto de Miranda. Após esse período, o Governo Imperial determinou a fundação da Colônia Militar de Miranda, com intuito de proteger o território. Foi também nesse momento que a vila iniciou uma fase de rápido crescimento. Em 1865 o local é destruído pelos paraguaios durante a Guerra do Paraguai. Entretanto, com o progresso a cidade é reconstruída novamente.

Sobre o Turismo, o site Wikipédia (https://pt.wikipedia.org/wiki/Miranda_Mato_Grosso_do_Sul) elenca como atrativos:

- Pantanal;
- Trem da ALL (antiga Estrada de Ferro da Novoeste e Estrada de Ferro Noroeste do Brasil - N.O.B.);
- Igreja Matriz Nossa Senhora do Carmo;
- Antiga Estação da estrada de ferro (integra o Trem do Pantanal);
- Prédio da antiga Prefeitura;
- Prédio atual da prefeitura (antiga residência dos padres);
- Antigo Presídio da cidade' (atual Forrozão);
- Usina Velha Santo Antônio (Uma das primeiras construções da cidade);

- Casa da Cultura Terena (principais atrações indígenas);
- Parque de Exposições;
- Ponte Metalizada; e
- Fazendas Turísticas do Pantanal sul (Pantanal Ranch Meia Lua; Fazenda São Francisco; Fazenda Caimam; Fazenda Cacimba de Pedra; Fazenda Refúgio da Ilha, entre outras).

No site Trip Advisor Brasil (<http://www.tripadvisor.com.br/>) mais uma atração esta registrada: o Museu Ferroviário.

2.5.4 Principais Destinos de Pesca Esportiva no Brasil

Além dos destinos considerados concorrentes pelos atores chaves para o Turismo de Castilho, é importante citar os principais destinos de pesca esportiva do Brasil, tendo em vista que a principal atividade turística do município é a pesca, e há o interesse de se investir nessa modalidade para tornar a atividade sustentável no município.

Segundo a página de internet “Guia do Turista”, os destinos de pesca esportiva mais procurados no cenário brasileiro são:

- Pantanal mato-grossense: um dos destinos mais famosos entre os praticantes da pesca esportiva, com vasta diversidade de rios e espécies de peixes. Atrai visitantes durante toda a temporada de pesca, que vai de março a outubro. Segundo os frequentadores, os melhores rios para pesca são: Araguaia, Paraná, São Francisco e Grande.
- Amazônia: um dos maiores “berços” da biodiversidade mundial, com uma imensa variedade de espécies. A pesca esportiva do Tucunaré é um dos grandes atrativos. Além disso, ir à Amazônia é uma ótima oportunidade para estar em contato com a natureza e relaxar. Os rios mais famosos são: Madeira, Negro, Tapajós, Trombetas e Xingu.

- Vitória/ES – Pesca Oceânica: existem diversos destinos de pesca oceânica no Brasil, como é o caso do Espírito Santo. Dependendo da época do ano, é possível encontrar uma enorme variedade de peixes, como: Marlin Azul, Marlin Branco, Sailfish, Dourado, Wahoo, Atum, Olho de Boi e Bonito. Existem opções de pacotes fechados e por temporadas, nos quais o turista obtém serviços de transporte, equipamentos e até guia.
- Brotas/SP: destino de muitos esportistas, e é considerada a “Capital do Turismo de Aventura”. Além disso, o interior paulista vem ganhando destaque por seus rios e pesqueiros, ideais para passar um fim de semana com os amigos e familiares, se divertindo e praticando a pescaria. O Centro Comunitário Represa do Patrimônio de Brotas: junto à represa do Jacaré Pepira, é um dos locais mais visitados. Além de área para camping, pontos para natação e pesca esportiva, disponibiliza acesso a embarcações para prática de esportes náuticos.

2.5.5 Destinos de Pesca Esportiva no Estado de São Paulo

Após apontar os destinos considerados concorrentes pelos atores-chaves do Turismo de Castilho, e identificar os principais destinos de pesca esportiva do Brasil, torna-se importante listar também destinos de pesca esportiva do Estado de São Paulo, onde Castilho se localiza.

Na página do site “Guia de Pesca e Lazer – Rios e Lagos” é mencionado que existem vários lagos de hidrelétricas e represas em São Paulo que oferecem opções para pesca esportiva e esportes náuticos. Nesse contexto, o site aponta os seguintes destinos:

- Avaré;
- Biriba Mirim;
- Bragança Paulista;
- Campos do Jordão;

- Cerqueira Cesar;
- Cesário Lange;
- Colombia-Igarapava;
- Guararema;
- Ibiuna;
- Joanópolis;
- Miguelópolis;
- Nazaré Paulista;
- Panorama;
- Paraibuna;
- Paranapanema;
- Pauliceia;
- Pereira Barreto;
- Porto Colômbia;
- **Porto Independência (bairro do Município de Castilho);**
- Porto Primavera;
- Presidente Epitácio;
- Rifaina-Igarapava;
- Salesópolis;
- Santa Clara D'Oeste;
- Santa Isabel;
- São José do Barreiro; e
- Teodoro Sampaio.

É importante observar que Castilho foi incluída nessa lista, representado pelo Bairro Porto Independência. Entretanto, o “Paraíso do Pescador”, como se auto intitula o município ainda não investe de maneira expressiva na pesca esportiva, o que poderá ser uma alternativa para tornar a atividade turística de pesca sustentável, e garantir a conservação dos recursos naturais, em especial a espécies de peixes nativas.

Assim, tem-se a possibilidade também de manter a pesca como atividade turística, assim como resgatar o fluxo de turistas para Castilho. Faz-se necessário, para isso, buscar ações que visem modificar o atual perfil de turistas, e a prática da pesca predatória, além de definir um novo posicionamento no mercado turístico.

Além disso, dois destinos devem ser destacados na lista. O primeiro é Presidente Epitácio, Estância Turística que sediou o 2º Torneio Nacional de Pesca Amadora Esportiva, em novembro de 2015. Nesse contexto, vale ressaltar a importância de Castilho buscar meios de captar eventos como esse. E o segundo município é Paulicéia, também mencionado nas entrevistas com atores-chaves como concorrente para a atividade turística de Castilho, já que se encontra na mesma região e é muito conhecido no mercado da pesca esportiva.

2.5.6 Conclusão sobre o Mercado Turístico e Tendências

A ausência de estudos sobre o turismo em Castilho é um empecilho para constatar seu posicionamento real no mercado. Contudo, com os dados levantados é possível avaliar que a cidade conta com elementos de potencial para conquistar uma posição de destaque no mercado turístico. Entretanto é preciso trabalhar em alternativas para solucionar a baixa considerável na quantidade de peixes no rio, causa principal da diminuição expressiva do fluxo turístico.

No Seminário de Análise SWOT, os temas pesca predatória e fiscalização ineficaz, foram alvo das maiores discussões, no que se refere à queda na quantidade de peixes, aos entraves para o desenvolvimento do Turismo em Castilho, e para a consequente queda no número de turistas. Observou-se entre os participantes do seminário uma preocupação latente com a conservação ambiental, visando beneficiar em especial a atividade turística.

Castilho já experimentou um movimento intenso de turistas pescadores. Entretanto, hoje a cidade recebe apenas resquícios da demanda que exista. Essa característica interfere diretamente no chamado “Ciclo de Vida do Produto

Turístico” - CVP, conceito desenvolvido na década de 1980 e adaptado para o turismo que descreve o desenvolvimento, a evolução e potencial declínio.

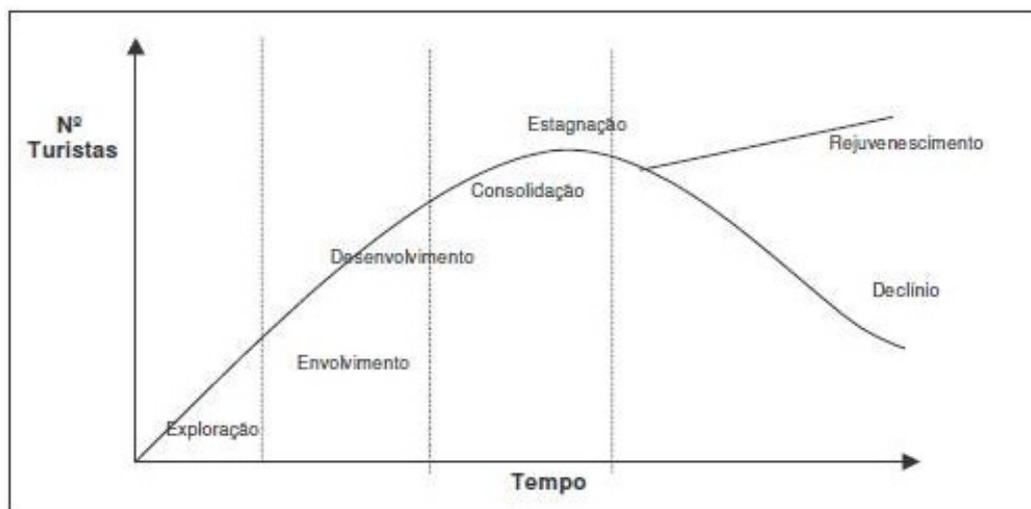
Outra questão importante se refere à infraestrutura turística, principalmente no que tange a qualidade dos equipamentos e serviços de hospedagem e alimentação fora do lar. Há nesse sentido uma grande necessidade de incentivar a profissionalização, investimentos em melhorias e abertura de novos empreendimentos. Através do trabalho de qualificação desses serviços, é possível tornar o destino mais competitivo.

Além disso, o município não conta com a presença de um batalhão do Corpo de Bombeiros, que seria fundamental no caso de possíveis resgates, e uma maternidade que pode ser necessário em alguma emergência. Avaliando todo o exposto, e o que foi pontuado no presente documento, é possível constatar que a atividade turística em Castilho acontece de forma amadora e mal estruturada. Para que o destino inicie sua caminhada rumo à conquista de uma posição de destaque no mercado, é preciso planejamento, e um trabalho conjunto de poder público, iniciativa privada e comunidade local. Além disso, é necessário ainda trabalhar os rumos das políticas públicas e diretrizes para o segmento.

Castilho possui além da pesca, um atrativo turístico de grande apelo comercial para o mercado turístico do Estado de São Paulo, o Mini Pantanal, e deve ser trabalhado e divulgado como um dos principais atrativos e diferenciais do município. Entretanto, outra linha pode ser muito bem trabalhada nos 13 assentamentos existentes no município. Trata-se do fomento ao turismo criativo por meio da culinária caipira, experiência de vida no campo, festas caipiras, dentre outros potenciais que podem ser explorados, se bem organizados e estruturados.

Sobre o movimento de turistas, com base na teoria de Butler (figura abaixo) nitidamente houve um **declínio**, antes mesmo do turismo se consolidar em Castilho.

Ciclo de Vida do Produto Turístico Representado por Butler (1980)



Fonte: Butler (1980) disponível em: <http://sebentadeturismo.blogspot.com.br/2010/02/o-ciclo-de-vida-do-produto-turistico.html>

Esse estágio é marcado por uma característica principal: “não se consegue, nem a renovação, nem a manutenção do número de turistas” (disponível em: <http://sebentadeturismo.blogspot.com.br/2010/02/o-ciclo-de-vida-do-produto-turistico.html>).

Sobre os destinos concorrentes, após levantamento nos itens anteriores do presente documento é possível constar que são muitos os destinos de pesca no Brasil, e até mesmo no estado de São Paulo. O desafio de Castilho é conseguir se destacar e se consolidar nesse cenário, além de assumir uma posição de referência como destino turístico de pesca sustentável, inicialmente em âmbito regional, com oferta de atividades complementares. Dessa forma, poderá assumir um posicionamento competitivo no mercado turístico do estado de São Paulo, atingindo um público diferenciado que tenderá a escolher Castilho em detrimento dos demais. O Produto 5 – Prognóstico, será feito o cruzamento dos dados para estabelecer a atração gravitacional de Castilho sobre esses destinos. Dessa forma, existirá a possibilidade de alguns deixarem de ser concorrentes e passarem a ser mercado consumidor.

2.6 Seminário de Análise SWOT – Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças)

No dia 11 de janeiro de 2016 foi realizado o Seminário de Análise SWOT do turismo de Castilho no Centro Integrado de Educação e Cultura CIEC, com Conselho Municipal de Turismo (COMTUR).

Ao todo, participaram 15 pessoas, todos integrantes do COMTUR. As listas de presença configuram-se como anexo desse produto.

Para subsidiar o debate, o Seminário começou com uma breve explanação sobre as etapas de construção do Plano Diretor de Turismo. Em seguida iniciou-se a explicação do significado de análise SWOT, assim como do objetivo da atividade a ser desenvolvida no seminário. Para realizar a referida atividade de análise SWOT, os participantes foram divididos em dois grupos, os quais deveriam discutir as Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças para o Turismo de Castilho, sob a ótica do ambiente interno e externo ao município.

Após tais discussões, os grupos deveriam apresentar os resultados obtidos.

Seguem os itens mencionados para cada um desses aspectos:

Análise SWOT - FORÇAS

	AJUDA
<p>INTERNA (Está sob a gerência da cidade)</p>	<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Natureza (fauna e flora); • Rios (Tietê, Paraná, Aguapeí (Feio) – Cachoeirinha Cafeeira); • Paisagem; • Localização Geográfica; • Pesca Turística; • Custo de Vida; • Mini Pantanal • Clima; • Ferrovia (Acesso) – Ponte de Ferro; • Infraestrutura (Hospital, Comércio e Comunicação); • Tecnologia (fibra ótica, internet); • Turismo Rural; • Artesãos (Cultural); • Arquitetura (Casata, Portal, Espelho, Praça, Igreja, Orelhões Temáticos); • Folia de Reis; • Feira do Produtor Rural; • Usina Hidrelétrica; • Hidrovia – Tietê/Paraná; • Pesca; • Hospedagem; • Lago Urubupungá (Visitação pública); • Reserva da Cesp; • Parque do Aguapeí; • Ponte Francisco de Sá; • Piscicultura (Cesp); • Festas Tradicionais; • Trilhas Ecológicas (Turismo Rural; artesanato; orquidário; cachoeirinha); • Pontos Atrativos (Monumentos: Portal, Rotatória, Praça Matriz, Estação, Trevo, Pistas de Cooper); • Ponte Rodoviária – Castilho / Três Lagoas; • Jupιά.

Fonte: Própria

Análise SWOT – FRAQUEZAS

	ATRAPALHA
INTERNA (Está sob a gerência da cidade)	FRAQUEZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Distancia dos Grandes Centros; • Falta de Recursos Financeiros e Humanos; • Falta de Investimentos Federal e Estadual; • Não divulgação dos Potenciais Turísticos; • Desconhecimento da população dos benefícios do Turismo para o Município; • Falta de mobilização da sociedade civil para aproveitamento do Turismo; • Falta de união para realização de associações que contemplem os vários setores do Turismo tais como: hotel, pesca, artesão, comércio etc. • Empreendedorismo (falta) • Visão de extrativismo; • Conscientização através da Educação sobre a importância do Turismo; • Falta de conscientização da preservação da natureza – Turismo Ecológico; • Acesso aos rios; • Pesca predatória (escassez); • Hospital; • Comércio e Bancos; • Turismo sexual; • Difícil expansão das pousadas (legislação) e péssima divulgação, sobretudo estrutura e preços; • Iate Urubupungá fechado; • Inatividade da reserva da Cesp; • Ausência de Posto de Informações Turísticas; • Falta de Museu; • Falta de Cultura; • Piscina Pública inativa; • Recursos financeiros escassos; • Má conservação das estradas; • Festas descontinuadas; • Educação de Transito e Limpeza Pública; • Piscicultura desativada.

Fonte: Própria

Análise SWOT – OPORTUNIDADES

EXTERNA (Não está sob a gerência da cidade)	AJUDA
	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geração de Receitas através dos títulos advindos do pleiteamento de Interesse Turístico e Estância Turística; • Divulgação externa – filmes, fotos, slides _ Propaganda; • Captação de Recursos mediante projetos (Banco Mundial, entidades privadas, etc...); • Obtenção do título de Município de Interesse Turístico; • Vinda da Usina Fotovoltaica; • Criar incentivo para vinda de novos empreendimentos; • Criar O Conselho intermunicipal de Turismo (Calendário conjunto).

Fonte: Própria

Análise SWOT – AMEAÇAS

EXTERNA (Não está sob a gerência da cidade)	ATRAPALHA
	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Não realização das Festas Tradicionais – Não continuidade das mesmas; • Pesca predatória – Turistas; • Crise financeira (falta de dinheiro) – para organização de Eventos / Não comparecimento da população; • Concorrência de Festas – datas concomitantes – Cidades Vizinhas; • Ofertas de oportunidades mais convincentes: comércio e serviços; • Queda da Receita do Município; • Liberação de verbas estaduais e federais; • Extinção das espécies de peixes; • Perca inesperada do ICMS de Jupia; • Rigidez da Legislação federal que barra investimentos; • Desequilíbrio no repasse de FPM que desconsidera nº real de habitantes (Saúde e Educação); • Isenção de impostos no MS.

Fonte: Própria

No quinto produto – Prognóstico, será apresentado o cruzamento entre os dados da análise SWOT que possibilitará utilizar os Pontos Fortes e as Oportunidades na mitigação das Fraquezas e das Ameaças (nesse último caso, serão feitas propostas também para evita-las). Será proposto então, um Plano

de Ação, construído em conjunto com a Prefeitura e demais atores chaves para a atividade turística do município.

2.6.1 Conclusão sobre os dados coletados no Seminário de Análise SWOT

Pode-se considerar que o público presente no Seminário de Análise SWOT foi bem participativo e levantou questões importantes para o planejamento turístico de Castilho. Todavia, é perceptível que houve uma maior dificuldade dos participantes em listar as **Oportunidades** e **Ameaças**, ou seja, avaliar o ambiente externo ao município. Entretanto, as respostas apresentadas para cada item da análise SWOT, servirão de subsídios para a continuidade do PDMT.

Ao avaliar as questões levantadas pelos grupos no Seminário é possível pontuar as seguintes conclusões:

1. Os recursos naturais e hídricos de Castilho são os pontos fortes do município para o Turismo, um exemplo citado foi o Mini Pantanal;
2. É inegável que a pesca é a principal atividade turística atual. Entretanto, a pesca predatória vem causando a diminuição do número de peixes nos rios e até mesmo ameaçando a existência de algumas espécies como a Piapara.
3. Para o desenvolvimento do Turismo, faltam condições adequadas para receber o visitante, principalmente no que tange a variedade de atividades turísticas e a qualidade dos serviços e equipamentos turísticos.
4. É quase unanimidade a percepção que a comunidade precisa ser melhor capacitada para receber o turista, e ser conscientizada dos benefícios do Turismo para o Município.
5. Necessário trabalhar a continuidade dos eventos tradicionais da cidade, além de articular com os municípios vizinhos para que não

haja concorrência entre eventos, ao serem realizados em datas iguais.

6. A falta de informações turísticas e a não divulgação de Castilho como destino turístico, prejudica o desenvolvimento turístico.
7. A captação de recursos e o incentivo a novos empreendimentos são necessários para fomentar a atividade.

2.7 Apresentação dos Rankings Orientativos dos Atrativos – Matriz de Hierarquização

Para todos os atrativos naturais e artificiais foi construída uma Matriz de Hierarquização conforme estabelecido na metodologia aprovada pela Prefeitura Municipal de Castilho, os rankings abaixo são apenas para ilustrar quais atrativos carecem de maiores intervenções e quais estão melhor preparados para receber visitantes. Sendo assim, serão apresentados: um ranking para os atrativos naturais, artificiais e culturais.

Observação: os atrativos que atingirem a mesma pontuação serão organizados por ordem alfabética, ocupando a mesma posição.

Ranking dos Atrativos de Castilho

	Atrativo	Pontuação
1	Usina Hidrelétrica de Jupia	53
2	Alambique Estância São João	47
3	Estação Ferroviária Alfredo de Castilho	42
	Igreja Matriz de São José	42
4	Rio Paraná	40
	RPPN Foz do Aguapeí	40
5	Capela Bom Jesus da Lapa	36
6	Prainha Municipal	22
7	Rio Aguapeí (Feio)	21
	Rio Tietê	21
8	Orquidário	18
9	Ponte Ferroviária Francisco Sá	13

Fonte: Própria

2.7.1 Categorias da Hierarquização

Tabela 10 – Avaliação e Hierarquização dos Atrativos Turísticos

Hierarquia	Característica	Faixa de pontuação	Atrativos/Eventos Programados
3 (Alto)	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais	87 a 100	
2 (Médio)	Atrativos capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.	51 a 86	✓ Usina Hidrelétrica de Jupιά
1 (Baixo)	Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capaz de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais)	26 a 50	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alambique Estância São João ✓ Estação Ferroviária Alfredo de Castilho ✓ Igreja Matriz de São José ✓ Rio Paraná ✓ RPPN Foz do Aguapeí ✓ Capela Bom Jesus da Lapa
0 (Nenhum)	Atrativos sem mérito suficiente, mas que formam parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular.	0 a 25	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prainha Municipal ✓ Rio Aguapeí (Feio) ✓ Rio Tietê ✓ Orquidário ✓ Ponte Ferroviária Francisco Sá

Fonte: Própria, baseado em Ministério do Turismo (2007)

2.7.2 Conclusão sobre a Hierarquização dos Atrativos Turísticos de Castilho

Constata-se que a maioria dos atrativos turísticos de Castilho ficou mal posicionada na Matriz de Hierarquização, apenas 1 foi classificado como nível 2 (Médio) de atração. Ressalva-se que essa pontuação não deve mascarar os itens mal avaliados de cada um dos atrativos. Importante também se ter a consciência que muitos dos atrativos classificados nesse nível, têm potencial para motivar uma corrente de visitação, não significando que já atraem.

Um grande número de atrativos tem elevado potencial para estar no nível “alto”, todavia carecem de infra-estrutura e políticas de divulgação.

Os **Atrativos Naturais** apresentam elevado potencial de atração para trilhas, atividades náuticas e principalmente para a pesca. Contudo, é imprescindível que o acesso aos rios receba estruturas adequadas, e para isso há necessidade de avaliar dentro da legislação ambiental as possibilidades de construção de marinas, além da rampa de acesso público atualmente em processo de reforma. Além disso, cabe avaliar a questão dos Ranchos que impedem o acesso público ao rio, uma vez que se instalaram na margem, e acabaram por privatizar o acesso. Importante também o investimento em estruturas de apoio ao turista, que hoje inexistem, além de melhorias nas vias de acesso aos atrativos.

Já os **Atrativos Artificiais** despontam possibilidades de atuação em várias frentes, principalmente no lazer e técnico científico. Nesse contexto, a CESP tem papel de destaque já que é responsável até julho de 2016 pela visitação a um atrativo de destaque para o município, a Usina Jupuíá. Após esse período, a concessão da usina será passada para a multinacional chinesa CTG, e por essa razão é de extrema importância garantir a permanência das visitas nesse processo de transição. Por outro lado, alguns desses atrativos inventariados não podem ser considerados como recursos turísticos de Castilho. É o caso dos Orelhões temáticos, que são importantes na identidade da cidade, mas que não tem apelo turístico se forem trabalhados de forma

isolada. O ideal é que os Orelhões sejam apresentados como representação da fauna diversificada, e motive o turista a realizar trilhas a serem desenvolvidas para conhecer as espécies de animais neles representadas. Outro importante atrativo artificial, que detém grande potencial, mas carece urgentemente de restauração é a Estação Ferroviária de Castilho. Para este atrativo, há um projeto de reforma para que fique similar a original e se torne em teoria um centro cultural. Além disso, haverá intervenções para melhor exploração do espaço no entorno. Uma das intenções é construir um galpão onde seria realizada a tradicional Feira do Produtor (atualmente realizada na Praça da Matriz). Por último torna-se importante estudar a possibilidade de se criar um Trem Turístico, que leve o turista inicialmente da estação de Castilho até Três Lagoas. Para isso, é necessária uma articulação entre os municípios, além de um estudo de viabilidade e responsabilidades.

3. CONCLUSÃO GERAL

Ao se percorrer cada um dos temas abordados é possível ter a noção clara de quais são os principais desafios que Castilho encontra para o fomento do turismo. Conforme metodologia proposta e aprovada pela Prefeitura Municipal de Castilho, as análises realizadas no Produto 4 – Diagnóstico, proporcionam o elenco de questões chaves, ou problemáticas que deverão ser trabalhadas, de forma participativa, na próxima etapa do trabalho. São elas:

1. Atual estrutura pública administrativa dedicada ao turismo não é satisfatória;
2. Ausência de dotação orçamentária para o Departamento de Turismo;
3. Ausência de dados confiáveis sobre o turismo;
4. Sinalização turística deficitária;
5. Ausência de um Posto de Informações turísticas;
6. O setor privado é desmobilizado e desarticulado;
7. Deficiência em equipamentos e serviços de alimentação fora do lar de qualidade;
8. Falta de qualificação da Mão-de-Obra que atua no mercado turístico;

9. Ausência de incentivos legais e fiscais para atração de investimentos turísticos;
10. Ausência de facilidades para deficientes físicos nos estabelecimentos comerciais;
11. Regulação dos empreendimentos na região do Rio Paraná;
12. Falta de regulamentação para novas construções a beira rio;
13. Regularidade das empresas turísticas;
14. Grande número de sitiantes que degradam muito e contribuem pouco;
15. Ausência de fiscalização e punição rigorosas para a pesca predatória e fora de temporada;
16. Perfil do turista atual é inadequado para o turismo sustentável;
17. Escassez de peixes nos rios;
18. Turismo sexual ainda recorrente na região dos rios;
19. Calendário de eventos frágil;
20. Ausência de ações turísticas integradas com os municípios vizinhos;
21. Falta de cadastro dos hóspedes nos meios de hospedagem;
22. Ausência de serviços de agência e operadoras de turismo;
23. Necessidade de inovação dos recursos turísticos;
24. Ausência de peças de comunicação (folder, site, portal) para o turismo;
25. Ausência de um trabalho de divulgação como destino turístico;
26. Potencial turístico da linha de trem não explorado;
27. Inatividade do programa de piscicultura da CESP;
28. Provável perda do atrativo: Visita a Usina Jupiá;
29. Provável perda do atrativo: visita a piscicultura da CESP;
30. Provável perda do atrativo: trilhas no Parque da foz do Rio Aguapeí;
31. Pouca exploração do potencial turístico dos assentamentos;
32. Instalação de grandes indústrias em Três Lagoas ameaçando o principal atrativo turístico de Castilho; e
33. Acesso ao rio quase totalmente restrito aos empreendimentos e ranchos a beiro rio.

REFERÊNCIAS

ACTIO ENGENHARIA TURÍSTICA. **Diagnóstico da Oferta Turística de Ilha Solteira**. Fevereiro, 2015.

ACTIO ENGENHARIA TURÍSTICA. **Inventário da Oferta Turística de Ilha Solteira**. Janeiro, 2015.

BOULLÓN, Roberto. **Planificación del Espacio Turístico**. 1997.

BRASIL. **Andradina**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Andradina>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **Andradina**. Disponível em: <http://www.turismoemsaopaulo.com/visitantes/51-cidades-de-sao-paulo/714-andradina.html>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL, Associação Brasileira de Empresas de Eventos. **Capital paulista é destaque em turismo de negócio**. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/2015/09/capital-paulista-e-destaque-em-turismo-de-negocio/>. Acesso em novembro de 2015.

BRASIL, Associação das Prefeituras das Cidades Estância do Estado de São. **PANROTAS: SP, Minas e Rio lideram emissores para capital paulista**. Disponível em: <http://aprecesp.com.br/noticias/20-10-2015-panrotas-sp-minas-e-rio-lideram-emissores-para-capital-paulista#.VjyZKrerTIU>. Acesso em novembro de 2015.

BRASIL. **Atrativos Turísticos**. Disponível em: <http://www.turismo.bonito.ms.gov.br/bonito/atrativos-turisticos>. Acesso em dezembro de 2015.

BRASIL. **Conheça Três Lagoas**. Disponível em: <http://www.treslagoas.ms.gov.br/view/a-cidade/nossa-historia/1/>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **Dados e Fatos**. Estudos, pesquisas e dados sobre o setor de turismo. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>. Acesso em setembro de 2014.

BRASIL, Guia de Pesca e Lazer. **São Paulo - SP**. Disponível em: <http://www.guiapescaelazer.com.br/index.php?id=estado&uf=SP>. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL, Guia do Turista UOL. **Destinos para praticar pesca esportiva no Brasil**. Disponível em: <http://guiadoturista.uol.com.br/roteiros/para-relaxar/destinos-para-praticar-pesca-esportiva-no-brasil/>. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL. **História**. Disponível em: <http://www.bonito.ms.gov.br/bonito/historia>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **IBGE**. São Paulo >> Pereira Barreto. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=353740>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **IBGE**. São Paulo >> Santa Fé do Sul. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=354660>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **IBGE**. São Paulo >> Andradina. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=350210>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **IBGE**. São Paulo >> Panorama. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=353540&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em fevereiro de 2016

BRASIL. **IBGE**. São Paulo >> Paulicéia. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=353640&search>

[h=sao-paulo|pauliceia|infograficos:-informacoes-completas.](#) Acesso em fevereiro de 2016

BRASIL. IBGE. Mato Grosso do Sul >> Três Lagoas. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=500830>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. IBGE. Mato Grosso do Sul >> Bonito. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=500220>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. IBGE. Mato Grosso do Sul >> Miranda. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=500560&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em fevereiro de 2016

BRASIL. IBGE. Mato Grosso do Sul >> Aquidauana. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=500110&search=mato-grosso-do-sul|aquidauana|infograficos:-historico>. Acesso em fevereiro de 2016

BRASIL, Ministério do Meio Ambiente. **Áreas de Preservação Permanente e Unidades de Conservação x Áreas de Risco – O que uma coisa tem a ver com a outra?**. Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/202/_arquivos/livro_apps_e_ucs_x_areas_d_e_risco_202.pdf. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo – 2013 – 2016**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf. Acesso em outubro de 2015.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo de Pesca: Orientações Básicas**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/dow

[nloads_publicacoes/Turismo de Pesca Versxo Final IMPRESSx0 .pdf.](#)

Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL. **Nossa História.** Disponível em: <http://www.pereirabarreto.sp.gov.br/nossa-historia.html>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **O Ciclo de Vida do Produto Turístico.** Disponível em: <http://sebentadeturismo.blogspot.com.br/2010/02/o-ciclo-de-vida-do-produto-turistico.html>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. **O que fazer em Andradina, SP.** Disponível em: http://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g2344337-Activities-Andradina_State_of_Sao_Paulo.html. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL, Portal da cidade turística de Panorama Estado de São Paulo. Disponível em: <http://www.panoramasp.com.br/fundacao.html>. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL, Prefeitura de Paulicéia. **Conheça Paulicéia.** Disponível em: <http://www.pauliceia.sp.gov.br/cidade>. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL, Prefeitura Municipal de Aquidauana. **Aquidauana – Pontos Turísticos.** Disponível em: <http://www.aquidauana.ms.gov.br/?p=cidade>. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL. **Santa Fé do Sul.** Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Santa_F%C3%A9_do_Sul. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL, São Paulo Turismo e Prefeitura de São Paulo. **Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo 2015 – ano base 2014.** Disponível em: http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/ANUARIO_2015_BASE_2014.pdf. Acesso em outubro de 2015.

BRASIL. Três Lagoas abre as portas do Mato Grosso do Sul para você. Disponível em: <http://www.treslagoas.ms.gov.br/view/turistas-interna/tres-lagoas-abre-as-portas-do-mato-grosso-do-sul-para-voce/58/>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL, Tripadvisor. O que Fazer em Miranda, MS. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g1588112-Activities-Miranda-State-of-Mato-Grosso-do-Sul.html>. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL. Turismo. Disponível em: <http://www.andradina.sp.gov.br/portal/turismo/9#>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. Turismo e Cultura. Disponível em: <http://www.pereirabarreto.sp.gov.br/turismo-e-cultura.html>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL. Turismo e Eventos. Disponível em: <http://www.pereirabarreto.sp.gov.br/turismo-e-eventos.html>. Acesso em dezembro de 2014.

BRASIL, Turismo em São Paulo. Panorama. Disponível em: <http://www.turismoemsaopaulo.com/visitantes/onde-ir-e-o-que-fazer/destinos-e-roteiros/1091-panorama.html>. Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL, Wikipédia. Miranda (Mato Grosso do Sul). Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Miranda_\(Mato_Grosso_do_Sul\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Miranda_(Mato_Grosso_do_Sul)). Acesso em fevereiro de 2016.

BRASIL, Wikipédia. Turismo na Cidade de São Paulo. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo_na_cidade_de_S%C3%A3o_Paulo. Acesso em novembro de 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Módulo Operacional 7. Roteirização Turística. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicaco

es/downloads_publicacoes/modulox20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf.

Acesso em janeiro de 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do Turismo**. Livro 1 Curso de Regionalização do Turismo. Florianópolis/SC: 2008.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do Turismo**. Livro 2 Curso de Regionalização do Turismo. Florianópolis/SC: 2008.

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

ANEXO A - LISTA DE PRESENÇA DO SEMINÁRIO DE ANÁLISE SWOT



DEPARTAMENTO DE TURISMO



PROTOCOLO: *Seminário de Visão de Futuro - SWOT/CONTUR*

DATA: *11/1 JAN 2016* LOCAL: *Amfiteatro - José Miguel do Nascimento*

Nº	NOME	e-mail	TELEFONE	Empresa, Associação, Bairro Assentamento ou Depto/Função
1.	Luciana N. Curvalha	lucynca@hotmail.com	(18) 991108-9803	Dpto. M. de Saúde
2.	Oner Fonseca	confat@asptur.br	(31) 997717310	ABET
3.	Marcos A. S. Apolinário	marcos.apolinario@gmail.com	(18) 991100-9619	Prufstina - Comunicações
4.	Masako Natividade	TARGINOVO@hotmail.com	18-996-59991	Câmara Municipal
5.	Paula Carlina d. dos Santos	paulaclaia@gmail.com	(33) 983316200	ABET - Expositora
6.	Ericia G. Guimarães	luastar1@hotmail.com	37419772	Balneario Unilrupungá
7.	DURVALINA Luiz dos Reis		067-81401622	Jati Clube
8.	Carla Eduarda dos S. Boaventura	dy-boaventura@iglob.com.br	981 298517	Depto. Educação
9.	Paulo Wertz Boaventura		081 298518	Prefeitura
10.	JOSE AGNOSTO Almeida	ADMCASTILHO@STRENSON.COM	991105453	DEPTO DE ADMINISTRAÇÃO
11.	ROBERTO CARLOS SILVA	roberto.carl@hotmail.com	981940133	Dep. Educação
12.	Felipe Alves de Castro	FelipeAlvesPT@hotmail.com	991239136	Associação Comercial de Castilho
13.	Silvia Regina de Souza	SILVIA@BLOCK2.COM	991024014	Dep. Esporte
14.	Jose Carlos Leite	JoseCarlosLeite@hotmail.com	996650023	Desenvolvimento SOCIAL
15.	Wania Regina Ferreira	WaniaCastilho@gmail.com	18-3741.1672	Dep. Turismo - PMC
16.				
17.				
18.				
19.				
20.				
21.				
22.				
23.				
24.				
25.				

USINA HIDROELÉTRICA ENG.SOUZA DIAS (JUPIÁ)

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	2	3	6
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	2	2	4
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	1	3	3

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	2	2	4
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	3	3	9
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	3	1	3
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	1	3	3
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	1	2	2

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							41
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							53

ALAMBIQUE ESTANCIA SÃO JOÃO

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	2	3	6
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	1	2	2
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	1	3	3

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	1	2	2
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	2	3	6
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	3	3	9
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	1	2	2

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	1	2	2
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	1	2	2
Total (78 pontos possíveis)							37
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							47

ESTAÇÃO FERROVIÁRIA ALFREDO DE CASTILHO

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	3	3	9
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	3	2	6
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	0	2	0
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	3	3	9
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	1	2	2

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							33
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							42

IGREJA MATRIZ SÃO JOSE

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	3	3	9
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	3	2	6
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	0	2	0
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	3	3	9
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	2	2	4

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	1	2	2
Total (78 pontos possíveis)							33
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							42

RIO PARANÁ

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	2	3	6
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	2	2	4
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	1	3	3

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	1	2	2
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	3	3	9
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	0	2	0

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							31
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							40

RPPN DA FOZ DO RIO AGUAPEÍ

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	1	3	3
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	0	2	0
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	1	3	3

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	1	2	2
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	1	3	3
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	3	3	9
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	2	2	4

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							31
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							40

CAPELA BOM JESUS DA LAPA

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	2	3	6
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	3	2	6
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	0	2	0
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	3	3	9
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	0	2	0

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							28
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							36

PRAINHA MUNICIPAL

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	1	3	3
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	1	2	2
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	0	2	0
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	1	3	3
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	2	2	4

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	1	2	2
Total (78 pontos possíveis)							17
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							22

PRAINHA MUNICIPAL

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	1	3	3
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	2	2	4
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	1	2	2
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	0	3	0
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	0	2	0

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							16
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							21

PRAINHA MUNICIPAL

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	1	3	3
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	2	2	4
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	1	2	2
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	0	3	0
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	0	2	0

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							16
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							21

ORQUIDÁRIO

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	1	3	3
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	2	2	4
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	0	2	0
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	1	3	3
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	0	3	0
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	1	2	2

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	0	3	0
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	1	2	2
Total (78 pontos possíveis)							14
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							18

PONTE FERROVIÁRIA FRANCISCO SÁ

					Nota	Peso	Total de Pontos
Pontuação Itens avaliados	3	2	1	0			
Acesso							
Transporte	Há possibilidade de se chegar ao atrativo através de transporte público	Há possibilidade de se chegar ao atrativo alugando certo tipo de modal	Chega-se ao local apenas com modais de transporte particular	Chega-se ao local apenas com um tipo de modal de transporte particular	1	3	3
Condição física do trajeto mais utilizado para se chegar ao atrativo, partindo da sede do município	Excelente	Bom	Razoável	Péssimo	0	2	0
Sinalização turística de acesso	Existe em bom estado e de acordo com as normas de sinalização turística do Ministério do Turismo	Existe em bom estado	Existe em estado precário	Não existe	0	3	0

Serviços e infraestrutura de recebimento do visitante

Serviços turísticos	Há guia(s) turístico(s) e/ou agência(s) receptiva(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) formado(s) para conduzir grupos	Há guia(s) turístico(s) informal(is) para conduzir grupos	Não há	0	2	0
Infraestrutura de recebimento do turista	Limpeza, alimentação e sanitários	1) Limpeza e alimentação ou 2) limpeza e sanitários ou 3) alimentação e sanitários	Limpeza ou alimentação ou sanitários	Nenhuma	0	3	0
Sinalização turística interna	Informativa e em bom estado	Em bom estado, porém pouco informativa ou informativa, porém em mau estado de conservação	Em estado precário e pouco informativa	Não há	0	1	0
Estrutura extra nos meses de alta temporada	Local para pernoite, serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias não poluentes	1) Local para pernoite e serviço(s) de alimentação ou 2) local para pernoite e instalações sanitárias não poluentes ou 3) serviço(s) de alimentação e instalações sanitárias	Local para pernoite ou serviço(s) de alimentação ou instalações sanitárias não poluentes	Não há	0	3	0
Iniciativa de investimento nos meses de alta temporada	De 1) instâncias governamentais e 2) associações ou cooperativas	De 1) instâncias governamentais ou 2) associações ou cooperativas	Particular	Não há	0	2	0

Informação e divulgação							
Facilidade de acesso a informações essenciais sobre o atrativo	Tem website próprio ou página no site do município	Há folheteria de informação sobre o atrativo (mapas, folhetos de informações úteis, etc.)	A comunidade sabe informar sobre o atrativo	Muito difícil de conseguir	1	3	3
Divulgação	Em guias de turismo renomados nacionais e/ou internacionais	Em portais ou sites especializados em turismo	No site da prefeitura ou redes sociais	Não há	0	2	0
Roteirização							
Roteirização	O atrativo está integrado a outros atrativos, formando um roteiro já comercializado	O atrativo pode se integrar a outros atrativos, formando um roteiro potencial para a comercialização	O atrativo pode se integrar a mais um outro atrativo	Atrativo isolado	2	2	4
Total (78 pontos possíveis)							10
Nota (de 0 a 100, calculado por regra de três - nota obtida multiplicada por 100 e dividida pelo total de pontos possíveis)							13

ABET Agência Brasileira de
Engenharia Turística

Rua Las Vegas, 105 - Cenáculo
Belo Horizonte - MG
CEP: 31620-190
www.abet.tur.br